

УДК 657

Височан О. С.

Національний університет «Львівська політехніка»

ОБЛІК НАРАХУВАННЯ Й СПЛАТИ ПАУШАЛЬНОГО ВНЕСКУ
ТА ПЕРІОДИЧНОЇ ЧАСТИНИ РОЯЛТІ В СИСТЕМІ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ПРАВОВІДНОСИН

Комплексно досліджено питання відображення боргово-зобов'язальних відносин довго- та короткострокового характеру по франчайзинговій угоді на рахунках бухгалтерського обліку. Зокрема, в аспектах: обліку франшизи як об'єкта франчайзингової угоди; обліку разового (паушального) внеску по франчайзинговій угоді; обліку періодичних внесків по франчайзинговій угоді; амортизації франшизи у підприємства-франчайзі.

Ключові слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзі, паушальний внесок, роялті.

Постановка проблеми. Налагодження ефективної системи обліку операцій за договором франчайзингу є пріоритетним завданням для багатьох вітчизняних підприємств, які формують франчайзингову мережу. Основою такої системи є формування взаємовідносин між франчайзером (субфранчайзером) і франчайзі, які мають боргово-зобов'язальний характер і полягають у здійсненні грошових розрахунків за вступним (паушальним) одноразовим внеском і періодичними платежами, сплатою франчайзі додаткових послуг і відрахувань до рекламного фонду мережі (за його наявності), оплатою штрафів і неустойок за порушення умов договору та інше.

Інформація, яка акумулюється в бухгалтерії, повинна забезпечити підґрунтя для відповіді на два ключових питання:

– для франчайзера: яка прибутковість франчайзингових операцій?

– для франчайзі: чи приніс вступ до франчайзингової мережі очікуваний результат?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості обліку операцій у франчайзера та франчайзі є предметом дослідження в роботах Л. Гнатишин та Л. Петришин [1], а також О. Лисої та Р. Андрушко [2]. О. Маковійчук [3] розглядає класифікацію франчайзингових операцій з позицій облікового підходу. Ю. Серпенінова [4] досліджує вітчизняну методику обліку франшизи та роялті. Л.В. Момот та О.В. Овдій [5] концентрують свою увагу на висвітленні проблемних аспектів обліку франшизи як складової нематеріальних активів підприємства. Облік франчайзингових операцій все частіше стає центральною темою публікацій у вітчизняних спеціалізованих періодичних виданнях.

Враховуючи внесок дослідників у вітчизняну облікову науку та спираючись на динамічний розвиток сучасної економічної наукової думки, вважаємо за необхідне поглибити існуючі напрацювання методологічного характеру стосовно обліку нарахування й сплати (отримання) паушального внеску та періодичної частини роялті в учасників франчайзингової угоди.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Облікові нюанси розрахункових відносин між учасниками франчайзингової мережі, які ґрунтуються на договірних умовах, завжди викликали труднощі методологічного характеру. Це в основному пов'язано із: дискусійністю віднесення франшизи до складу нематеріальних активів, узгодженістю доходів і витрат від франчайзингових операцій в часі, визнанням та розподілом доходів у вигляді роялті (особливо стосовно франчайзингової угоди з необмеженим терміном дії), використанню рахунків витрат і доходів майбутніх періодів для довгострокових франчайзингових операцій, обліковими особли-

востями відображення періодичних платежів, які залежать від обсягів отримуваних франчайзі доходів тощо. Саме вирішенню перелічених проблем присвячена ця робота.

Мета статті. Метою дослідження вважаємо розроблення комплексного підходу до вирішення методологічної проблеми обліку франчайзингових операцій в аспекті нарахування й сплати (отримання) паушального внеску та періодичної частини роялті у підприємства-франчайзера та франчайзі.

Задекларована мета дозволяє виокремити основні завдання, вирішення яких забезпечить її досягнення. Це:

– представлення методики відображення в обліку франшизи як об'єкта нематеріальних активів: придбання, введення в господарський оборот, нарахування амортизації;

– дослідження облікового процесу сплати/отримання разового (паушального) внеску по франчайзинговій угоді та відображення його у складі витрат/доходів;

– аналіз облікових аспектів нарахування й сплати/отримання періодичних внесків по франчайзинговій угоді з врахуванням можливості надання права користування франшизою як на обмежений, так і на необмежений терміни.

Виклад основного матеріалу. Основою і юридичним гарантом здійснення будь-яких господарських операцій в рамках франчайзингової діяльності є належним чином оформлений договір.

