

## **37. ОБЛІК ВИТРАТ НА РЕКЛАМУ**

**І.О. Хамутовська**

*Національний університет харчових технологій*

Реклама — інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого або опосередкованого отримання прибутку.

Для реклами в засобах масової інформації підприємство здійснює такі господарські операції: розробку рекламного продукту (макета, тексту, відеоролика) та фактичне розміщення рекламного продукту в засобах масової інформації (на радіо або телебаченні, на сторінках друкованих видань).

Відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами між рекламодавцем та розповсюдjuвачем (виробником) реклами здійснюються на договірній основі. Право на макет або відеоролик залежно від умов договору залишається за рекламодавцем або розповсюдjuвачем. Якщо за умовами договору рекламодавець отримує у власність створений рекламний продукт, який можна використовувати в подальшому в інших розповсюдjuвачів, то такий продукт вважається нематеріальним активом.

У бухгалтерському обліку рекламодавця відеоролики, кліпи або макети, строк корисного використання яких більше одного року, відображаються на рахунку 125 «Авторське право та суміжні з ним права». Однак у випадку коли такий рекламний продукт використовується менше року, то витрати на його створення обліковуються на рахунку 39 «Витрати майбутніх періодів» з подальшим списанням до складу витрат того періоду, в якому їх фактично здійснено.

Отже, витрати, сплачені розповсюдjuвачу за розміщення реклами, вважаються згідно з п. 19 Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» витратами на збут та відповідно до Інструкції № 291 обліковуються на рахунку 93 «Витрати на збут». Фактичне здійснення таких витрат підтверджується договорами з розповсюдjuвачами реклами та актами виконаних робіт. До того ж, амортизація ролика, кліпу, макета як суміжних прав також включається до складу витрат на збут.

Якщо при підготовці до виставки підприємство самостійно виготовляє виставкове обладнання (стенди, вивіски, стелажі) або замовляє його виготовлення у підрядників, то понесені ним витрати вважаються витратами на придбання чи виготовлення необоротних матеріальних активів. У разі якщо виставкове обладнання взято в оренду у організатора виставки, то такі понесені витрати включаються до загальної вартості плати за участь у виставці та обліковуються на рахунку 93 «Витрати на збут».

Витрати на рекламу в податковому обліку відносяться до витрат подвійного призначення. Вони включаються до складу витрат у повному обсязі (нелімітовані витрати) і з певним обмеженням (лімітовані витрати). До лімітованих витрат на рекламу відноситься безкоштовна роздача товарів (робіт, послуг), витрати, пов'язані із придбанням і поширенням таких товарів включаються до складу витрат підприємства з обмеженням суми оподаткованого прибутку. До нелімітованих витрат належать витрати на виготовлення рекламних проспектів, прайс-аркушів, брошур, оголошень у пресі, теле- і радіопередачах, виготовлення реклами з метою інформування споживача про товари (роботи, послуги), які продає (надає) підприємство. Податок з реклами сплачується з усіх видів оголошень і повідомлень, які передають інформацію з комерційною метою за допомогою засобів масової інформації, афіш, плакатів; на вулицях, транспорті, будинках.

Підсумовуючи, можна сказати, що врегульована система обліку витрат, уточнення їх складу та правильне відображення в бухгалтерському та податковому обліку є невід'ємним для успішного здійснення рекламної діяльності та отримання суб'єктом господарювання доходу.

**Науковий керівник: В.М. Небільцова.**