

Черненко К.В.
*к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку та
та економічного контролю
Полтавська державна аграрна академія*

ТОРГОВЕЛЬНА МАРКА: ОСНОВНІ АСПЕКТИ ВІДОБРАЖЕННЯ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

Своєрідним підґрунтям організації обліку прав на торговельні марки є загальна правова система у сфері інтелектуальної власності, що містить ряд нормативно-правових актів. Основними з них є Цивільний кодекс України та Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг». Вказані нормативні акти оперують такими поняттями як «торговельна марка» та «знак для товарів та послуг».

Відповідно до Цивільного Кодексу України [1] під торговельною маркою розуміється 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. У свою чергу, Закон «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [2] містить визначення: знак – означення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб. Погоджуємося з думкою вітчизняних науковців [3], що в нормативному середовищі ці поняття використовуються як синонімічні. З огляду на це, з метою уникнення термінологічної плутанини, важливим є узгодження нормативних актів та вживання одного усталеного позначення в зазначених документах, а також його відповідність нормативно-правовим актам, що регулюють безпосередньо облікові аспекти (Податковий кодекс України, Положення (стандарти) бухгалтерського обліку).

Відповідно до п. 5 П(С)БО 8 «Нематеріальні активи», права на комерційні позначення (права на торговельні марки (знаки для товарів і послуг), комерційні (фірмові) найменування тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роялті, належать до об'єктів нематеріальних активів.

У той же час відповідно до п. 9 П(С)БО 8 витрати на створення торговельних марок (товарних знаків) не визнаються нематеріальним активом, а відображаються у складі витрат відповідного звітного періоду.

Такий підхід пояснюється тим, що на етапі створення торговельної марки (далі – ТМ) підприємство самостійно не має можливості достовірно оцінити її вартість, а достовірна оцінка вартості – один з важливих критеріїв визнання активу.

В обліку операції з надходження ТМ як об'єктів нематеріальних активів можуть бути відображені як операції купівлі, дарування, обміну на подібні або неподібні активи.

Витрати, пов'язані з надходженням ТМ (придбанням), а саме вартість виключних майнових прав, реєстраційні витрати, сплата мита будуть

формувати первісну вартість торговельної марки на рахунку 15 «Капітальні інвестиції».

Для обліку операцій усіх об'єктів нематеріальних активів, у тому числі права на ТМ, використовуються форми первинного обліку, затверджені наказом № 732.

Оприбуткування ТМ з відображенням на рахунку 12 «Нематеріальні активи» здійснюється на підставі «Акта введення в господарський оборот об'єкта права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів» (типова форма № НА-1). Для аналітичного обліку використовується «Інвентарна картка обліку об'єкта права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів» (типова форма № НА-2).

Витрати на створення та підтримку власної ТМ слід розглядати як витрати відповідного звітного періоду. У бухгалтерському обліку такі витрати слід відображати у складі витрат на збут на рахунку 93 «Витрати на збут».

Право власності на придбану ТМ підлягає амортизації. Відповідно до п. 26 П(С)БО 8 підприємство самостійно встановлює строк корисного використання нематеріальних активів, враховуючи:

- строки корисного використання подібних активів (нагадаємо, що строк дії знака становить 10 років і може бути подовжений щоразу на 10 років);
- моральний знос, що передбачається;
- правові або інші подібні обмеження щодо строків використання;
- очікуваний спосіб використання нематеріальних активів підприємством.

Нарахування амортизації починається з місяця, наступного за тим, у якому нематеріальний актив уведено в господарський оборот. Суму нарахованої амортизації підприємства відображають збільшенням суми витрат підприємства і накопиченої амортизації нематеріальних активів (п. 29 П(С)БО 8).

Метод амортизації нематеріального активу обирається підприємством самостійно на основі умов отримання майбутніх економічних вигід. Якщо такі умови визначити неможливо, то амортизація нараховується із застосуванням прямолінійного методу. Розрахунок амортизації у випадку застосування відповідних методів нарахування здійснюється згідно з П(С)БО 7 «Основні засоби» (п. 27 П(С)БО 8).

При розрахунку вартості, що амортизується, ліквідаційна вартість нематеріальних активів прирівнюється до нуля, крім випадків:

- існування невідомого зобов'язання іншої особи щодо придбання цього об'єкта наприкінці строку його корисного використання;
- можливості визначення ліквідаційної вартості на підставі інформації існуючого активного ринку, і очікується, що такий ринок існуватиме наприкінці строку корисного використання цього об'єкта [4].

Таким чином, дослідження проблематики обліку торговельної марки показало важливість досконалої юридичної бази та чіткого однозначного трактування цього поняття [5]. Дотримання законодавства у сфері інтелектуальної власності та його вдосконалення (використання єдиної

дефініції, визначення видів торговельних марок, підвищення уваги до механізму захисту прав тощо) є неодмінною передумовою для достовірного облікового відображення торговельної марки у складі нематеріальних активів підприємства. Уникнення ситуації, за якої торговельна марка фактично використовується, але у системі бухгалтерського обліку та звітності не представлена, є важливим завданням сьогодення. Визначення чіткого механізму формування вартості торговельної марки є необхідною умовою для її визнання в обліку. Відповідно, перспективним напрямом подальших наукових пошуків є визначення сучасних підходів до оцінки торговельної марки та можливості їх практичної імплементації у практику облікового процесу.

Список використаних джерел

1. Цивільний кодекс України: Закон від 16.01.2003 №435-IV. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page9>. (дата звернення 13.05.2020)/
2. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон від 15.12.1993 №3689-ХІІ. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3689-12>. (дата звернення 13.05.2020).
3. Ясишена В. В. Торговельна марка: обліковий, правовий і маркетинговий аспект. *Ефективна економіка*. 2017. № 3. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5475>. (дата звернення 13.05.2020).
4. Нюанси бухгалтерського обліку операцій з торговельною маркою. URL : <https://news.dtki.ua/accounting/individual-transactions/43396> (дата звернення 13.05.2020).
5. Петрик О.А., Дядюн О.О. Торговельна марка: проблемні аспекти відображення у бухгалтерському обліку. *Облік, оподаткування і контроль: теорія та методологія*: матеріали ІІІ міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Тернопіль, 26 червня 2018 р.) Тернопіль: ТНЕУ, 2018.С. 64-67