

УДК 657.628

Применение статистических методов для изучения нематериальных активов в телевизионных компаниях

САЛИН ВИКТОР НИКОЛАЕВИЧ,

кандидат экономических наук, профессор кафедры «Статистика»

Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия

E-mail: kafedrastatistiki@mail.ru

ВАХРАМЕЕВА МАРИНА ВЕНИАМИНОВНА,

кандидат экономических наук, доцент кафедры «Статистика»

Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия

E-mail: kafedrastatistiki@mail.ru

АНТРОПОВА ЕКАТЕРИНА АНДРЕЕВНА,

консультант по аудиту ЗАО «ПрайсвогтерхаусКуперс аудит», г. Москва, Россия

E-mail: kafedrastatistiki@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В статье анализируются основные направления изучения нематериальных активов в телевизионных компаниях, рассмотрены различные подходы к способам сбора и представления статистических данных о нематериальных активах на телевидении, основные классификации и группировки нематериальных активов для обобщения и систематизации информации.

Авторы подробно рассматривают принципы идентификации нематериальных активов в международной и российской практике учета и отчетности, дают характеристику особенностей учета и применения нематериальных активов в сфере телевизионной деятельности.

Большое внимание уделено определению понятия «телевизионный контент». Рассмотрены вопросы, касающиеся наполнения телевизионного контента, его состава, оценки изменений в структуре.

В статье обозначены источники информации для получения статистических данных о нематериальных активах в телевизионных компаниях, сформированы требования, предъявляемые к ее полноте и достоверности. Авторы предложили альтернативные способы получения информации, основанные на применении положений теории статистического наблюдения.

Для систематизации и обобщения информации, полученной на стадии статистического наблюдения, авторы предложили группировку нематериальных активов в телевизионных компаниях по различным существенным признакам.

Ключевые слова: нематериальные активы, телевизионная компания, телевизионный контент, стоимость нематериальных активов, применение нематериальных активов.

The Implementation of Statistical Techniques for the Analysis of Intangible Assets in Television Broadcasters

VICTOR N. SALIN,

*Ph.D. in Economics, Professor of the Statistics Department,
Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia*
E-mail: kafedrastatistiki@mail.ru

MARINA V. VAKHRAMEEVA,

*Ph.D. in Economics, Associate professor of the Statistics Department,
Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia*
E-mail: kafedrastatistiki@mail.ru

EKATERINA A. ANTROPOVA,

Audit consultant, PwC, Moscow, Russia
E-mail: kafedrastatistiki@mail.ru

ABSTRACT

The principal directions of the examination of intangible assets in television broadcasters are analysed in the article. Various approaches to the ways of gathering and presentation of the statistical data about intangible assets on television are addressed. Main classifications and groupings of intangible assets for the generalization and systemization of the information are presented.

The authors conduct a detailed examination of the principles of identification of intangible assets in the international and Russian practice of accounting and reporting, they also give a description of the characteristics of accounting peculiarities and the implementation of the intangible assets in the sphere of TV activities.

Great attention is paid to the definition of the concept «TV content». The questions relating to contents of TV content, its composition, and the assessment of the changes in the structure are considered in the article.

The article outlines the sources of information intended to obtain statistical data about intangible assets in the TV companies. The article also forms the requirements for the completeness and accuracy of that information. The authors have proposed the ways of obtaining information on an alternative basis, focused on the implementation of the theory of statistical observation.

For the systematization and the generalization of the information obtained at the stage of statistical observation, the authors proposed to group intangible assets in companies judging from their various essential features.

Keywords: *intangible assets, television broadcaster, television content, intangible value, the implementation of intangible assets.*

Коренные изменения в экономике России, развитие рыночных отношений привели к увеличению спроса на результаты деятельности в области создания и усовершенствования различного рода нематериальных активов. Нематериальные активы являются весьма перспективным видом активов с точки зрения их использования для производства товаров, работ, услуг, так как позволяют оптимизировать производственный процесс и увеличить эффективность реализации созданных продуктов.

Целесообразность применения нематериальных активов в экономической деятельности

предприятий обусловлена тем, что по своей сути они являются носителями значимой информационной составляющей. Современные нематериальные активы дают возможность хозяйствующим субъектам оперативно корректировать свою финансово-хозяйственную деятельность и упрочить свои позиции на рынке.

В российской практике учет нематериальных активов предприятий и организаций регулируется Положением по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007), которое было разработано с учетом положений

Международного стандарта финансовой отчетности (МСФО) (IAS) 38 «Нематериальные активы». В соответствии с положениями этого стандарта нематериальный актив представляет собой идентифицируемый немонетарный актив, не имеющий физической формы¹.

