

## ОБЛІК ГРОШОВИХ КОШТІВ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ЯРМАРКАХ

(Представлено к.е.н., проф. Суліменко Л.А.)

*Стаття зосереджена на дослідженні обліку грошових коштів при реалізації продукції на сільськогосподарських ярмарках. Під час дослідження були використані загальнонаукові методи: індукції та дедукції, діалектичний, історичний та системний, а також деякі специфічні методи бухгалтерського обліку. Досліджено поняття сільськогосподарських ярмарків, а також визначено основні канали реалізації сільськогосподарської продукції. Охарактеризовано порядок обліку грошових коштів при розрахунках з покупцями.*

**Ключові слова:** грошові кошти, сільськогосподарська продукція, розрахунки з покупцями, реалізація, ярмарки.

**Постановка проблеми.** Під час своєї виробничо-господарської діяльності сільськогосподарські підприємства вступають в розрахункові взаємовідносини з іншими підприємствами, організаціями та особами. Такі розрахунки впливають на формування основних і оборотних засобів, реалізацію виробленої продукції та надання послуг, з розрахунками з фінансовими органами і органами соціального забезпечення. Виникнення таких взаєморозрахунків між підприємствами передбачене утворенням між ними певних прав і зобов'язань. Цим і пояснюється актуальність даної роботи.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Важливий внесок у вирішення питань даної теми, а також удосконалення обліку грошових потоків зробили вітчизняні вчені: М.Т.Білуха, Ф.Ф.Бутинець, С.Ф.Голов, М.Я.Дем'яненко, М.Ф.Огійчук, П.Я. Хомін та інші.

Метою статті є дослідження організації обліку грошових коштів при реалізації продукції.

**Викладення основного матеріалу.** Виставки і ярмарки займають особливе місце в арсеналі засобів комунікаційного впливу, так як надають дуже широкі можливості демонстрації рекламованих послуг для встановлення прямих ділових контактів з безпосередніми покупцями, а також з підприємствами оптової і роздрібною торгівлі. Особливо ефективні виставкові заходи в поєднанні з комплексом супутніх рекламних заходів (рекламною кампанією в пресі, проведенням презентацій, прес-конференцій, "круглих столів" тощо). Виставки і ярмарки є потужним засобом популяризації нових товарів (послуг) і підвищення престижу фірм. Основна мета ярмаркових торгів - оптова продаж товарів, укладання прямих договорів чи контрактів між продавцями і покупцями.

Основними суб'єктами ринку є: покупці і продавці. Кожен з них має свою мету на ринку. Покупці хочуть, як найдешевше купити якісний товар і мати «тах» ефект від його споживання. Продавці хочуть, як найдорожче продати і отримати «тах» можливий прибуток. В аграрному секторі економіки продавцями виступають: господарські товариства, приватні підприємства, виробничі кооперативи, фермерські господарства, державні підприємства та окремі громадяни, а покупцями – переробні,

торгово-посередницькі, оптово–торговельні підприємства, населення та ін. При цьому основними видами реалізованої продукції є зернові та олійні культури, цукрові буряки, картопля, овочі, плоди та ягоди, худоба та птиця, молоко та молочні продукти, яйця, вовна та інша продукція [4].

Розрахунки між підприємствами є однією з необхідних складових розширеного відтворення. Вони опосередковують розподіл і перерозподіл суспільного продукту, перетворення його з товарної форми на грошову і навпаки, зміну форм власності. Розрахунки здійснюються на економічній базі кругообігу засобів у процесі виробництва і є суспільним визнанням того, що підприємство виконало свої зобов'язання й намічені цілі. Дослідження розрахункових відносин показали, що при проведенні операцій важливим є правильний вибір форми розрахунків і їх облікове забезпечення, оскільки він дає змогу контрагентам зменшувати витрати і ризики невиконання протилежною стороною своїх зобов'язань за контрактом.

Ринкові умови господарювання передбачають різноманітні розрахункові відносини між покупцями і продавцями як учасниками ринку. Розрахунки між підприємствами — це одна з необхідних складових розширеного відтворення. Вони опосередковують розподіл і перерозподіл суспільного продукту, перехід його з товарної форми в грошову, і навпаки. Розрахунки ґрунтуються на економічній базі кругообігу коштів у процесі виробництва. Підприємствам вигідно, щоб покупці були задоволені якістю товарів, зручністю та вигідністю здійснення покупок.

Таблиця 1

Реалізація продукції рослинництва в Україні у 2014-2015 рр., тис. т

Найменування продукції	2014 р.	2014 р. у % до 2013 р.	2015 р.	2015 р. у % до 2014 р.
Зернові культури	40220451,7	106,0	45830,2	113,9
у т.ч. пшениця	14917912,6	111,5	17630,7	118,2
жито	261170,8	84,2	188,4	72,1
кукурудза	19966459,9	98,2	23311,0	116,8
ячмінь	4241644,0	137,2	3832,4	90,4
Олійні культури	13172771,4	109,1	14630,7	111,1
у т.ч. насіння соняшнику	8399008,6	109,1	9439,8	112,4
соя	2637576,6	122,2	3477,6	131,8
ріпак	2064323,6	96,2	1609,3	78,0
Цукрові буряки	5296356,7	169,5	2856,5	53,9
Картопля	543387,1	119,0	390,8	71,9
Овочі	955520,2	112,3	1043,8	109,2
у т.ч. закритого ґрунту	105526,4	99,0	96,9	91,9
Плоди та ягоди	1215305,2	125,7	294,2	24,2
Виноград	179093,9	86,9	154,2	86,1
Баштанні культури	28462,8	66,1	44,8	157,3

