

Як бачимо на рис.2.1 спостерігається стійка тенденція зростання обсягу фінансування УВП в Україні. У 2015 - 2016 роки відображають наближені обсяги бюджетних призначень за попередні роки, у 2016 розпочалася реформа пенітенціарної системи, побачити її наслідки ми можемо вже з 2017 року. Спостерігається значне зростання кошти, які були виділені із загального фонду, в нашому випадку вони є основними надходженнями і становлять близько 97%. Таким чином з 2015 р. по 2019 р. фінансування загального фонду зросло на 3309433,9млн.грн. або 130%, значне зростання відбулося у 2018 році відносно попереднього року вони збільшились на 1667618,2 млн.грн.

Спостерігаючи за коштами, спеціального фонду, які теж є частиною надходжень і становлять близько 3 % теж спостерігається тенденція збільшення. В порівнянні з 2015 по 2019 роки вони зросли на 87099,7 тис.грн або 46,5% . Також оцінюючи діаграму можна зрозуміти що фінансування кожного наступного року збільшувалось, так з 2015 по 2016 відбулось зростання на 15%, з 2016 по 2017 на 22,2 %, з 2017 по 2018 на 28,8%, з 2018 по 2019 на 4,7 % у цьому випадку видно, що зростання в порівнянні з попередніми роками не значне, але все одно воно таки є. Ці кошти кожного року були напрямлені на удосконалення діяльності Установ виконання покарань.

На перший погляд можна сказати, що реформування пенітенціарної системи має мати позитивні наслідки адже обсяги бюджетних надходжень чималі і з кожним наступним роком тільки зростають і всі вони напрямляють на вирішення тих чи інших нагальних питань проблем. Але говорити зараз про наслідки реформування важко тому що потрібно враховувати всі нюанси як економічне так і політичне становища у нашій країні, і потрібно проводити більш детальніші дослідження. Проте говорячи про фінансову сторону цього питання ми можемо з упевненістю сказати, що вона є стрімко зростає і безперечно має мати позитивні наслідки для діяльності даних установ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Міністерство юстиції України Загальні положення фінансування УВП. URL: https://minjust.gov.ua/m/str_51764 (дата звернення 22.04.2019)
2. Інформація про витрати бюджетних коштів Міністерством юстиції URL: https://minjust.gov.ua/derzh_zakup_inf (дата звернення 22.04.2019)
3. Пенітенціарна реформа URL: <http://www.yagupov.in.ua/?p=527> дата звернення (22.04.2019)

**Чередніченко Тетяна Сергіївна, студентка 4 курсу,
Стефанків Оксана Михайлівна к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку та фінансів**

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МАРКИ

Сьогодні, важливе значення відіграє індивідуалізація спеціальними позначеннями продукції, що сприяє підвищенню попиту та відповідно рентабельності продукції.

Торговельна марка не тільки вирізняє продукцію від аналогічних виробів конкурентів, а й свідчить про престиж фірми, якість продукції, збільшує

вартість активів підприємства. Часто ринкова вартість торговельної марки перевищує її балансову.

Багато вчених займалися дослідженням ролі торговельної марки в стимулюванні попиту, серед них Д.А Аакер, Р. Барта, С. Браун, Дж. Кол, Дж.Г. Майєрс, Д. Мейсон, Дж. Траут, О.В. Кохановська, О.А. Підпригора,, О.О. Підпригора, О.В. Піхурець, Л.Д. Романадзе, О.А. Россомахіна, та інші. Проте питання правильного відображення витрат на створення торговельної марки та відображення її на рахунках бухгалтерського обліку залишається недостатньо висвітленим. Метою дослідження є дослідити сутність торговельної марки, її класифікацію та порядок відображення її на рахунках бухгалтерського обліку.

Відповідно до Цивільного кодексу України № 435-IV від 16.01.2003 (далі – ЦКУ), торговельною маркою може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами.