В соответствии с международными стандартами учета и отчетности для идентификации нематериального актива как объекта учета используют следующие критерии²:

- наличие вероятности получения будущих экономических выгод, проистекающих из актива;
- возможность надежно оценить себестоимость данного актива.

В ПБУ 14/2007 перечень критериев расширен. В соответствии с российскими стандартами учета для признания актива в качестве нематериального необходимо единовременное выполнение следующих условий³:

- способность актива приносить организации будущие экономические выгоды;
- наличие у организации прав на получение данных экономических выгод;
- возможность идентификации актива;
- предназначение актива для использования в течение длительного периода времени, т.е. срока полезного использования, продолжительностью свыше 12 мес. или обычного операционного цикла, если он превышает 12 мес.;
- организация не имеет намерений реализовать актив в течение 12 мес. или обычного операционного цикла, если он превышает 12 мес.;
- наличие возможности достоверного определения фактической (первоначальной) стоимости объекта;
- отсутствие у объекта материально-вещественной формы.

Как объект статистического изучения нематериальные активы в телевизионных компаниях имеют некоторые особенности, которые необходимо учитывать при проведении различных аналитических процедур [1, 2]. К ним относят:

¹ Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 «Нематериальные активы» (в ред. от 17.12.2014) // приказ Минфина России от 25.11.2011 № 160н «О введении в действие Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации» (в ред. от 21.01.2015).

² Там же.

³ Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007) // приказ Минфина России от 27.12.2007 № 153н (в ред. от 24.12.2010).

1. Существенность. Нематериальные активы телевизионных компаний не только составляют значительную долю в валюте баланса, но и являются действенным инструментом получения прибыли.
2. Наличие специфических операций по приобретению и использованию в хозяйственной деятельности нематериальных активов.
3. Тесная связь нематериальных активов с расходами будущих периодов, поскольку совокупность активов, учтенных в составе нематериальных активов и расходов будущих периодов, определяют содержание телевизионного контента.

Контент — это содержание телевизионного эфира, который включает в себя следующие основные элементы:

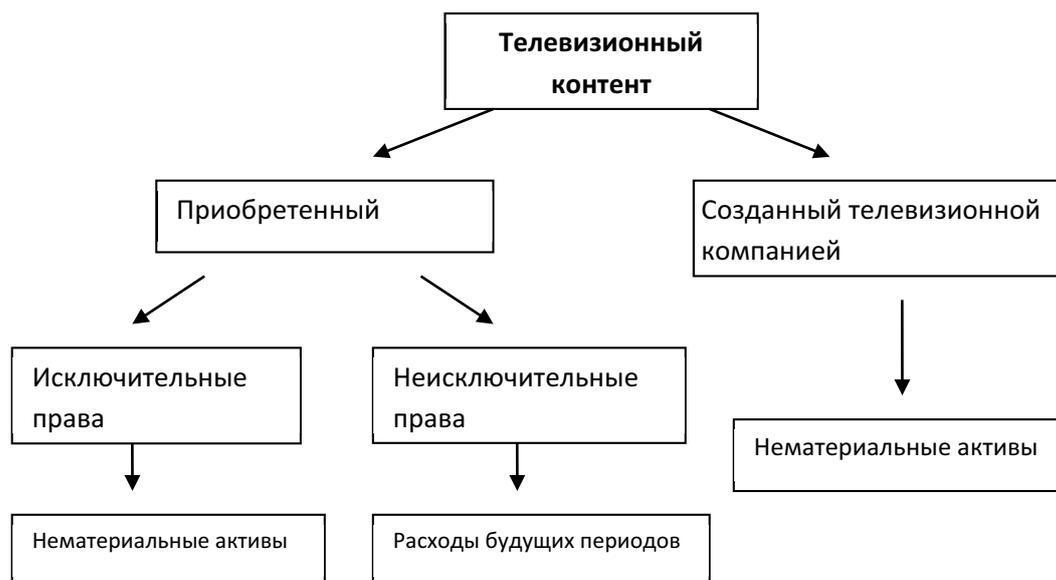
1. Программы, разработанные для непосредственного показа по телевидению. К данной группе относятся телевизионные передачи, сериалы, документальные фильмы и т.п.
2. Материалы, для которых показ по телевидению вторичен. Первоначально они были созданы для других целей. К ним, например, можно отнести художественные фильмы, которые изначально были сняты для показа на широком экране.
3. Реклама.
4. Межпрограммные заставки. Данный инструмент помогает организовать телевизионный эфир.