Погоджуємося з Ю.С. Рудченко та О.В. Меренковим, які вважають, що у правовому плані договору франчайзингу відповідає договір комерційної концесії [6]. Справа у тому, що у вітчизняному законодавстві поняття «франчайзинг» відсутнє. Згідно ж з Господарським кодексом України (стаття 366) [7], за договором комерційної концесії одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) на строк або без визначення строку право використання в підприємницькій діяльності користувача комплексу прав, належних правоволодільцеві, а користувач зобов'язується дотримуватися умов використання наданих йому прав та сплатити правоволодільцеві обумовлену договором винагороду. Очевидним є тотожність понять «договір франчайзингу» та «договір комерційної концесії». При цьому важливо відзначити, що договір комерційної концесії може мати як обмежений термін дії, так і бути підписаним безстроково. В останньому випадку з'являються певні труднощі методологічного плану в обліку окремих об'єктів, що пов'язано із неможливістю чіткого визначення загальної вартості франшизи; терміну, впродовж якого розподілятиметься паушальний платіж; обсягу доходів (витрат) майбутніх періодів тощо.

Договір комерційної концесії (франчайзингу) як правова форма опосередковує інвестиційні відносини між франчайзером – інвестором і франчайзі – реципієнтом інвестицій, суттю яких є залучення в підприємницький оборот об'єктів інтелектуальної власності, у першу чергу засобів індивідуалізації франчайзера та його продукції, а саме фірмового найменування та/або торговельних марок, а також його ноу-хау (комерційної таємниці) у вигляді конкурентоздатної системи організації певного виду підприємницької діяльності [8].

При такому типі ділового співробітництва одна сторона (франчайзер) надає іншій стороні (франчайзі) право працювати під вже розкрученою торговою маркою, користуватися своїми розробками, ноу-хау, розрахунками і бізнес-моделями (франшиза). Однак втілювати все це в життя буде франчайзі, але при безпосередній допомозі спеціалістів франчайзера. За сприяння в організації бізнесу, за право використовувати бренд, спеціальне обладнання і всі технології франчайзі сплачує початковий внесок, а в подальшому – щомісячний платіж (зазвичай 1-10% від обороту фірми) [9, с. 65].

Платежі за використання франшизи мають назву роялті і, зазвичай, складаються з двох частин, які чинять безпосередній вплив на організацію й методику обліку франчайзингових операцій: перший внесок (паушальний платіж) та періодичні внески (сервісні платежі). Перший внесок сплачують франчайзеру за дозвіл використання торгової марки, ноу-хау, бізнес-технологій у визначений строк після укладання угоди. Сервісна плата сплачується періодично (зазвичай, один раз на місяць) у вигляді фіксованої плати або певного відсотка від виручки.

Визначення поняття «роялті» знаходимо у П(С) БО 15 «Дохід» [10] та Податковому кодексі України: будь-який платіж, отриманий як винагорода за користування або за надання права на користування будь-яким авторським та суміжним правом на літературні твори, твори мистецтва або науки, включаючи комп'ютерні програми, інші записи на носіях інформації, відео- або аудіокасети, кінематографічні фільми або плівки для радіо- чи телевізійного мовлення, передачі (програми) організацій мовлення, будь-яким патентом, зареєстрованим знаком на товари і послуги чи торгівельною маркою, дизайном, секретним кресленням, моделлю, формулою, процесом, правом на інформацію щодо промислового, комерційного або наукового досвіду (ноу-хау).

Вартість франшизи відповідає початковим витратам на організацію франчайзингу і враховує оплату таких послуг: оцінка і підбір місця розміщення виробничих приміщень для франчайзі; допомога в перемовинах щодо лізингової угоди; допомога в підборі транспортних засобів; надання комплексу предметів корпоративної ідентифікації; навчання персоналу; навчання управлінському обліку і адмініструванню; керівництво з управління; надання навчальних матеріалів і посібників; досягнення фінансових домовленостей з банками; технічна і правова підтримка франчайзі (цитується за [11, с. 118-119]).

Ю.В. Танін та М.С. Шахова вважають, що вартість франшизи і розмір роялті залежать від низки факторів:

- престижності торгового знаку;
- конкурентоздатності франчайзера і його рейтингу серед аналогічних компаній світового і вітчизняного рівня;

- вигідності розміщення франчайзі;
- суб'єктивної думки франчайзера про цінність власного бізнесу [12, с. 35].

