

УДК 330.341.1

## СУТЬ ФРАНЧАЙЗИНГУ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ ЙОГО В ОБЛІКУ

*Л. Гнатишин, к.е.н., Л. Петришин, к.е.н.  
Львівський національний аграрний університет*

**Ключові слова:** облік, франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзі, роялті, об'єкти інтелектуальної власності.

Встановлено економічну сутність і ознаки франчайзингу та франшизи. Досліджено порядок укладання договорів франчайзингу. Розроблено методику обліку операцій, які передбачені у договорі франчайзингу. Рекомендовано у договорі франчайзингу відображати детальний порядок платежів роялті між франчайзером і франчайзі.

**Постановка проблеми.** Успіх діяльності господарюючих суб'єктів на сучасному етапі розвитку економіки все більшою мірою визначає наявність тих видів контрольованих ними ресурсів, які, як правило, належать до об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ). Створювані або придбані господарюючими суб'єктами такі нематеріальні об'єкти можна використовувати безпосередньо у власній діяльності та (або) надавати для використання іншим суб'єктам. Зазвичай право на використання нематеріальних активів іншим суб'єктам надають на платній основі.

Останнім часом стосовно передачі прав на ОІВ на українському ринку все більшою популярністю користується такий вид поширення бізнесу, як франчайзинг. Під франчайзингом розуміють спосіб організації бізнесу, за якого один економічний суб'єкт (франчайзер) передає іншому економічному суб'єкту (франчайзі) право на продаж свого інтелектуального продукту або послуг [8].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В економічній науковій літературі поняття франчайзингу і франшизи висвітлено недостатньо. Переважно їх розглядають в юридичному та маркетинговому аспектах. Зустрічаємо низку праць прикладного характеру, в яких подано рекомендації стосовно укладення договорів франчайзингу, а також публікації з історії його виникнення, становлення та розвитку. Кількість наукових робіт теоретичного і практичного плану з проблеми в Україні до останнього часу залишається вкрай обмеженою. Зокрема проблемі обліку та оцінки торгових марок [6] та інших ОІВ, які є невід'ємними елементами франчайзингу [1, 7], приділяли увагу В. Зимовець, С. Зубик, Ю. Рудченко, І. Солодченко та ін.

Так, Ф. Котлер [2] виділяє наступні ознаки франчайзингу:

- франчайзер отримує відрахування за використання своєї торгової марки чи ОІВ (роялті);

- франчайзі сплачує початковий внесок за право стати частиною системи;
- франчайзер надає франчайзі систему ведення бізнесу.

Дослідження вітчизняних учених-обліковців зводяться до з'ясування правових аспектів і податкових питань франчайзингу, зокрема обліку франчайзингового бізнесу для оподаткування податком на прибуток та ПДВ [3; 4]. Водночас практично не зустрічаємо видань наукового характеру, які б розкривали теоретичні обґрунтування й відображення операцій в обліку та звітності сторін франчайзингової угоди. Існуюча на сьогодні методика обліку франчайзингу не створює можливостей для висвітлення зобов'язань між сторонами у звітності підприємства. Це у свою чергу робить неможливим його максимальне використання.

У контексті дослідження постає потреба в забезпеченні дієвої системи бухгалтерського обліку франчайзингу, що дасть змогу максимально ефективно використовувати цей вид ведення бізнесу.

**Постановка завдання.** З огляду на викладене, нашим завданням є розробка рекомендацій щодо відображення в системі бухгалтерського обліку операцій, які передбачено умовами франчайзингових угод.

**Виклад основного матеріалу.** Франчайзинг – це система договірних відносин між підприємствами, при яких одна сторона – франчайзер – від свого імені і під власним товарним знаком надає іншій – франчайзі:

- право на виробництво або реалізацію визначеного виду продукції;
- конкретні послуги, передбачені франчайзинговою угодою;
- право на отримання технічної та організаційної допомоги.

Франшиза – ділова концепція, розроблена для використання в межах франшизної системи.

Як правило, договір франчайзингу передбачає надання дозволу на використання товарного знака у комплексі з передачею комерційних і промислових секретів. Таким чином, з погляду договірних відносин франчайзер – це компанія, яка надає ліцензію на використання свого товарного знака та ноу-хау, а франчайзі – це компанія, яка отримує допомогу в організації ведення бізнесу і сплачує франчайзеру сервісну плату (роялті) за користування цим товарним знаком, ноу-хау та комерційним досвідом франчайзера (рис.1). Загалом, предметом договору франчайзингу є продаж франшизи (франчайзингового пакета), під якою розуміють повну бізнес-систему, складовими якої є торгові знаки, ноу-хау, навчання персоналу та консалтинг тощо. На практиці винагороду франчайзеру визначають у відсотках від загальної суми продажів, яку розраховують на підставі звітів франчайзі.

