

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ПРИОБРЕТЕНИЯ И ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ ВИДЕОРОЛИКОВ

А.В. Азаренко

*Белорусский национальный технический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Рассматриваются виды, целевое назначение, классификация рекламных видеороликов, а также особенности отражения в бухгалтерском учете их приобретения и изготовления в зависимости от принадлежности к нематериальным активам или текущим затратам. Приведен порядок отражения операций в бухгалтерском учете в зависимости от критериев признания.

Введение. Основной целью организации является продажа своих товаров, работ, услуг и в конечном итоге получение дохода от осуществляемой деятельности. Реклама является одним из способов достижения цели и привлечения внимания к объекту рекламирования. На сегодняшний день в рекламной индустрии существует множество способов, позволяющих обратить внимание потенциального покупателя на продукцию. Одним из наиболее эффективных является трансляция рекламных видеороликов, которые наглядно демонстрируют преимущества предлагаемой продукции.

Основная часть. Рекламные видеоролики - это художественное или анимационное видео, главная цель которого - привлечь потенциальных покупателей.

По целевому назначению рекламные видеоролики подразделяются, как правило, на два вида:

- рекламные видеоролики для телевидения;
- рекламные видеоролики для интернета.

Основное различие - это хронометраж. Для телевидения видеоролики делятся по 10, 15, 30 секунд, то для интернета - 30, 60, 120 секунд и больше.

Необходимость использования рекламных видеороликов возникает в следующих ситуациях :

- выпуск новой продукции;
- организация презентаций;
- проведение новых акций или скидков;
- ребрендинг.

В зависимости от целей, которые рекламодатель хочет достигнуть, рекламные видеоролики бывают:

- коммерческие - увеличение продаж с помощью рекламы;
- имиджевые - повысить узнаваемость организации-производителя, сформировать у потребителей определённый образ (имидж).

В зависимости от способа изготовления рекламные видеоролики подразделяются:

- простые - видеоролики без участия в них актеров и без сложной компьютерной графики;
- постановочные (игровые) – особенностью таких видеороликов является игра актеров на основе написанного сценария;
- рекламный сюжет (информационные) – видеоролики снимаются для того, чтобы дать подробную информацию о товаре;
- видеозаставка;
- 3D анимация - видеоролики со сложной 3d анимацией трудоемки в изготовлении и являются дорогостоящими;
- мультипликационные видеоролики - использование 2d, 3d графики, flash -анимации любой сложности, компьютерной графики, заставок и т.д.

Рекламные видеоролики являются объектом авторского права и относятся к объектам интеллектуальной собственности [3].

В бухгалтерском учете отражение объекта интеллектуальной собственности имеет свои особенности. В зависимости от конкретных целей организации в одних случаях они могут учитываться в составе нематериальных активов, а в других - как расходы на приобретение, изготовление рекламных видеороликов.

Организацией в качестве нематериальных активов принимаются к бухгалтерскому учету активы, не имеющие материально-вещественной формы, при выполнении следующих условий признания:

- активы идентифицируемы, то есть отделимы от других активов организации;
- активы предназначены для использования в деятельности организации, в том числе в производстве продукции, при выполнении работ, оказании услуг, для управленческих нужд организации, а также для предоставления в пользование;
- организация предполагает получение экономических выгод от использования активов и может ограничить доступ других лиц к данным выгодам;
- активы предназначены для использования в течение периода продолжительностью более 12

- месяцев;
- организацией не предполагается отчуждение активов в течение 12 месяцев с даты приобретения;
- первоначальная стоимость активов может быть достоверно определена [4].

Однако основным критерием их признания объектом нематериальных активов является срок полезного использования.

Если рекламные видеоролики предназначены для использования в течение периода продолжительностью более 12 месяцев, то они признаются нематериальными активами.

Если организацией принимается решение о том, что рекламные видеоролики предполагается использовать в деятельности организации в течение периода, не превышающего 12 месяцев, то видеоролики не будут признаваться нематериальными активами и затраты по их приобретению, изготовлению учитываются как текущие затраты.

При признании рекламных видеороликов нематериальными активами их приобретение, изготовление отражается по счету 08 «Вложения в долгосрочные активы» [2].

В бухгалтерском учете отражаются следующие операции:

Д-т 08 «Вложения в долгосрочные активы» - К-т 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению», 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда», 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» -

при приобретении имущественных прав на рекламные видеоролики либо при их изготовлении силами работников организации в порядке служебного произведения и доведении их до состояния, пригодного к использованию;

Д-т 08 «Вложения в долгосрочные активы» - К-т 75 «Расчеты с учредителями» -

при внесении имущественных прав на рекламные видеоролики в счет вклада в уставный капитал организации;

Д-т 08 «Вложения в долгосрочные активы» - К-т 98 «Доходы будущих периодов» -

при безвозмездном получении имущественных прав на рекламные видеоролики.