При формуванні методологічної основи бухгалтерського обліку франчайзингових операцій слід виходити з таких передумов:

1. Дискусійність визнання франшизи (методи ведення бізнесу, товарний знак, технології тощо) як нематеріального активу в обліку підприємства-франчайзі. Такий підхід пропонується в роботах низки вітчизняних науковців [1; 2; 13], однак може видаватися достатньо суперечливим як через неможливість достовірного визначення вартості такого нематеріального активу, так і через відсутність виключного права на його використання (зокрема, щодо відчуження) (з точки зору таких економістів, як Н.А. Борецько [14] та ін.). Однозначної відповіді не дає і міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 [15], в параграфі 9 якого франшиза наводиться як приклад нематеріального активу, однак вже у наступному параграфі зазначається таке: «Не всі об'єкти, описані у параграфі 9, відповідають визначенню нематеріального активу (йдеться про можливість ідентифікації, контроль над ресурсом та існування майбутніх економічних вигід)». Проте зазначимо, що як у вітчизняній, так і міжнародній обліковій практиці франшиза відповідає основним критеріям визнання нематеріального активу:

– ідентифікованість – виникає внаслідок договірних прав, встановлених у франчайзинговій угоді;

– контроль – суб'єкт господарювання має повноваження отримувати майбутні економічні вигоди, що надходять від використання франшизи та обмежувати доступ інших до цих вигод;

– майбутні економічні вигоди – використання франшизи потенційно призводить до зростання доходу від продажу продукції чи послуг у підприємства-франчайзі;

– достовірність визначення вартості – компенсація за придбання такого активу надходить до франчайзера у вигляді паушального внеску (формує первісну вартість франшизи у франчайзі) та періодичних роялті (спливаються на операційні витрати). Тобто лише відсутність одноразової виплати за придбання франшизу фактично унеможливає її визнання як необоротного активу.

Важливо зазначити, що відсутність виключного права на використання франшизи само по собі не може бути причиною виключення цього об'єкту обліку зі складу нематеріальних активів, на що вказується у дослідженнях деяких вчених, оскільки така «виключність» не є стандартною вимогою до нематеріальних активів.

В роботі американських класиків облікової науки Д.Е. К'езо, Дж.Дж. Вейгандта та Т.Д. Уорфільда «Intermediate Accounting» чітко визначено базові принципи щодо визнання та обліку такого роду активів: «Собівартість франшизи (або ліцензії) з обмеженим терміном дії повинна амортизуватися в складі операційних витрат впродовж цього терміну. Франшизу з необмеженим терміном або довічну франшизу слід відображати в обліку за собівартістю без нарахування амортизації. Періодичні платежі визнаються операційними витратами в періоді їх понесення. Вони не можуть бути представлені у вигляді активу, оскільки не мають відношення до майбутніх прав на використання власності» [16, с. 671].

При цьому Т.Є. Федорова розглядає два варіанти:

– коли надання невиключних прав на нематеріальні активи є основним видом діяльності компанії-франшизодавця, витрати розглядаються як витрати від звичайної діяльності і визнаються витратами підприємства від наданих прав за основним видом діяльності правовласника;

– надання невиключних прав на нематеріальні активи не є основним видом діяльності компанії-франшизодавця, і в цьому випадку витрати розглядаються як інші витрати для підприємства-правовласника [17, с. 207].

Тут важливо зазначити, що, згідно з Інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [18], для обліку прав на використання привілеїв передбачено субрахунок 127 «Інші нематеріальні активи».

Л.В. Момот та О.В. Овдій [5] рекомендують утриматися від використання субрахунку 154 при отриманні франшизи, пояснюючи це тим, що франчайзі отримує саме право користування чужою торгівельною маркою, а не набуває її у власність і не створює своїми (або чужими) силами. Все ж, на наш погляд, застосування субрахунку 154 при обліку процесу надходження франшизи є виправданим, оскільки така господарська операція може кваліфікуватися як капітальна інвестиція, незважаючи на невиключність прав на нематеріальний актив, які виникають у франчайзі.

2. Система боргово-зобов'язальних взаємовідносин, яка формується між франчайзером та франчайзі (табл. 1) в аспекті нарахування разового (паушального) внеску та роялті (періодичної сервісної плати).