Структуру телевизионного контента иллюстрирует рисунок.

Структура телевизионного контента предопределяет деление всех нематериальных активов телевизионной компании на две большие группы:

1. Программные права — это исключительные права на контент телевизионного канала. Данная группа является существенной для предприятий медиаиндустрии и составляет значительную долю его нематериальных активов.
2. Прочие нематериальные активы. В эту группу входят товарные знаки (расходы на бренд), программное обеспечение и т.п.

Для подробного изучения структуры, состава и стоимости нематериальных активов в телевизионных компаниях с целью определения эффективности их использования в хозяйственной деятельности целесообразно применять методы статистического исследования, а именно



Структура телевизионного контента

статистическое наблюдение, сводку и группировку данных, расчет и анализ обобщающих показателей.

Источниками информации для получения количественных характеристик об объектах нематериальных активов телевизионных компаний в различных аспектах их изучения являются данные бухгалтерского учета и отчетности, статистической отчетности, а также расчетные аналитические показатели. При формировании базы статистических данных об объектах нематериальных активов в телевизионных компаниях следует помнить, что информация должна обладать следующими свойствами [3]:

- 1) актуальностью — означает наличие достоверных данных на определенную дату об объектах нематериальных активов в разрезе их стоимости, срока полезного использования, суммы амортизационных отчислений и по другим существенным признакам;
- 2) достоверностью — предполагает регламент сбора данных о нематериальных активах с соблюдением всех методологических положений статистического наблюдения и использование адекватных источников информации;
- 3) релевантностью — обеспечивает соответствие собранной информации о нематериальных активах телевизионной компании целям и задачам их статистического исследования;

- 4) полнотой собранной информации о нематериальных активах — она должна быть достаточной для принятия управленческих решений руководством телевизионной компании;
- 5) понятностью собранных данных о нематериальных активах — данная информация должна быть изложена в четкой, ясной и понятной форме и доступна пониманию всех заинтересованных пользователей.

Проведение мониторинга объектов нематериальных активов является необходимым условием эффективной работы телевизионных компаний. Это обусловлено спецификой функционирования рынка телевизионных услуг. Основным источником дохода телевизионных компаний является реализация рекламных услуг. Заинтересованность рекламодателей в размещении информации о своих товарах и услугах на телевидении во многом определяется телевизионным контентом. Как правило, материалы, транслируемые на телевизионном канале, могут быть квалифицированы как объекты нематериальных активов. Поэтому изучение наличия, состава, структуры нематериальных активов телевизионных компаний и их использования с точки зрения экономической целесообразности в хозяйственной деятельности поможет решить целый комплекс управленческих задач.

Под статистическим наблюдением понимают планомерное и научно организованное наблюдение за явлениями в различных сферах социальной

и экономической жизни общества путем регистрации определенных признаков у отдельных единиц обследуемой совокупности. Основной задачей проведения статистического наблюдения является сбор полной и достоверной информации об изучаемых явлениях и процессах.

Проведение статистического наблюдения включает в себя следующие этапы: подготовительный; сбор данных; автоматизированную обработку данных.

Практическая реализация метода статистического наблюдения базируется на программе наблюдения. Она представляет собой перечень вопросов, на которые необходимо получить ответы. Содержание программы должно состоять из двух разделов: ознакомительного и выполнения процедур по сбору информации о нематериальных активах (основной).

В процессе ознакомления с информацией о наличии и составе нематериальных активов можно использовать различные методы, которые широко применяются в аудиторской практике. В конечном итоге все они предполагают выполнение следующих процедур: составление реестра нематериальных активов; отбор наиболее крупных объектов нематериальных активов; по отобранным объектам нематериальных активов подробное изучение всех первичных учетных документов и порядка начисления амортизации. Кроме того, необходимо провести расшифровку соответствующих статей отчетности и на ее основе составить матрицу изменений по составу и стоимости отдельных нематериальных объектов, а также проанализировать причины этих изменений.

Важным аспектом ознакомления с объектами нематериальных активов в телевизионных компаниях является их проверка на обесценение и порядок их переоценки [2]. Признаками обесценения нематериальных активов являются:

1. Ребрендинг. Телевизионная компания может произвести ребрендинг, в результате чего она станет ориентироваться на новую аудиторию и будет показывать совершенно другие фильмы и телевизионные передачи. В этом случае необходимо произвести переоценку элементов контента, так как он уже не будет генерировать доходы организации.
2. Программные права с низкими рейтингами. По каждой телевизионной передаче телевизионная компания составляет предварительный оценочный рейтинг. Если данный

рейтинг после непосредственного выхода передачи в эфир окажется значительно ниже заявленного, то данный нематериальный актив необходимо переоценить.