Нематериальные активы принимаются к бухгалтерскому учету по счету 04 «Нематериальные активы» по первоначальной стоимости на основании акта о приеме-передаче нематериальных активов [2].

Принятие рекламных видеороликов в эксплуатацию в качестве нематериальных активов отражается бухгалтерской записью:

Д-т 04 «Нематериальные активы» - К-т 08 «Вложения в долгосрочные активы» -

при включении рекламных видеороликов в состав нематериальных активов.

Пример. Организация приобретает (изготавливает) видеоролик для рекламы продукции в рекламном агентстве. Стоимость составляет 3420 руб., в том числе НДС 570 руб. Рекламный видеоролик приобретен организацией в январе и в том же месяце передан для трансляции на телевидении. Планируется транслировать видеоролик в течение 14 месяцев.

В бухгалтерском учете отражаются следующие записи:

№ п/п	Документ	Содержание операции	Д	К	Сумма, руб.
1	Выписка банка, платежное поручение	Произведена оплата за приобретение (изготовление) рекламного видеоролика	60	51	3420
2	Акт приема-передачи рекламного видеоролика, товарная накладная	Отражены затраты на приобретение (изготовление) рекламного видеоролика	08/4	60	2850
3	Акт приема-передачи рекламного видеоролика, товарная накладная	Отражен НДС	18	60	570
4	Акт приема-передачи рекламного видеоролика, товарная накладная	Рекламный видеоролик отражен в составе нематериальных активов	04	08/4	2850

В случае если рекламный видеоролик не будет признан объектом нематериальных активов, то расходы по его изготовлению будут являться текущими затратами организации.

При этом у организации существуют следующие варианты бухгалтерского учета расходов, связанных с приобретением, изготовлением рекламного видеоролика:

- рекламный видеоролик начинает транслироваться сразу после получения.
- рекламный видеоролик начинает транслироваться через некоторое время после приобретения.

Расходы на рекламный видеоролик признаются в бухгалтерском учете в составе расходов на реализацию того отчетного периода, в котором произведены [5].

№ п/п	Документ	Содержание операции	Д	К	Сумма, руб.
1	Выписка банка, платежное поручение	Произведена оплата за приобретение (изготовление) рекламного видеоролика	60	51	3420
2	Акт приема-передачи рекламного видеоролика, товарная накладная	Отражены затраты на приобретение (изготовление) рекламного видеоролика	44	60	2850
3	Акт приема-передачи рекламного видеоролика, товарная накладная	Отражен НДС	18	60	570

В случае если рекламный видеоролик начинает транслироваться через некоторое время после приобретения, затраты на рекламный видеоролик при его получении относятся на счет 97 «Расходы будущих периодов» и включаются в состав расходов на реализацию в том отчетном периоде, в котором этот видеоролик передан для первой трансляции [5].

№ п/п	Документ	Содержание операции	Д	К	Сумма, руб.
1	Выписка банка, платежное поручение	Произведена оплата за приобретение (изготовление) рекламного видеоролика	60	51	3420
2	Акт приема-передачи рекламного видеоролика, товарная накладная	Отражены затраты на приобретение (изготовление) рекламного видеоролика	97	60	2850
3	Акт приема-передачи рекламного видеоролика, товарная накладная	Отражен НДС	18	60	570
4	Бухгалтерская справка - расчет	Списаны затраты на рекламный видеоролик, переданный для трансляции	44	97	2850

Заключение. Бухгалтерский учет расходов на приобретение и изготовление рекламных видеороликов как объекта интеллектуальной собственности зависит от того, в течение какого периода времени организация предполагает их использовать. Если организация планирует транслировать рекламные видеоролики свыше 12 месяцев, их стоимость отражается в составе нематериальных активов, менее 12 месяцев - в составе расходов организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности» 12 июля 2013 г. N 57-3. (в ред. Закона Республики Беларусь от 04.06.2015 N 268-3, с изм., внесенными Законом Республики Беларусь от 17.07.2017 N 52-3) НРПА № 2/2055
2. Типовой план счетов бухгалтерского учета. Инструкция по применению типового плана счетов : постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 29 июня 2011 г. № 50. (в ред. постановлений Минфина от 30.06.2014 N 46).
3. Закон Республики Беларусь от 17.05.2011 N 262-3 «Об авторском праве и смежных правах» Гражданский кодекс Республики Беларусь.
4. Инструкция по бухгалтерскому учету нематериальных активов, утвержденная постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.04.2012 N 25
5. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденная постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 N 102
6. Copyright: (C) ООО «ЮрСпектр», 2013
7. Copyright: (C) ООО «ЮрСпектр», 2017