

комплексне вивчення кожного із них з метою виявлення сильних і слабких сторін окремого підприємства у кожному конкретному випадку [3].

Основною проблемою, яка перешкоджає підвищенню прибутковості, більшості аграрних виробників є недостатній рівень матеріально-технічного забезпечення, відсутність інформації про кон'юнктуру ринку, реальні ціни на деякі види продукції, що в свою чергу призводить до зменшення обсягів виробництва та реалізації продукції, і як наслідок з цього, втрати позицій на ринку. Наявні канали реалізації продукції не відбивають інтереси безпосередніх товаровиробників сільськогосподарської продукції, що призводить до зниження їх доходів і погіршення фінансового стану[4].

З метою підвищення рівня ефективності виробництва сільськогосподарські підприємства повинні використовувати, насамперед, внутрішні можливості щодо забезпечення раціонального використання наявного виробничо-ресурсного потенціалу та проведення маркетингової діяльності.

Для підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств необхідно вирішити наступні завдання:

- 1) підвищення ефективності використання наявного потенціалу підприємств;
- 2) зростання рівня мотивації персоналу сільськогосподарських підприємств як запорука підвищення ефективності та результативності праці;
- 3) оновлення матеріально-технічної бази виробників сільськогосподарської продукції у різних формах та на основі різних джерел фінансування;
- 4) впровадження ефективної підприємницької стратегії на основі удосконалення організації виробництва та впровадження концепції маркетингу;
- 5) підвищення ефективності державної підтримки та державного регулювання ризикового за своєю природою і водночас стратегічно важливого сільськогосподарського виробництва[5].

Література.

1. Заець К.Д. Державне регулювання виробництва та проблеми підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / К.Д. Заець // Науковий вісник БДФА. Серія: Економічні науки : зб.наук.праць / гол.ред. В.В. Прядко; Міністерство фінансів України, БДФА. – Чернівці: Технодрук, 2009. – Вип. 4. – С. 190-195.
2. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: монографія / М.Й. Малік, О.А. Нужна. – К.: Інститут аграрної економіки, 2007. – 270 с.
3. Месель-Веселяк В.Я. Напрями забезпечення конкурентоспроможності аграрного виробництва / В.Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2009. – №10. – С. 7-14.
4. Кулешова Г.М. Конкуренція і конкурентоспроможність в агропромисловому виробництві / Г.М.Кулешова // Економіка АПК. – 2008. – №3. – С. 126-132.
5. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.



ПОМИЛКОВЕ ПЕРЕРАХУВАННЯ КОШТІВ НА ПОТОЧНІ РАХУНКИ У БАНКУ

*Лимаренко А.В., Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. Петра Василенка
Науковий керівник – к.е.н., доцент Поливана Л.А.*

Для зберігання коштів і здійснення всіх видів банківських операцій юридичним та фізичним особам відкривають в установах банків рахунки, що регулюється Законом України «Про банки та банківську діяльність» від 07.12.2000 № 2121-III [1].

Всі платежі із рахунків підприємств і організацій здійснюють у порядку черги надходження в облік розрахункових документів, що регулюється діючим нормативними

документами, зокрема Законом України «Про платіжні системи та переказ грошей в Україні» від 05.04.2001 № 2346-III [2].

Розрахунки між підприємствами і організаціями здійснюються, як правило, у безготівковій формі через банк, що визначено «Інструкцією про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті» від 21.01.2004 № 22 [3]. Саме рахунок 31 «Рахунки в банках» призначений для обліку наявності та руху грошових коштів, що знаходяться на рахунках у банку, які можуть бути використані для поточних операцій. Він активний, балансовий, призначений для обліку грошових коштів і має такі субрахунки:

- 311 «Поточні рахунки в національній валюті»;
- 312 «Поточні рахунки в іноземній валюті»;
- 313 «Інші рахунки в банку в національній валюті»;
- 314 «Інші рахунки в банку в іноземній валюті»;
- 315 «Спеціальні рахунки в національній валюті»;
- 316 «Спеціальні рахунки в іноземній валюті».

Безготівкові розрахунки – це перерахування певної суми коштів з рахунків платників на рахунки отримувачів, а також перерахування банками за дорученням підприємств і фізичних осіб коштів, унесених ними готівкою в касу банку, на рахунки дотримувачів коштів.

