

Эта разнонаправленность исследований в целом обеспечила на данный момент времени более или менее объемное изучение гендерной проблематики лидерства, а в прикладном отношении позволила находить «свои проблемы» и их решение для тех, кто захотел стать более эффективным лидером.

УДК 657.22

Бухгалтерский учет и налогообложение рекламных расходов

Милош Р.В.

Научный руководитель старший преподаватель Савчук Н. Н.

Белорусский национальный технический университет

Рекламные расходы – это расходы организации на рекламные мероприятия через средства массовой информации, на световую и наружную рекламу, включая изготовление рекламных щитов и рекламных стендов, на участие в выставках, экспозициях, ярмарках, на оформление витрин, выставок-продаж, комнат образцов и демонстрационных залов, изготовление брошюр и каталогов, содержащих информацию о реализуемых товарах, об их качестве, достоинствах, преимуществах, а также на приобретение (изготовление) призов, вручаемых победителям розыгрышей таких призов во время проведения рекламных кампаний.

Расходы на рекламу относятся к расходам, связанным с реализацией продукции, поэтому они уменьшают налогооблагаемую прибыль. Важно, чтобы такие расходы были документально подтверждены первичными учетными. Таким документом является акт приемки-передачи оказанных услуг.

Согласно Типовому плану счетов бухгалтерского учета рекламные расходы учитываются предприятиями отраслей материального производства с последующим отнесением на себестоимость реализованной продукции на счете 44 «Расходы на реализацию», субсчет «Коммерческие расходы».

Предприятия торговли и общественного питания могут включать расходы на рекламу в состав издержек обращения и отражать их на счете 44 «Расходы на реализацию», субсчет «Издержки обращения». Типовым планом счетов также предусмотрено, что снабженческие, сбытовые,

торговые, иные посреднические и другие подобные им предприятия также могут отражать расходы на рекламу на счете 44 «Расходы на реализацию».

Реклама относится к расходам, связанным с реализацией продукции, следовательно, она относится к коммерческим расходам. Данное утверждение можно отследить на счетах бухгалтерского учета: расходы на рекламу отражаются на счете 44 «Расходы на реализацию», субсчет «Коммерческие расходы».

УДК 339.138

Зонтичные бренды на территории Республики Беларусь

Милош Р.В.

Научный руководитель старший преподаватель Аснович Н.Г.

Белорусский национальный технический университет

Не так давно широкое распространение получила практика производства различных товаров, продукции, работ, услуг под брендами алкогольных напитков и табачных изделий, а также в аналогичной потребительской таре. Проще говоря, речь идет о скрытой рекламе, например, водки под видом рекламы минеральной воды. В рекламной науке это называется «зонтичным брендом».

Под «зонтичным брендом» или «мегабрендом» принято понимать существование нескольких отличных друг от друга продуктов под общим названием.

Так и в Республике Беларусь еще несколько лет назад активно использовался данный вид рекламы для выпуска безалкогольной продукции под брендами алкогольных напитков. В качестве примера можно назвать такие известные бренды как «Бульбашь», «Сваяк» и «Налібокi».

Такая практика имеет целью разместить рекламу алкогольных напитков и табачных изделий в обход законодательных ограничений. Производители же пошли дальше: начали разливать питьевую воду в бутылки, имитирующие бутылки из-под водки.

Данный факт был негативно принят общественностью, в следствие чего было принято решение о запрете рекламирования зонтичных брендов производителей алкоголя и табака. Это установлено законом от 10 июля