

## УТОЧНЕННЯ ПОНЯТТЯ НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ

*Озерова О.О., студентка*

*Науковий керівник: Ковальова Т.В., к.е.н., доцент*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

У роботі підприємства виникають довгострокові витрати, які забезпечують можливість отримання доходу протягом тривалого періоду та здатність приносити економічну вигоду підприємству. Їх особливістю є те, що вони не мають матеріальної форми, тому їх не можна віднести до об'єктів основних засобів, виробничих запасів, готової продукції або товарів. Цей особливий вид засобів називають нематеріальними активами. Нематеріальні активи є важливим об'єктом бухгалтерського обліку за своїми характеристиками, своїм складом, за рівнем впливу на результати господарської діяльності та фінансовий стан підприємства. Досліджуючи нормативно – правові акти та точки зору науковців ми звернули увагу на неоднозначність тлумачення поняття нематеріальні активи, що і стало предметом цієї статті.

Відомо, що матеріальні необоротні активи складаються з фізичної речовини, яку можна побачити. До матеріальної речовини можна навіть доторкнутися і відчути тепло або холод. Навпаки, нематеріальні об'єкти походять від юридичних прав або прав, що витікають з контракту, і тому вони не мають фізичної субстанції. Нематеріальні активи невловимі та безтілесні, до них не можна доторкнутися, потримати в руках, помацати.

Актуальність теми обумовлена тим, що категорія нематеріальних активів певною мірою є досить цікавою для господарської практики України, тлумачення цього поняття є неточними. Поняття "нематеріальні активи" застосовують як в міжнародному стандарті бухгалтерського обліку 38 "Нематеріальні активи", так і в Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 8 "Нематеріальні активи"[1]. Його зміст не розкритий достатньою мірою і в діючих документах, які регламентують порядок ведення бухгалтерського обліку в Україні у світі.

До затвердження стандартів бухгалтерського обліку нормативні акти з бухгалтерського обліку обмежувались невичерпними переліками видів нематеріальних активів без визначення їх загального поняття.

При цьому одна з найголовніших проблем полягає в тому, що в сучасній вітчизняній бухгалтерській науці склалося неправильне

розуміння категорії "нематеріальні активи". Це призвело до того, що в П(с)БО 8 "Нематеріальні активи" та в Плані рахунків наведені об'єкти, які насправді такими не є.

Дані таблиці свідчать, що єдиного визначення категорії «нематеріальні активи» у нормативних документах не існує. Неоднорідність змісту наведених визначень спричинена веденням обліку нематеріальних активів за різним спрямуванням.

**Таблиця 1 - Визначення категорії «нематеріальні активи»**

Нормативно-правовий документ	Визначення	Характерні риси
Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» [1]	Нематеріальний актив – немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований.	1) немонетарний актив, тобто не належить до грошовий коштів, їх еквівалентів і дебіторської заборгованості у фіксованій (або певній) сумі грошей; 2) не має матеріальної форми; 3) може бути ідентифікований
Податковий кодекс України (п.п.14.1.120) [4]	Нематеріальні активи – об'єкти інтелектуальної, в тому числі промислової власності, а також інші аналогічні права, визнані у порядку, встановленому відповідним законодавством, об'єктом права власності платника податку.	1) об'єкт інтелектуальної власності
Інструкція з обліку необоротних активів бюджетних установ [5]	Нематеріальні активи – активи, що не мають фізичної та/або матеріальної форми незалежно від вартості й використовуються установою в процесі виконання основних функцій більше одного року.	1) не має фізичної та/або матеріальної форми; 2) застосовується в процесі виконання основних функцій; 3) використовується більше одного року
МСБО 38 «Нематеріальні активи» [6]	Немонетарний актив, який не має фізичної субстанції та може бути ідентифікований.	1) не має фізичної субстанції; 2) може бути ідентифікований
Методичні рекомендації з обліку нематеріальних активів [7]	Нематеріальними активами вважаються немонетарні активи, що не мають матеріальної форми та можуть бути ідентифіковані (незалежно від строку їх корисного використання (експлуатації)).	1) немонетарний актив; 2) не має матеріальної форми; 3) може бути ідентифікований

Як бачимо, одним з основних критеріїв визнання нематеріального активу є можливість здійснення його ідентифікації (відокремлення). Однак на практиці зазвичай це зробити важко. Саме тому, на відміну від зарубіжного досвіду, вітчизняні підприємства рідко відображають нематеріальні активи у своїй звітності у повному складі.