Облікове забезпечення франчайзингу, на нашу думку, безпосередньо залежить від умов договору. Оскільки визначення поняття «франчайзинг» в українському законодавстві немає, то у зв'язку з цим виникають певні ускладнення з бухгалтерським і податковим обліком таких операцій. Виходячи з того, що платежі за договором франчайзингу за своїм економічним змістом підпадають під визначення «роялті», доцільно було б у таких договорах зазначати, що франчайзі

сплачує франчайзеру платежі роялті з детальним визначенням порядку розрахунку останніх.

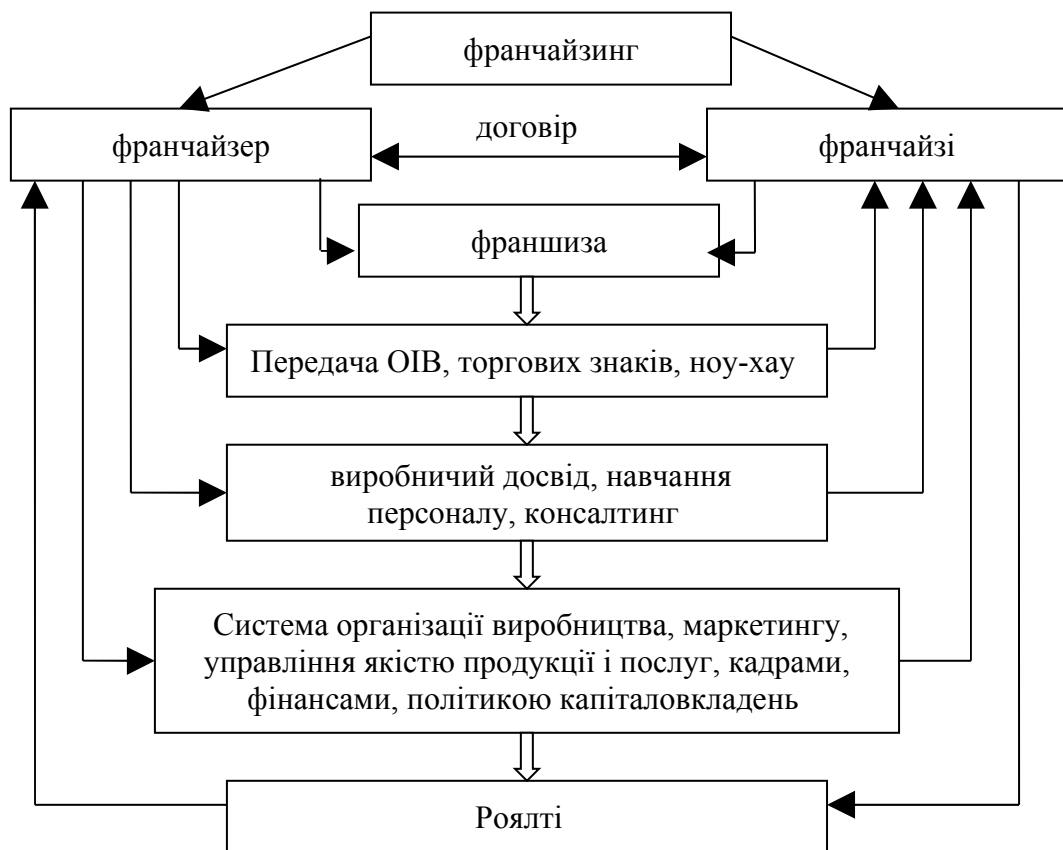
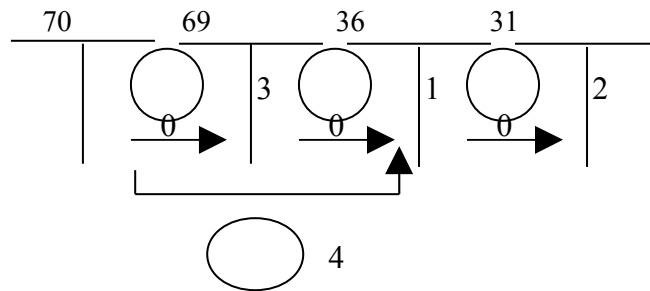


Рис. 1. Організаційна схема франчайзингового бізнесу.

Такий порядок зумовлений різноманітністю послуг та операцій, які охоплює пакет франшизи. З облікового погляду кращим варіантом було б взагалі уникати терміна «франчайзинг» і детально визначати предмет договору як договір на використання інтелектуальної власності. Значний вплив на правильне ведення обліку франчайзингу має визначення порядку передачі ділової і технічної інформації, інструкцій і документації. Водночас ускладнення виникнуть у разі, якщо згідно з договором франчайзер надає послуги з навчання персоналу франчайзі. З метою правильної класифікації доходів і витрат у бухгалтерському і податковому обліку доцільно чітко виділяти у договорах франчайзингу належну до сплати суму роялті за використання знака на товари і послуги, ноу-хау та інші

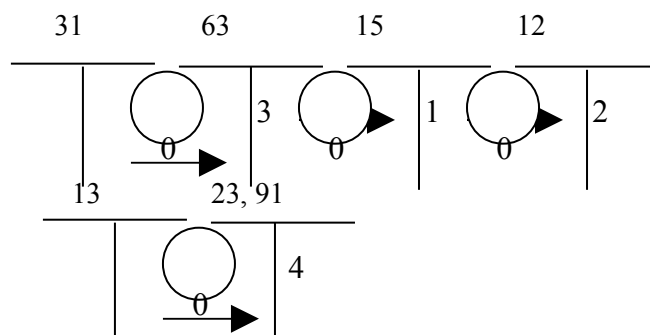
витрати, які не можуть бути віднесені до роялті (відрахування у загальний фонд реклами) (рис. 2).