По нашему мнению, общий вид программы для сбора данных о нематериальных активах телевизионных компаний можно представить, как показано в *таблице*.

Для всестороннего изучения нематериальных активов телевизионной компании невозможно обойтись без их классификации. Однако как в российских, так и в международных стандартах учета и отчетности она не определена, в этих документах приведен лишь примерный перечень объектов нематериальных активов.

Для обобщения и систематизации данных об объектах нематериальных активов целесообразно использовать метод сводки и группировки. Этот метод активно используется в телевизионных компаниях для изучения нематериальных активов по различным направлениям. Для группировки данных применяют различные существенные признаки, рассмотрим некоторые из них более подробно [3].

По сроку полезного использования нематериальные активы можно разделить на следующие группы:

1. Краткосрочные нематериальные активы. Они используются телевизионной компанией меньше года.
2. Долгосрочные нематериальные активы. Они используются телевизионной компаний больше года. Их можно дополнительно разделить на следующие подгруппы:
 - активно транслируемые нематериальные активы. Данные активы регулярно вставляются в сетку вещания телевизионного канала (например, популярные фильмы);
 - редко транслируемые нематериальные активы. По данной группе нематериальных активов при оценке их стоимости целесообразно рассмотреть вопрос об их возможном обесценении.

По способам поступления нематериальные активы можно разделить на следующие группы:

1. Активы, произведенные самой организацией.
2. Активы, приобретенные на внутреннем рынке.
3. Активы, приобретенные на внешнем рынке.

Существенным элементом нематериальных активов телевизионной компании являются раз-

**Программа наблюдения объектов нематериальных активов
в телевизионной компании**

Содержание программы	Источник информации
<i>Ознакомительный этап</i>	
Специфика бизнеса и особенности нормативного и правового регулирования интеллектуальных прав	Отраслевые нормативные документы
Система учета и документирования хозяйственных операций с нематериальными активами	Учетная политика организации
Положения учетной политики, раскрывающие методологию учета нематериальных активов	Учетная политика организации
Анализ данных бухгалтерской отчетности в части раскрытия информации о нематериальных активах	Бухгалтерская отчетность
Оценка организации и состояния учета нематериальных активов	Регистры бухгалтерского учета
Оценка порядка документирования хозяйственных операций с нематериальными активами	Первичные учетные документы
Наличие и порядок хранения правоустанавливающих документов на объекты интеллектуальной собственности	Порядок архивирования документов
<i>Основной этап</i>	
Анализ состава и структуры нематериальных активов	Бухгалтерская отчетность, данные бухгалтерских и налоговых регистров
Результаты инвентаризации нематериальных активов	Карточки учета (форма № НМА-1)
Порядок формирования первоначальной стоимости нематериальных активов, в том числе созданных собственными силами	Первичные учетные документы. Регистры бухгалтерского и налогового учета
Своевременность и правильность документального оформления факта принятия к учету нематериальных активов, в том числе созданных собственными силами	Первичные учетные документы. Регистры бухгалтерского и налогового учета. Локальные регламентирующие документы
Порядок установления и документального оформления срока полезного использования нематериальных активов	Первичные учетные документы. Регистры бухгалтерского и налогового учета. Локальные регламентирующие документы
Порядок установления и документального оформления способов начисления амортизации нематериальных активов	Учетная политика, расчет амортизации нематериальных активов
Расчет сумм амортизационных отчислений по нематериальным активам	Карточки учета (форма № НМА-1), расчет амортизации нематериальных активов
Наличие признаков обесценения нематериальных активов и их экономическая обоснованность	Локальные документы, подтверждающие снижение стоимости нематериальных активов
Порядок отражения в учете операций по обесценению нематериальных активов	Регистры бухгалтерского и налогового учета. Расчет обесценения нематериальных активов
Своевременность и правильность документального оформления факта выбытия нематериальных активов, в том числе созданных собственными силами	Первичные учетные документы. Регистры бухгалтерского и налогового учета. Локальные регламентирующие документы
Определение финансового результата при реализации нематериальных активов	Первичные учетные документы. Регистры бухгалтерского и налогового учета. Локальные регламентирующие документы

личные программные права. Программные права можно сгруппировать следующим образом:

1. Телевизионные сериалы. Отличительной чертой телевизионных сериалов является их многосерийность. Некоторые сериалы состоят из двух-трех серий, и поэтому максимально приближены к кинофильмам. Другие могут транслироваться в течение нескольких месяцев или нескольких лет. Поэтому телевизионные сериалы можно дополнительно разделить на следующие подгруппы: краткосрочные и долгосрочные.