Згідно з П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» придбаний або отриманий нематеріальний актив буде відображений у балансі, якщо він відповідає критеріям визнання активу, а саме, якщо існує імовірність одержання майбутніх економічних вигод, пов'язаних з його використанням, та його вартість може бути достовірно визначена [1].

Виходячи із цього, ми згодні із запропонованим визначення: нематеріальний актив, це ресурс – "праця" або "всі фізичні й розумові здатності людей, які можна застосовувати у виробництві товарів і послуг", і "підприємницькі здатності», актив, контрольований підприємством в результаті минулих подій, використання якого, як очікується, приведе до надходження економічних вигод у майбутньому, який не має матеріальної форми, може бути ідентифікований та утримується підприємством з метою використання протягом періоду більше одного року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях чи надання в оренду іншим особам [2].

Дослідження розбіжностей, які існують у нормативно-правових документах щодо визначення поняття нематеріальних активів, обумовлюють потребу внесення змін до них з метою встановлення єдиного трактування цієї категорії.

### **Література.**

1. П(С)БО 28 - Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 "Нематеріальні активи". Затверджений наказом Міністерства фінансів України від 24.12.2004 р. № 817.

2. Гончар О.І. Нематеріальні активи у формуванні потенціалу підприємства / О.І. Гончар, І.В. Павельчук // Вісник Хмельницького аграрного університету. – 2009. – № 3, Т. 1. - С. 77-80.

3. Тарасова І. Пропозиції щодо вдосконалення класифікації нематеріальних активів у Плані рахунків та П(С)БО 8 „Нематеріальні активи” / І. Тарасова // Бухгалтерський облік і аудит. – 2004. - № 4. – С. 38-41.

4. Податковий Кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua>.

5. Інструкція з обліку необоротних активів бюджетних установ. Наказ Державного казначейства України від 17.07.2000 № 64 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua>.

6. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи». IASB; Стандарт, Міжнародний документ від 01.01.2012 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua>.

7. Методичні рекомендації з обліку нематеріальних активів: наказ Міністерства фінансів України від 16.11.2009 № 1327 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua>.

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА ТА МЕРЕЖІ INTERNET ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ**

*Подлужна Н.О., к. е. н., доцент*

*ДВНЗ «Донецькій національний технічний університет»*

Однією із головних характеристик оцінки впливу інформаційно-комунікаційних технологій на знаннєвий розвиток є напрями використання соціальних медіа, які застосовуються на підприємствах. Протягом 2014-2016 рр. спостерігається тенденція зростання інтенсивності застосування соціальних медіа за усіма напрямками використання, серед яких українські підприємства віддають перевагу соціальним мережам, блогам чи мікроблогам підприємства, веб-сайтам з мультимедійним вмістом та як засобам обміну знаннями. Так, це зростання складає в 1,76; 1,73; 1,28; та зменшення в 0,67 разу у 2016 р. порівняно з 2014 р. відповідно за кожним видом [1, с. 7; 2, с. 14; 3, с. 18]. Отже, найбільшими темпами зростає обсяг використання підприємствами соціальних мереж, блогів чи мікроблогів, а обсяг використання соціальних медіа як засобу обміну знаннями характеризується тенденціями до скорочення, тобто підприємства застосовують дуже обмежено цей напрям. Значні темпи зростання обсягів поки не забезпечують достатнього охопту використання соціальних медіа на підприємствах, які мають доступ до мережі Internet. Так, у 2016 р. соціальні медіа у виробничо-комерційної діяльності застосовували лише 25,0 % підприємств, які працюють у мережі Internet, веб-сайти з мультимедійним вмістом – 13,0 %, засоби обміну знаннями – 13,0 %, блоги чи мікроблоги підприємства – 7,0 % підприємств [1, с. 6-7]. Тобто спостерігається