Зазвичай франчайзингова угода підписується на термін більший одного року, відповідно, відносини між її учасниками з нарахування та виплати роялті переходять в площину довгострокових. При цьому у випадку нарахування щомісячної плати безвідносно до суми отриманого підприємством-франчайзі доходу, загальний борг по ній в останнього відображається за кредитом рахунку 55, в той час як дебіторська заборгованість у франчайзера є об'єктом обліку з використанням субрахунку 183.

3. Оскільки паушальний внесок сплачується франчайзі (отримується франчайзером) авансово єдиним платежем, в той час як вигоди від використання франшизи є довготривалими, то віднесення його до витрат (доходів) звітного періоду відбувається поступово, рівними частинами, впродовж терміну дії договору з використанням механізму перерозподілу через рахунки витрат (доходів) майбутніх періодів. Важливою умовою, при цьому, є достовірність визначення останніх. Від-

повідно, доходи (витрати) майбутніх періодів можуть визнаватися лише у випадку встановлення договором «твердих» сум платежів, які не залежать від обсягів доходу, отримуваних франчайзі.

4. У вітчизняній спеціалізованій літературі і бухгалтерських періодичних виданнях досі немає одностайності щодо номенклатури субрахунків, які слід використовувати для відображення доходів і витрат періоду, які виникають в процесі здійснення франчайзингової діяльності. Пропонуються: 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг», 713 «Дохід від операційної оренди активів», 719 «Інші доходи від операційної діяльності», 23 «Виробництво», 903 «Собівартість реалізованих робіт і послуг», 91 «Загальновиробничі витрати», 93 «Витрати на збут». На наш погляд, найбільш раціональним та методологічно обґрунтованим є використання субрахунку 719 для відображення доходів, отриманих франчайзером у вигляді роялті, в той час як для обліку витрат підприємства-франчайзі за договором франчайзингу – рахунок 93 (для обліку «твердих» сум платежів) і субрахунок 704 (для обліку роялті у вигляді відсотку від отримуваних доходів).

Значимо, що дохід франчайзера від операцій франчайзингу може включати не лише вступний внесок та періодичні роялті, а й дохід у вигляді орендних і лізингових платежів; відрахування до рекламного фонду; націнку на вартість ТМЦ, які постачаються франчайзі; оплату різноманітних супутніх послуг (наприклад, пов'язаних з підбором приміщень і обладнання, посередництвом між франчайзі і фінансово-кредитними установами) тощо. Це повинно знайти своє відображення в системі аналітичних рахунків підприємства-франчайзера.

5. Згідно з чинними нормами оподаткування, викладеними у Податковому кодексу України, виплата роялті у грошовій формі не є об'єктом оподаткування ПДВ. У той же час дохід у вигляді роялті враховується при обчисленні об'єкта оподаткування податком на прибуток підприємств.

Узагальнимо вищевказані міркування, сформувавши таблицю з типовими проведеннями з обліку окремих франчайзингових операцій в учасників франчайзингової угоди (табл. 2).

Висновки і пропозиції. Відображення франчайзингових операцій на рахунках бухгалтерського обліку та в облікових регістрах є основою для належної організації облікових процесів як у підприємства-франчайзера, так і франчайзі. При цьому слід виходити з таких передумов:

- франшиза є об'єктом нематеріальних активів;
- франчайзингова діяльність є складовою операційної у підприємств – учасників франчайзингових відносин;

Таблиця 1

Відображення боргово-зобов'язальних відносин довго- та короткострокового характеру по франчайзинговій угоді на рахунках бухгалтерського обліку

Сторони франчайзингової угоди	Нарахована сума:		
	Разового внеску	Періодичне роялті	
	Загальна сума = Сума до отримання (сплати) звітному періоді	Загальна сума (за умови можливості визначення)	Сума до отримання (сплати) у звітному періоді
Франчайзер	Дт 373 «Розрахунки за нарахованими доходами»	Дт 183 «Інша дебіторська заборгованість»	Дт 373 «Розрахунки за нарахованими доходами»
Франчайзі	Кт 685 «Розрахунки з іншими кредиторами»	Кт 55 «Інші довгострокові зобов'язання», 611 «Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями в національній валюті»	Кт 685 «Розрахунки з іншими кредиторами»

