

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Здійснення збутової діяльності у значній мірі регламентується законодавчими і нормативними актами. Без такої регламентації неможливим є створення єдиної загальної системи правил та норм здійснення цивілізованої торгівлі. Окрім того, ринкові умови функціонування економіки є непостійними, динамічними, такими що постійно змінюються, що ставить перед сучасними підприємствами нові вимоги у сфері створення і задоволення потреб споживачів, а також пошуку легальних способів збільшення обсягів продажу та задоволення потреб покупців.

Основним нормативно-правовим актом, що регулює здійснення збутової діяльності в Україні, є Господарський кодекс (скорочено – ГК).

Згідно зі ст. 263 ГК, збутова діяльність підприємства є формою господарсько-торговельної діяльності (діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг).

У ч. 2 ст. 263 ГК зазначено, що збутова діяльність виробленої продукції може здійснюватися як у межах країни (внутрішня торгівля), так і за її межами (експорт продукції – зовнішня торгівля).

Відповідно до ч. 1 ст. 264 ГК збут продукції виробничо-технічного призначення як власного виробництва, так і придбаних у інших суб'єктів господарювання, здійснюється суб'єктами господарювання шляхом поставки, а у випадках, передбачених ГК, також на основі договорів купівлі-продажу.

Основні вимоги до укладення та виконання договорів поставки, а також вимоги до якості поставленої продукції споживачам викладені у ст. 265-270 ГК. Оскільки у процесі збуту можуть брати участь посередники (агенти), то необхідним є правове регулювання їх діяльності.

Згідно зі ст. 296 ГК агентські відносини виникають у разі: надання суб'єктом господарювання на підставі договору повноважень комерційному агенту на вчинення відповідних дій; схвалення суб'єктом господарювання, якого представляє комерційний агент, угоди, укладеної в інтересах цього суб'єкта агентом без повноваження на її укладення або з перевищенням наданого йому повноваження.

Згідно зі ч. 1 ст. 305 ГК, відносини, що виникають при здійсненні комерційного посередництва (агентської діяльності) у сфері господарювання, регулюються Господарським кодексом, іншими прийнятими відповідно до нього нормативно-правовими актами, що визначають особливості комерційного посередництва в окремих галузях господарювання. Крім того, відповідно до ч. 2 ст. 305 ГК, у частині, не врегульованій нормативно-правовими актами, зазначеними у цій статті, до агентських відносин можуть застосовуватися положення Цивільного кодексу України, якими регулюються відносини доручення.

Агентська діяльність та умови заключення агентського договору регулюються ст. 295-304 ГК. У процесі збуту продукції, підприємство може використовувати різні методи просування виробленої продукції на ринок. У такому випадку підприємство може зіштовхнутися з недобросовісною конкуренцією.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», недобросовісною конкуренцією є будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» містить правові засади про захист від недобросовісної конкуренції, а також відповідальність за неї. У ст. 21 цього Закону зазначено, що вчинення суб'єктами господарювання дій недобросовісної конкуренції тягне за собою накладення штрафу у розмірі до п'яти відсотків доходу від реалізації продукції суб'єкта господарювання за останній звітний рік.

Контроль за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції здійснює Антимонопольний комітет України, повноваження якого викладено у Законі України «Про Антимонопольний комітет України». Згідно зі ст. 3 цього Закону основними завданнями Антимонопольного комітету є: контроль за концентрацією, узгодженими діями суб'єктів господарювання та регулювання цін на товари, що виробляються суб'єктами природних монополій; сприяння розвитку добросовісної конкуренції; методичне забезпечення застосування законодавства про захист економічної конкуренції; здійснення контролю щодо створення конкурентного середовища та захисту конкуренції у сфері державних закупівель.