Безготівкові розрахунки здійснюються за двома основними грошовими потоками. Це по-перше, надходження грошових коштів на рахунок; по-друге, витрачання коштів з рахунку. Безготівкові розрахунки між підприємствами, організаціями та установами всіх форм власності, підприємствами без створення юридичної особи і фізичними особами здійснюються у національній валюті України через банки шляхом перерахування коштів з рахунка платника на рахунок одержувача коштів. Кошти з рахунка клієнта списуються за розпорядженням його власника, крім випадків, у яких чинним законодавством передбачене безспірне стягування та безакцептне списання коштів.

Не дивлячись на добре налагоджену банківську систему, трапляються помилки, причиною яких є як людський фактор, так і технічний збій. Однією з частих проблем є помилкове перерахування коштів. На цій підставі, виникає низка питань, а саме: як повернути помилково отримані гроші? Чи обкладаються ці операції податками? Як відобразити надходження і повернення таких коштів у бухгалтерському обліку?

Помилковий переказ грошових коштів може виникнути як з вини банку, так і з вини суб'єкта господарювання. Порядок повернення грошових коштів залежить від того, хто винний у помилковому переказі.

Якщо чужі гроші зараховані на рахунок підприємства з вини банку, то згідно з п. 2.36 глави 2 Інструкції № 22 від 21.01.2004 [3] банк-порушник направляє повідомлення одержувачу таких грошових коштів, що є підтвердженням того, що платіж є помилковим. Це повідомлення банк вручає підприємству під розпис або надсилає рекомендованим листом. Неналежний одержувач зобов'язаний повернути їх протягом трьох робочих днів від дати надходження повідомлення від банку. При порушенні цього терміну з помилкового одержувача буде стягуватися пеня на користь банку в розмірі 0,1% суми за кожен день прострочення починаючи від дати завершення помилкового переказу до дня повернення коштів включно, але не більше 10% суми переказу [3].

Якщо чужі грошові кошти зараховані на рахунок підприємства з вини підприємства - платника, то згідно зі ст. 6 Указу № 227 від 16.03.1995 р. [4] таке підприємство зобов'язане повернути помилково зараховані на його рахунок гроші протягом 5 днів. Несвоєчасне повернення загрожує посадовим особам підприємства адміністративним штрафом у розмірі 2 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Не дивлячись на отримання коштів на поточний рахунок при помилковому зарахуванні, дохід одержувача не збільшується. Це пояснюється тим, що в Податковому кодексі України від 02.12.2010 № 2755-VI (далі – ПКУ) зазначається, що прибуток платника податку збільшується за рахунок операцій, що здійснюються відповідно до договорів купівлі-продажу, ціни та інших цивільно-правових договорів, які передбачають передачу прав власності на товари (роботи, послуги) [5]. Більш того, зазначені грошові кошти не належать підприємству, оскільки вони

призначені для іншої особи. І, як було зазначено вище, помилковий одержувач повинен обов'язково повернути їх у встановлені строки.

Податкові зобов'язання з ПДВ також не збільшуються. Згідно з ПКУ об'єктом обкладання цим податком є операції з:

- продажу товарів (робіт, послуг);
- ввезення (пересилання) товарів (отримання робіт, послуг) на митну територію України; вивезення (пересилання) товарів (виконання робіт, надання послуг) за кордон [5].

Отже, отримання грошових коштів помилково не можна співвіднести з жодною з перелічених операцій.

Це означає, що надходження і повернення помилково зарахованих грошових коштів у податковому обліку підприємства не відображається.

Облік розрахунків за операціями помилкового зарахування грошових коштів ведеться на субрахунку 685 «Розрахунки з іншими кредиторами» у кореспонденції з рахунком 31 «Рахунки в банках». Відображення цих операцій у бухгалтерському і податковому обліку виглядає так:

1. Відображено надходження грошових коштів (перерахованих помилково): Д-т 311, К-т 685.

2. Відображено повернення грошових коштів банку:
Д-т 685, К-т 311.

Окрім помилкових надходжень на розрахунковий рахунок, у ході діяльності можуть виникнути і помилкові перерахування податкових зобов'язань (пп. 14.1.182 ПКУ) [5]. Ці кошти можуть бути перераховані або не на той рахунок, або у неправильному розмірі.

Умови повернення помилково або неправильно сплачених грошових зобов'язань визначені ст. 43 ПКУ [5]. В ній зазначено, що такі суми підлягають поверненню платнику, крім випадків наявності податкового боргу платника. За наявності податкового боргу повернення помилково або неправильно сплаченої суми грошового зобов'язання проводиться після повного погашення даного податкового боргу платником податків.

Умовою для здійснення повернення сум грошового зобов'язання є подання платником заяви про таке повернення (крім повернення неправильно утриманих (сплачених) сум податку на доходи фізичних осіб, які розраховуються органом ДФС на підставі поданої платником податкової декларації за звітний календарний рік шляхом проведення перерахунку за загальним річним оподаткуванням доходом платника податку) протягом 1095 днів від дня виникнення помилково або неправильно сплаченої суми.