Проведення з обліку операцій з франшизою та роялті у франчайзера та франчайзі

Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
	Дебет	Кредит
<i>I. Облік франшизи як об'єкта франчайзингової угоди</i>		
У франчайзі:		
Відображено витрати франчайзі на придбання франшизи у підприємства-франчайзера на суму разового внеску	154 «Придбання (створення) нематеріальних активів»	685 «Розрахунки з іншими кредиторами»
Уведення в господарський оборот об'єкта нематеріальних активів у вигляді франшизи	127 «Інші нематеріальні активи»	154 «Придбання (створення) нематеріальних активів»
У франчайзера:		
Отримано разовий внесок за користування франшизою від франчайзі	311 «Поточні рахунки в національній валюті»	69 «Доходи майбутніх періодів»
<i>II. Облік разового (паушального) внеску по франчайзинговій угоді</i>		
У франчайзі:		
Сплачено паушальний внесок за отримання франшизи	685 «Розрахунки з іншими кредиторами»	311 «Поточні рахунки в національній валюті»
У франчайзера:		
Враховано частину отриманого внеску у розрахунках за користування франшизою	69 «Доходи майбутніх періодів»	373 «Розрахунки за нарахованими доходами»
Включення до складу доходів звітного періоду частини отриманого паушального внеску	373 «Розрахунки за нарахованими доходами»	719 «Інші доходи від операційної діяльності»
<i>III. Облік періодичних внесків по франчайзинговій угоді:</i>		
У франчайзі (за умови надання права користування франшизою на обмежений термін ¹):		
Визнано витрати майбутніх періодів у сумі належних до виплати періодичних роялті згідно умов франчайзингової угоди	39 «Витрати майбутніх періодів»	55 «Інші довгострокові зобов'язання»
Переведено до складу поточної заборгованості частина довгострокових зобов'язань з роялті, яка підлягає погашенню протягом 12 місяців з дати балансу	55 «Інші довгострокові зобов'язання»	611 «Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями в національній валюті»
Сплачено періодичний внесок за умовами франчайзингової угоди	611 «Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями в національній валюті»	311 «Поточні рахунки в національній валюті»
Списано на витрати суму періодичного роялті, яка відноситься на звітний період	93 «Витрати на збут»	39 «Витрати майбутніх періодів»
У франчайзі (за умови надання права користування франшизою на необмежений термін):		
Списано на витрати суму періодичного роялті	93 «Витрати на збут»	685 «Розрахунки з іншими кредиторами»
Сплачено періодичний внесок за умовами франчайзингової угоди	685 «Розрахунки з іншими кредиторами»	311 «Поточні рахунки в національній валюті»
У франчайзера (за умови обмеженого терміну користування франшизою):		
Відображено довгострокову заборгованість франчайзі по сплаті загальної суми періодичних платежів	Дт 183 «Інша дебіторська заборгованість»	69 «Доходи майбутніх періодів»
Відображено поточну заборгованість франчайзі по сплаті франшизи	373 «Розрахунки за нарахованими доходами»	Дт 183 «Інша дебіторська заборгованість»
Отримано періодичний платіж за франшизу, який відноситься на звітний період	311 «Поточні рахунки в національній валюті»	373 «Розрахунки за нарахованими доходами»
Нараховано періодичний дохід від франшизи	69 «Доходи майбутніх періодів»	719 «Інші доходи від операційної діяльності»
У франчайзера (за умови необмеженого терміну користування франшизою):		
Нараховано періодичний дохід від франшизи	373 «Розрахунки за нарахованими доходами»	719 «Інші доходи від операційної діяльності»
Отримано періодичний платіж за франшизу	311 «Поточні рахунки в національній валюті»	373 «Розрахунки за нарахованими доходами»
<i>IV. Амортизація франшизи² у підприємства-франчайзі</i>		
Накопичено амортизацію об'єкту нематеріальних активів у вигляді франшизи	93 «Витрати на збут»	133 «Накопичена амортизація нематеріальних активів»

¹ При умові підписання франчайзингового договору на необмежений термін (так само, як і при встановленні суми періодичного роялті, залежно від отриманих доходів від реалізації) визначення загальної суми роялті є неможливим. Саме тому використання в обліку рахунків 39 та 69 є неможливим

² Крім франшизи з необмеженим терміном використання або довічної франшизи

– оскільки розрахунки між франчайзером і франчайзі мають довгостроковий характер і розтягнуті у часі, існує об'єктивна необхідність використання рахунків обліку доходів та витрат майбутніх періодів для дотримання основоположного принципу їх нарахування й відповідності; – при нарахуванні і сплаті/отриманні паушального та періодичних внесків, а також накопиченні амортизації франшизи у франчайзі важливим є термін, впродовж якого діє франчайзингова угода.