Еще одним классификационным признаком для сериалов может быть количество сезонов, которые они демонстрируются по телевидению. Наличие у сериала продолжительности более одного сезона свидетельствует о его успешности. Существуют, однако, сериалы, которые в силу своей сюжетной завершенности не могут иметь второго и третьего сезонов. Сериалы могут быть также классифицированы по различным жанрам (детектив, фэнтези и т.д.).

2. Художественные фильмы. Художественные фильмы можно дополнительно разделить на подгруппы по отдельным жанрам. При этом необходимо учитывать, что в настоящее время практически не существует кинокартин, относящихся только к одному жанру, поэтому один объект нематериальных активов может попасть сразу в несколько групп. В этом случае следует выделять основную сюжетную линию и по ней относить фильм к соответствующей группе. Выделяют следующие виды жанров художественных фильмов: кинокомедия; мелодрама; драма; приключенческий фильм; вестерн; детектив; триллер; фильм-катастрофа; боевик; исторический фильм; фильм ужасов; фантастика; мультфильм.

3. Телевизионные программы. Отличительной особенностью является наличие ведущего. В данной группе можно выделить следующие подгруппы: политические телевизионные программы; новостные телевизионные программы; образовательные телевизионные программы; спортивные телевизионные программы; детские телевизионные программы; развлекательные телевизионные программы; библиографические телевизионные программы.

Телевизионные программы также можно разделить на подгруппы в зависимости от частоты их показа: транслируемые однократно и транслируемые многократно.

Кроме того, телевизионные программы можно разделить на односерийные и многосерийные.

Многосерийные телевизионные программы могут также делиться на показы по сезонам.

Еще одним существенным признаком для группировки телевизионных программ является рейтинг популярности программы, так как программы с наибольшим рейтингом приносят телевизионной компании наибольшую прибыль. Группировка телевизионных программ по данному признаку производится на основе экспертных оценок.

В соответствии с действующим законодательством все телевизионные компании должны присвоить транслируемым телевизионным программам категорию и текстовое предупреждение об ограничении распространения информационной продукции среди детей. Это требование также можно рассматривать как признак при группировке телевизионных программ. В настоящее время действуют следующие категории ограничения:

- применительно к категории информационной продукции для детей, не достигших возраста 6 лет, — в виде цифры «0» и знака «плюс»;
- применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста 6 лет, — в виде цифры «6» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «Для детей старше 6 лет»;
- применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста 12 лет, — в виде цифры «12» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «Для детей старше 12 лет»;
- применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста 16 лет, — в виде цифры «16» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «Для детей старше 16 лет»;
- применительно к категории информационной продукции, запрещенной для детей, — в виде цифры «18» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «Запрещено для детей».

Литература

1. Авдеев В.В. Приобретение исключительных и неисключительных прав в учреждениях культуры // *Налоги*. 2014. № 36. С. 6–13.
2. Семенихин В.В. Основные средства и нематериальные активы. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2014, 1037 с.

3. *Авдеев В.В.* Учреждения культуры: приобретение исключительных и неисключительных прав в учреждениях культуры // *Налого.* 2014. № 42. С. 13–20.

References

1. *Avdeev V. V.* Priobretenie iskliuchitel'nykh i neiskliuchitel'nykh prav v uchrezhdeniiakh kul'tury [The acquisition of the exclusive and non-exclusive rights in cultural institutions]. *Nalogi — Taxes*, 2014, no. 36, pp. 6–13 (in Russ.).
2. *Semenikhin V. V.* Osnovnye sredstva i nematerial'nye aktivy. 2-e izd., pererab. i dop [Fixed assets and intangible assets / second edition, revised and updated]. Moscow, GrossMedia, ROSBUKH — GrossMedia, ROSBUKH, 2014, 1037 p. (in Russ.).
3. *Avdeev V. V.* Uchrezhdeniia kul'tury: priobretenie iskliuchitel'nykh i neiskliuchitel'nykh prav v uchrezhdeniiakh kul'tury [Cultural institutions: the acquisition of the exclusive and non-exclusive rights in cultural institutions]. *Nalogi — Taxes*, 2014, no 42, pp. 13–20 (in Russ.).