Окончание таблицы

А	1	2
7) Рентабельность всей финансово-хозяйственной деятельности по совокупной прибыли (убытку)	Совокупная прибыль (убыток) / (Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг + + Прочие доходы от текущей деятельности + Доходы по инвестиционной деятельности + Доходы по финансовой деятельности + Положительная разница изменений отложенных налоговых активов + Положительная разница изменений отложенных налоговых обязательств + Положительный результат от переоценки долгосрочных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) + Положительный результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	Совокупная прибыль (убыток) / (Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг + Управленческие расходы + Расходы на реализацию + Прочие расходы по текущей деятельности + Расходы по инвестиционной деятельности + Расходы по финансовой деятельности + Отрицательная разница изменений отложенных налоговых активов + Отрицательная разница изменений отложенных налоговых обязательств + Налог на прибыль + Прочие налоги и сборы, исчисляемые из прибыли (дохода) + Прочие платежи, исчисляемые из прибыли +(дохода) + Отрицательный результат от переоценки долгосрочных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) + Отрицательный результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток)

Примечание – Собственная разработка

Предлагаемые методики расчета показателей рентабельности отличаются от предлагаемых в экономической литературе и нормативных правовых актах (например, в постановлении Министерства экономики Республики Беларусь от 31.08. 2005 г. № 158 «Об утверждении Правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов») тем, что в них используется те доходы и расходы, которые непосредственно повлияли на формирование соответствующих финансовых результатов. Это позволит объективно и комплексно оценивать эффективность функционирования коммерческой организации, а также на основе произведенных расчетов принимать обоснованные управленческие решения.

А.А. Карман
УО «Белорусский государственный экономический университет»
(Республика Беларусь, Минск)

УЧЕТ РАСХОДОВ НА РЕКЛАМУ

В настоящее время в мировой и отечественной практике считается, что реклама это специфическое экономическое явление. Специфичность во многом проявляется в том, что под рекламой может пониматься информация, и под рекламой может пониматься вид деятельности.

Тем не менее, рекламу можно и нужно рассматривать не только как особый вид информации, но и как комплексное понятие, анализ которого следует производить в различных направлениях. Под направлениями понимается рассмотрение рекламы в разрезе ее образующих частей, а именно: рекламная деятельность (как деятельность организации по проектированию, производству рекламы и (или) оказанию услуг по ее размещению) и рекламный продукт, который создан по заказу рекламодателя (макет, аудио-, видео-ролик, слоган и т.п.) являющийся одновременно и результатом и средством рекламной деятельности. В основе рекламного продукта лежит рекламный материал, который и определяет информационное содержание рекламного продукта.

В Республике Беларусь на данный момент не существует законодательных норм в области бухгалтерского учета, которые бы четко классифицировали объекты вместе с особенностями их учета.

Теоретически в рекламе необходимо разделять рекламный материал и рекламную деятельность, и при этом на рекламную деятельность следует относить:

- разработку и изготовление рекламных изделий (иллюстрированных прейскурантов, каталогов, брошюр, альбомов, проспектов, плакатов, афиш, рекламных писем, открыток и т. п.);
- разработку и изготовление эскизов этикеток, образцов оригинальных и фирменных пакетов, упаковки и т. д.;
- рекламные мероприятия (объявления в печати, передачи по радио и телевидению);
- изготовление стендов, муляжей, рекламных щитов, указателей и др.;
- хранение и экспедирование рекламных материалов;
- оформление витрин, выставок-продаж, выставок и ярмарок и т.д.;
- расходы на участие в выставках, ярмарках, выставках-продажах.

Подобное разделение рекламы, по сути, и следует использовать в бухгалтерском учете организации для разделения объектов учета.

Помимо классификации объектов, не оговорено и особенность их учета в частности рекламных материалов.

Теоретически возможно отнесение затрат на приобретение рекламных материалов как в состав нематериальных активов так и в состав текущих затрат. Разница в отнесении оказывает влияние не только на бухгалтерский учет, но и на финансовый результат. При определении

того, куда относить затраты на получение рекламного материала, организация может руководствоваться различными нормами. Основными из этих норм являются Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 30.04.2012 № 25 и Инструкция о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29.06.2011 № 50.

Если организация по тем или иным причинам (основной из которых может быть срок эксплуатации) решила не относить затраты по объекту на нематериальные активы, то тогда имеется возможность их включения в состав текущих затрат.

Отнесение в состав будущих затрат возможно произвести двумя способами:

а) учитывать затраты по изготовлению (приобретению) рекламных роликов в качестве текущих затрат по мере их осуществления;

б) учитывать затраты по изготовлению (приобретению) рекламных роликов в составе расходов будущих периодов и производить списание их стоимости на протяжении срока использования рекламного ролика в предпринимательской деятельности организации.

Таким образом, очевидно наличие множества неосвещенных в законодательстве моментов относительно учетной практики рекламной деятельности организации. Детализация объектов и унификация практики является одним из наиболее перспективных направлений в данной области учета.

Литература:

1. Инструкция о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29.06.2011 № 50 // Консультант Плюс : Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2014.

2. Инструкция по бухгалтерскому учету нематериальных активов, утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.04.2012 № 25 // Консультант Плюс : Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2014.