Не менш важливим у регулюванні збутової діяльності підприємства є Податковий кодекс України. Особливість Податкового кодексу полягає в тому, що він регулює як внутрішню, так і зовнішню збутову діяльність. Податковий кодекс (скорочено – ПК) встановлює вимоги до відкриття та закриття рахунків для підприємств у банках та інших фінансових установах (ст. 69). Крім того, у ст. 180-211 ПК викладені умови нарахування податку на додану вартість, котрий включається в ціну продукції, а ціна, у свою чергу, відіграє вирішальну роль у пошуці покупців. Це стосується внутрішньої торгівлі. Варто зазначити, що у ст. 206 ПК зазначені особливості оподаткування операцій під час переміщення товарів через митний кордон України залежно від обраного митного режиму. Положення цієї статті безпосередньо стосуються експорту продукції, тобто зовнішньої торгівлі.

Однією з правових засад регулювання збутової діяльності підприємства можна вважати також правила Інкотермс-2010. Інкотермс-2010 – це міжнародні правила, що визнані урядовими органами, юридичними компаніями та комерсантами у всьому світі як тлумачення найбільш застосовуваних в міжнародній торгівлі термінів. Сфера

діяльності Інкотермс-2010 розповсюджується на права та зобов'язання сторін договору купівлі-продажу відносно доставки товарів (умови поставки товарів). Кожний термін Інкотермс-2010 є абрєвіатурою з трьох букв.

Окрім зазначених нормативно-правових актів, на організацію та ефективність здійснення збутової діяльності в Україні впливають:

– закон України «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини» від 06.09.2005 р. № 2809-IV, який встановлює критерії до якості продукції. Продукція із порушенням зазначених у законі норм не повинна надходити у продаж, навіть якщо вона користується попитом [6];

– законом України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1996 № 236/96-ВР, який визначає правові засади захисту господарюючих суб'єктів (підприємців) і споживачів від недобросовісної конкуренції. Закон спрямований на встановлення, розвиток і забезпечення торгових та інших чесних звичаїв ведення конкуренції при здійсненні підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин [2];

– закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 року № 996-XIV, який визначає загальні правила ведення обліку на підприємствах, та зокрема правила визначення доходів та витрат на збут, особливості їх обліку, формування фінансового результату [1];

– закон України «Про ціни та ціноутворення» від 21.06.2012 р., який визначає основні засади цінової політики і регулює відносини, що виникають у процесі формування, встановлення та застосування цін, а також здійснення державного контролю (нагляду) та спостереження у сфері ціноутворення [5];

– закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 р. №270/96-ВР, який регулює правові відносини, які виникають у процесі створення та поширення реклами в Україні [4];

– закон України «Про захист прав споживача» 12.05.1991 р. №1023-XII, який регулює відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та виробниками і продавцями товарів, виконавцями робіт і надавачами послуг різних форм власності, встановлює права споживачів, а також визначає механізм їх захисту та основи реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів [3] та інші законодавчі акти.

Отже, проведені дослідження дали можливість проаналізувати правові аспекти здійснення збутової діяльності в Україні. Дослідження показало, що правове регулювання збутової діяльності здійснюється у двох напрямках, а саме: регулювання збутової діяльності на зовнішньому та на внутрішньому ринках.

Список використаної літератури:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність [Електронний ресурс] : закон України: [прийнято Верховною Радою 16.07.1999 р. № 996-XIV]. – Режим доступу : <http://portal.rada.gov.ua>

2. Про захист від недобросовісної конкуренції: закон України від 07 червня 1996 року № 236/96-ВР [із змінами, внесеними від 03.10.2016]: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>

3. Про захист прав споживача: закон України від 12 травень 1991 року № 1023-XII [із змінами, внесеними від 01.01.2017]: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>

4. Про рекламу: закон України від 03 липня 1996 № 270/96-ВР: [із змінами, внесеними від 28.12.2015]: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>

5. Про ціни та ціноутворення: Закон України від 21.06.2012 р. №5007-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>

6. Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини [Електронний ресурс] : закон України: [прийнято Верховною Радою 06.09.2005 р. № 2809 - IV]. – Режим доступу : <http://portal.rada.gov.ua>