1. Підписаний договір франчайзингу.
2. Отримана оплата за договором франчайзингу.
3. Визначений дохід за методом рівномірного нарахування.
4. Нарховані періодичні платежі за договором франчайзингу (періодичні платежі за послуги визнають як дохід за принципом нарахування згідно з економічним змістом договору франчайзингу (ст. 10 П(С)БО 15)).

Рис. 2. Облік операцій у франчайзера.

Франшиза входить до складу нематеріальних активів, оскільки франчайзинговий пакет володіє основними якостями, властивими нематеріальним активам (ст. 4, 6 П(С)БО 8). Розрахунок амортизації франшизи здійснюють методами, передбаченими П(С)БО 7 «Основні засоби», протягом терміну дії договору (рис. 3). У виборі методу амортизації треба виходити з умов отримання майбутніх економічних вигод. Якщо такі умови визначити неможливо, то амортизацію нараховують із застосуванням прямолінійного методу (ст. 27 П(С)БО 8). Однак якщо основною складовою франчайзингового пакета є обладнання, то придбання такого пакета входить до складу основних засобів, а не нематеріальних активів.



1. Підписаний договір франчайзингу.
2. Відображення франшизи в складі нематеріальних активів.
3. Перераховано платіж за договором франчайзингу.
4. Нараховано амортизацію франшизи.

Рис. 3. Облік операцій у франчайзі.

**Висновки.** Дослідження франчайзингу як бізнесу дозволили виявити його специфічний зміст, класифікаційні ознаки, структурні елементи і запропонувати власний варіант відображення таких операцій в обліку. Як результат встановлено неадекватність інформаційного забезпечення франчайзингових операцій потребам управління. Запропонована методика обліку операцій, передбачених договором франчайзингу, може бути основою для розробки відповідних методичних рекомендацій.

#### Бібліографічний список

1. Зимовець В. Роялті на вашу голову [Електронний ресурс] / В. Зимовець, С. Зубик. – Режим доступу : <http://www.dtk.com.ua/debet/rus/2001/45/45pr17.html>; <http://www.dtk.com.ua/debet/ukr/2001/46/46pr15.html>.
2. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер. – СПб, 2004. – 800 с.
3. Про оподаткування прибутку підприємств : Закон України // Все про бухгалтерський облік. – 2004. – № 85. – С. 1-48.
4. ПРО ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ : ЗАКОН УКРАЇНИ // ВСЕ ПРО БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК. – 2005. – № 41. – С. 7-41.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1-31 // Бухгалтерський облік в Україні : нормативна та методична база : навч. посіб. – Львів : Магнолія плюс, 2006. – 264 с.
6. Рудченко Ю. С. Торгові марки – на баланси підприємств (аргументація конкурентноздатності) [Електронний ресурс] / Ю. С. Рудченко. – Режим доступу : <http://magazine.faaf.org.ua/content/view/27/35/>.
7. Солодченко І. Договори франчайзингу: податковий і бухгалтерський облік [Електронний ресурс] / І. Солодченко. – Режим доступу : <http://www.dtk.com.ua/show/1cid01265.html>; <http://www.dtk.com.ua/show/1cid01257.html>.
8. Энциклопедия рынка. Совместное предпринимательство : мировой опыт – практика в России: русско-английский словарь-справочник : практ. пособие. – Ч. 6 / [отв. ред. Б. Г. Дякин]. – М. : ROSBI, 2000. – 590 с.

**Гнатышин Л., Петрышин Л. Сущность франчайзинга и его отображение в учете**

Установлена экономическая сущность и признаки франчайзинга и франшизы. Исследован порядок заключения договоров франчайзинга. Разработана

методика учета операций, которые предусмотрены в договоре франчайзинга. Предложено в договоре франчайзинга отображать детальный порядок платежей роялти между франчайзером и франчайзи.

**Ключевые слова:** учет, франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзи, роялти, объекты интеллектуальной собственности.

**Gnatyshyn L., Petryshyn L. Franchayzing essence and his reflection in account**

Economic essence and signs of franchayzing and franshiza in the article is set. Order of entering into the contracts of franchayzing investigational. Operations which are foreseen in the contract of franchayzing, the method of account is developed. Detailed order of payments of royalty between franchisor and franchisee it is recommended in the contract of franchayzing.

**Key words:** account, franchayzing, franchiza, franchisor, franchisee, royalty, objects of intellectual property.