Джерело: дані Державної служби статистики України

Підприємства самостійно обирають форми розрахунків з покупцями і зазначають їх в укладених угодах. Розрахунки можуть здійснюватися у готівковій або безготівковій формі за допомогою розрахункових документів у електронному або паперовому вигляді [2]. Готівкова форма розрахунків застосовується за

обслуговування населення – виплата заробітної плати, матеріального заохочення, дивідендів, пенсій, грошової допомоги. Отримуючи грошові доходи, населення витрачає їх на купівлю товарів, продуктів харчування, оплачує послуги і здійснює інші платежі. Безготівкові розрахунки – це грошові розрахунки, які здійснюються за допомогою записів на рахунках у банках, коли гроші (кошти) списуються з рахунка платника і переказуються на рахунок отримувача коштів [3]. Суть безготівкових розрахунків полягає в тому, що платежі здійснюються шляхом переказу коштів із рахунку платника у банку на рахунок одержувача. Інструкцією про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті [1]: платіжне доручення; платіжна вимога-доручення; платіжна вимога; розрахунковий чек; акредитив.

Товарна продукція – важливий показник господарської діяльності, на основі якого визначають прибуток по кожній галузі і підприємству в цілому. За інших однакових умов воно матиме тим більший прибуток, чим більший грошовий дохід одержано від реалізації продукції, і навпаки.

Динаміку реалізації продукції рослинництва представлено в табл. 1.

Аналізуючи дані таблиці необхідно відмітити що кількість реалізованих зернових культур у 2015 р, в порівнянні з 2014 р. збільшилась на 13,9 %, за рахунок збільшення реалізації пшениці на 18,2 % та кукурудзи – на 16,8 %.



Рис. 1. Канали реалізації сільськогосподарської продукції

Сільськогосподарська продукція може реалізовуватися за різними каналами. Канали реалізації - шлях продукції від виробника до споживача, що забезпечується різними учасниками, або це сукупність юридичних і фізичних осіб, які є посередниками збуту, беруть на себе або передають іншому право власності на той чи інший продукт (рис. 1).

Усе це забезпечується системою організаційних, технологічних та інших процесів із використання різних способів і каналів реалізації. Внаслідок їх взаємодії продукція надходить від виробника до споживача.

**Висновки.** Отже, в умовах становлення та розвитку ринкових відносин вибір форми розрахунків між покупцями та продавцями необхідно здійснювати за відповідними критеріями, тобто форма розрахунків повинна: гарантувати своєчасність надходження коштів на рахунок виробника продукції в повному обсязі; забезпечувати належний рівень взаємного і банківського контролю за виконанням договірних зобов'язань; забезпечувати прискорення документообороту; сприяти максимальному скороченню термінів отримання товарно-матеріальних цінностей і термінів їх оплати покупцями; сприяти мінімальній трудомісткості розрахункових операцій. Проведеними дослідженнями визначено, що доцільно використовувати різні форми розрахунків в залежності від каналів реалізації та особливостей покупців з метою забезпечення рівномірної й ритмічної роботи підприємства, своєчасного випуску продукції у встановлених обсягах й номенклатурі при найповнішому використанні всіх виробничих ресурсів.

#### **Список використаної літератури:**

1. Інструкція про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті [Електронний ресурс]: затв. Постановою Правління НБУ від 21.01.2004 № 22. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

2. Канцедал Н. А. Облік розрахунків з підприємницької діяльності сільськогосподарських формувань: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.04 [Електронний ресурс] / Н. А. Канцедал. – Нац. аграр. ун-т. – К., 2006. – 20 с.

3. Цегельник Н. І. Розрахунки сільськогосподарських підприємств з покупцями і населенням: оптимальні форми, облікові аспекти / Н. І. Цегельник // Облік і фінанси. - 2012. - № 3. - С. 76-80. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif\\_apk\\_2012\\_3\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2012_3_16)

#### **References:**

1. National Bank of Ukraine (2004), "Instruction on noncash payments in Ukraine in national currency", available at: [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0377\\*04](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0377*04)

2. Kantsedal N. A. (2006) Oblik rozrakhunkiv z pidpriemnyts'koi diial'nosti sil'skohospodars'kykh formuvan': [Accounting for the settlement of the business activities of agricultural units] Abstract Thesis. candidate. Econ. sciences, K., p. 20.

3. Tsel'nyk N. I. Rozrakhunky sil'skohospodars'kykh pidpriemstv z pokupciamy i naselenniam: optymal'niformy, oblikovi aspekty [Calculations farms with customers and the public: the best form accounting aspects] Oblikifinansy [Accounting and Finance], 2012, no. 3 pp. 76-80. available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif\\_apk\\_2012\\_3\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2012_3_16)

ГЛІСБОВА Альона Петрівна – магістр Житомирського національного агроекологічного університету, спеціальність «Облік і оподаткування».

Наукові інтереси:

- обліково-методичні аспекти бухгалтерського обліку грошових потоків підприємства