Список літератури:

1. Лиса О. Обліково-правові аспекти франчайзингу / О. Лиса, Р. Андрушко // Вісник Львівського національного аграрного університету. Сер : Економіка АПК. – 2013. – № 20(1). – С. 200-205.
2. Гнатишин Л. Суть франчайзингу та відображення його в обліку/ Л. Гнатишин, Л. Петришин // Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія: Економіка АПК. – 2010. – № 17/2. – С. 33-38.
3. Маковійчук О. В. Обліково-класифікаційний підхід франчайзингових операцій / О. В. Маковійчук // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. – 2013. – № 1(63). – С. 129-132.
4. Серпенінова Ю. С. Франчайзинг: сутність та порядок відображення в обліку / Ю. С. Серпенінова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 1. – С. 256-260.
5. Момот Л. В. Бухгалтерський облік франшизи / Л. В. Момот, О. В. Овдій // Наукові праці НУХТ. – 2010. – № 35. – С. 173-178.
6. Рудченко Ю. С. Можливості використання нематеріальних активів та практики франчайзингу в операціях кредитування сільськогосподарських товаровиробників / Ю. С. Рудченко, О. В. Меренков // Облік і фінанси АПК. – 2005. – № 5. – С. 32-38.
7. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV.
8. Бакуліч О. В. Економічний і правовий зміст відносин франчайзингу / О. В. Бакуліч // Вісник Національного транспортного університету. – 2008. – № 17, ч. 1.
9. Кибальчич А. А. Франчайзинг как одна из форм организации и ведения туристического бизнеса / А. А. Кибальчич, Е. В. Сталинская // Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції : збірник наукових праць. – 2011. – С. 65-67.
10. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» : Наказ міністерства фінансів України від 29.11.1999 № 290.
11. Алгазина Д. Г. Исследование управляющих параметров экономического взаимодействия участников договора франчайзинга / Д. Г. Алгазина // Сибирская финансовая школа. – 2008. – № 5. – С. 118-120.
12. Танин Ю.В. Франчайзинг: теория и российская практика / Ю.В. Танин, М.С. Шахова. – М. : МАКС Пресс, 2003. – 112 с.
13. Перчук О. Особливості обліку операцій франчайзингу у підприємства-франчайзі / О. Перчук // Економічний вісник університету ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім. Григорія Сковороди». – 2010. – Вип. 14.
14. Борейко Н. А. Проблемы и пути совершенствования учета разовых франчайзинговых платежей у франчайзи / Н. А. Борейко // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу : Міжнародний збірник наукових праць. – 2010. – Вип. 2(17). – С. 19-24.
15. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 (МСБО 38) «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_050.
16. Kieso D.E. Intermediate Accounting / D.E. Kieso, J.J. Weygandt, T.D. Warfield. – Volume 1, 14th ed. – John Wiley & Sons, 2011. – 888 p.
17. Федорова Т. Е. Особенности учета нематериальных активов по договору франчайзинга / Т. Е. Федорова // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2009. – № 3(27). – С. 206-209.
18. Про затвердження Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291.

Высочан О. С.

Национальный университет «Львовская политехника»

УЧЕТ НАЧИСЛЕНИЯ И УПЛАТЫ ПАУШАЛЬНОГО ВЗНОСА И ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ЧАСТИ РОЯЛТИ В СИСТЕМЕ ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ ПРАВООТНОШЕНИЙ

Резюме

Комплексно исследованы вопросы отражения долгово-обязательственных отношений долго- и краткосрочного характера по франчайзинговой сделке на счетах бухгалтерского учета. В частности, в аспектах: учета франшизы как объекта франчайзингового соглашения; учета разового (паушального) взноса по франчайзинговой сделке; учета периодических взносов по франчайзинговой сделке; амортизации франшизы у предприятия-франчайзи.

Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзи, паушальный взнос, роялти.

Vysochan O. S.

Lviv Polytechnic National University

ACCRUAL ACCOUNTING AND PAYMENT OF LUMP-SUM PAYMENT AND PERIODIC ROYALTIES IN THE SYSTEM OF FRANCHISE RELATIONS

Summary

Comprehensively researched questions reflect debt-contractual relations of long – and short-term nature of the franchise transaction in the accounts. In particular, in aspects of accounting franchise as object of franchise agreement; accounting for one-time (lump-sum) payment for franchise transaction; accounting periodic contributions for a franchise transaction; amortization of franchise.

Key words: franchising, franchise, franchisor, franchisee, franchise fee, royalty.