Такими позначеннями можуть бути, зокрема, слова, літери, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів. Стаття 420 ЦКУ відносить торговельні марки до прав інтелектуальної власності.

Класифікація торговельної марки за певними ознаками наведена у табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація торговельних марок

За типом споживача	За географічним розповсюдженням	За каналами товароруху	За об'єктом брендування
- споживацька	- міжнародна	- марка виробника	- марка-унікум
- промислова	- національна	- марка дистриб'ютора	- корпоративна марка
	- локальна	- марка роздрібного торговця	- марка товарної категорії або декількох товарних категорій

Управлінському персоналу підприємства необхідна достовірна інформація про вартість торговельної марки та економічний результат її купівлі чи впровадження, тому важливим питанням є ідентифікація таких витрат. У бухгалтерському обліку присутнє поняття «право власності на торговельну марку». Відповідно до П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» [1] право власності на торговельну марку відносять до складу нематеріальних активів і обліковують на рахунку 123 «Права на комерційні позначення».

Проте, П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» та Методичні рекомендації №1327 з бухгалтерського обліку нематеріальних активів [2] визначають витрати підприємства зі створення власних торговельних марок не визнавати нематеріальним активом і відобразити у складі витрат того звітного періоду, в якому їх здійснено. Також такий підхід затверджує і МСБО 38 «Нематеріальні

активи», де згідно з п. 63 «внутрішньо генеровані бренди не слід визнавати нематеріальними активами, оскільки витрати на їхнє створення / розвиток не можна відокремити від витрат на розвиток бізнесу загалом» [3]. Оскільки метою створення власної торгової марки є успішне просування товарів і послуг на ринку, то витрати понесені в процесі її створення відображають у складі витрат на збут (рахунок 93).

З метою подання достовірної інформації управлінському персоналу про вартість торговельної марки у випадку її створення, рекомендуємо підприємствам додати до 93 рахунку «Витрати на збут» аналітичні рахунки: 931 «Витрати на створення торгової марки; 932 «Витрати на дослідження ринку збуту»; 933 «Інші витрати на рекламу».

Отже, торговельна марка відіграє важливу роль в господарюванні підприємства, оскільки вона допомагає виділити фірму з переліку інших фірм. Важливим принципом створення ефективної системи бухгалтерського обліку торговельних марок є достовірність показників пов'язаних із формуванням і використанням торговельних марок і повнота її висвітлення на рахунках обліку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. П (С)БО №8 «Нематеріальні активи», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 18 жовтня 1999 р. № 242 зі змінами і доповненнями.
2. Наказ Міністерства фінансів України №1327 Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку нематеріальних активів від 16.11.2009, зі змінами та доповненнями.
3. МСБО 38 «Нематеріальні активи» від 01.01.2012, зі змінами і доповненнями. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_050 (дата звернення: 15.05.2019).

**Каляндрук Христина Володимирівна, студентка 4 курсу,
Фурса Тетяна Петрівна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів та обліку**

ПОДАТКОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДТРИМКИ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Суттєві зміни в глобальному середовищі зумовили нові вимоги до якості людського капіталу, спричинили значні структурні зрушення в компетенціях, головними з котрих стали знання та спроможність до новаторства.

Для України новітня економічна реальність викликана рядом чинників, реагування на котрі визначатиме майбутнє соціально-економічного розвитку країни. Важкі фінансові обставини супроводжуються значними бюджетними обмеженнями щодо підтримки освітньої галузі. Тому потрібні нові підходи як до моделі фінансування, так і до забезпечення умов у приватному секторі для зростання частки недержавних коштів у фінансовому забезпеченні закладів освіти.

Модель фінансування освіти та науки, що функціонувала в країні до останнього часу, ґрунтувалася на історичному досвіді та не включала тенденцій сучасного світу й прогресивних технологій, обмежуючи автономію освітніх закладів. Здійснення реформ у сфері освіти спричинило трансформацію фінансового забезпечення даних закладів у країні, посилення їх зв'язку з