Платник податків подає заяву на повернення помилково або неправильно сплачених грошових зобов'язань у довільній формі, в якій зазначає спосіб перерахування коштів:

- на поточний рахунок платника податків в установі банку;
- на погашення грошового зобов'язання (податкового боргу) з інших платежів, контроль за справлянням яких покладено на контролюючі органи незалежно від виду бюджету;
- повернення готівковими коштами за чеком у разі відсутності у платника податків рахунка в банку.

Контролюючий орган не пізніше ніж за п'ять робочих днів до закінчення двадцятиденного строку з дня подання платником податків заяви готує висновок про повернення таких сум коштів з відповідного бюджету та подає його до виконання відповідному органу Держказначейства, який на підставі отриманого висновку протягом п'яти робочих днів здійснює повернення помилково сплачених грошових зобов'язань.

Окрім повернення коштів, п. 87.1 ПКУ передбачено, що за рахунок надміру сплачених сум платежу (без заяви платника) або за рахунок помилково або неправильно сплачених сум з інших платежів (на підставі заяви платника) до відповідних бюджетів можна сплатити грошові зобов'язання або погасити податковий борг [5].

Отже, безготівкові розрахунки зараз найзручніша та найефективніша форма розрахунків в Україні. З кожним днем банківська система удосконалюється, але ще далеко до ідеалу, тому часто трапляються помилки. Але саме такі збої допомагають зрозуміти слабкі місця в роботі з електронною валютою.

Література.

1. Закон України «Про банки та банківську діяльність» від 07.12.2000 № 2121-III (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14> (26.10.2017). — Назва з екрану.
2. Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» від 05.04.2001 р № 2346-III (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2346-14> (26.10.2017). — Назва з екрану.
3. Інструкція «Про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті», затверджена Постановою Правління Національного банку України від 21.01.2004 № 22 та зареєстрована в Міністерстві юстиції України 29.03.2004 р. за № 377/8976 (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0377-04> (26.10.2017). — Назва з екрану.
4. Указ Президента України від 16.03.1995 р. № 227/95 «Про заходи для нормалізації платіжної дисципліни в народному господарстві України» (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/227/95> (26.10.2017). — Назва з екрану.
5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI (із змінами та доповненнями) //Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, N 13-14, № 15-16, № 17, ст.112 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (26.10.2017). — Назва з екрану.



РОЛЬ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ В ОРГАНИЗАЦИИ ОБЪЕКТОВОГО РЫНКА

*Лю Хаолинъ, Харьковский национальный технический университет
сельского хозяйства имени Петра Василенко
Научный руководитель – д.э.н., доцент Мандыч А.В.*

Основные аспекты организации маркетинговой деятельности предприятий довольно полно раскрыты в экономической литературе. Однако реализация маркетинговой деятельности в не меньшей степени зависит от осуществления управленческих процедур, с ней связанных. В отношении сырьевой продукции сельскохозяйственного происхождения, в том числе и зерна, большинство аспектов управления маркетингом являются недостаточно системно и глубоко проработанными в теоретическом, методологическом и практическом отношении. В настоящее время в Украине остается много нерешенных вопросов относительно определения объемов производства зерна, его качества, стоимости и т.п. Не менее важным является обоснование мероприятий, которые бы позволили существенно улучшить ситуацию в сфере продвижения произведенной продукции на рынок. К сожалению, практика функционирования рынка зерна последних лет свидетельствует о недостаточной эффективности функционирования существующей системы управления маркетингом, как на микро-, так и на макроуровне.

Ф. Котлер определяет управление маркетингом продукции как «анализ, планирование, превращение в жизнь и контроль за проведением мер, которые рассчитаны на установление, упрочение и поддержку выгодного обмена с целевыми потребителями ради достижения предприятиями поставленной цели, то есть получения прибыли, увеличения объемов производства и сбыта, увеличение доли рынка и т.п.». [3] Исходя из этого, основной задачей управления маркетингом продукции является влияние на уровень, время и характер спроса, таким образом, чтобы это помогло достижению поставленных перед предприятием целей.

По мнению А.В. Войчака, управление маркетингом продукции – это комплекс мероприятий по конкретному товару, который, в свою очередь, используется как основной инструмент производственно-сбытовой деятельности предприятия [1]. Согласно данному определению, основной задачей управления маркетингом является производство или создание такой продукции, чтобы другие элементы маркетинговой деятельности предприятия или были