



Юлія ГУЖЕЛ, редактор

МАРКЕТИНГОВІ ПОСЛУГИ: НЮАНСИ ОБЛІКУ

Маркетингові послуги (маркетинг) забезпечують функціонування підприємства у сфері вивчення ринку, стимулювання збуту продукції (робіт, послуг), політики цін, організації та управління рухом продукції (робіт, послуг) до споживача та післяпродажного обслуговування споживача в рамках господарської діяльності. У консультації розглянемо, як класифікувати ці послуги, які документи слід оформити для підтвердження факту надання/отримання таких послуг, а також який порядок їх відображення в бухгалтерському та податковому обліку.

Які послуги відносяться до маркетингових

До маркетингових послуг відносяться, зокрема, послуги:

- із розміщення продукції в місцях продажу;
- вивчення, дослідження та аналізу споживчого попиту;
- унесення продукції (робіт, послуг) до інформаційних баз продажу;
- збирання та поширення інформації про продукцію (роботи, послуги).

Маркетингові дослідження – це вивчення всіх питань, які стосуються маркетингу. Метою такого вивчення є отримання маркетингової інформації у вигляді характеристики ринку, висновків і рекомендацій для подальшого впровадження в господарську діяльність і, відповідно, досягнення поставлених цілей і завдань.

Широке розповсюдження отримали такі види маркетингових послуг, як мерчандайзинг і дистрибуція.

Поняття мерчандайзингу

Мерчандайзинг – це вид маркетингу, який сприяє інтенсивному просуванню товарів у роз-

дрібній торгівлі без активної участі спеціального персоналу. Він являє собою послугу із вдалого розміщення товарів у торговельному залі, оригінального оформлення прилавків і вітрин, організації презентацій із роздачею сувенірів, наданням знижок і пільг.

Тобто це комплекс заходів, спрямований на привернення уваги покупця до певного товару або групи товарів.

Поняття дистрибуції

Дистрибуція – це організація руху товарів від виробника до покупця шляхом розподілу товарів для продажу по мережі збуту. Дистриб'ютори – це особи, які займаються збутом товарів постачальника на певній території.

Дистрибуція з виплатою бонусів (премій, інших мотиваційних виплат) дистриб'юторам – це один метод просування товарів на ринку. По суті, ці виплати є винагородою продавця за досягнення певних економічних показників. Наприклад, це можуть бути бонуси за виконання планів закупівель товару постачальника, за точність закупівельних прогнозів і т. п.

Бонуси за досягнення економічних показників можуть виплачуватися й іншим продавцям товарів, які не є дистриб'юторами.

Документальне оформлення

Витрати на маркетингові заходи завжди були під пильною увагою контролюючих органів, тому підхід до документального оформлення таких заходів повинен бути особливо скрупульозним. Тобто необхідно підтвердити зв'язок маркетингових заходів із господарською діяльністю підприємства. Допоможуть у цьому такі **документи:**

1. Наказ по підприємству, у якому слід обґрунтувати необхідність маркетингових досліджень (наприклад, з метою аналізу споживчого попиту), указати період їх проведення, територію, назву виду продукції, категорію потенційних споживачів і т. п. (див. **зразок** на наступній сторінці). Також до наказу можна додати план проведення маркетингових заходів.

2. Договір на надання маркетингових послуг. Порядок оформлення цих договорів регламентується гл. 63 ЦК.

Такий договір може містити:

- або загальний перелік послуг і загальні умови їх виконання, при цьому конкретні завдання, строки їх виконання, умови, місце проведення досліджень і т. п. прописуються в окремих додогодах. Цей варіант зручний, якщо планується довга співпраця між замовником і виконавцем;
- або конкретні завдання, строки, умови, ціни, місце проведення і т. п. Цей варіант застосовується, якщо дослідження замовляються разово (при подальшій співпраці потрібно буде оформити новий договір).

3. Акт приймання-передачі послуг (акт наданих послуг) або інший документ, що підтверджує фактичне надання таких послуг.



Не забудьте! Цей документ повинен містити всі обов'язкові реквізити первинних документів, передбачені п. 2 ст. 9 Закону № 996.

4. Звіт про проведення маркетингових досліджень із їх результатами та рекомендаціями замовнику. Наприклад, звіт може містити таку інформацію:

- оцінка рівня конкуренції на оптовому та роздрібному ринках продажу за результатами проведеного аналізу;
- основні тенденції розвитку ринку, динаміка зміни цін, асортимент продукції (товару);
- політика ціноутворення;
- аналіз імпорту та експорту продукції (товарів) та їх вплив на ринок;

- потенційні споживачі та кількісні показники (місткість ринку) планованого продажу;
- прогнозний план продажів;
- оцінка ризиків, фінансовий план, аналіз ефективності проекту;
- прогнозний рівень рентабельності, строк окупності проекту;
- висновки та рекомендації за результатами проведеного дослідження.

Зверніть увагу: при оформленні договору про надання мерчандайзингових послуг слід урахувати деякі його особливості. Зокрема, у такому договорі крім звичайних умов рекомендуємо вказати:

- адреси торговельних точок, де будуть проводитися мерчандайзингові заходи;
- час (дні, години) приходу мерчандайзера для оформлення місць продажів, процедуру підтвердження його повноважень, порядок ведення обліку його роботи в торговельній точці.

Є особливості й у договорів, що укладаються з дистриб'юторами. Як було зазначено, за послуги дистрибуції, як правило, виплачуються заохочувальні виплати. Тому, щоб уникнути спірних ситуацій, **рекомендуємо** в договорі з дистриб'ютором передбачити повний перелік показників, які є підставою для таких виплат. Наприклад, такою підставою може бути звіт або протокол про досягнення дистриб'ютором економічних показників, установлених договором із ним.

Наказ про проведення маркетингових заходів

Наказ видається керівником підприємства в довільній формі і повинен містити, зокрема, таку інформацію:

- мету і необхідність проведення маркетингового заходу;
- місце та строки проведення;
- список співробітників, відповідальних за проведення заходу;
- порядок подання звітів, актів виконаних робіт (якщо маркетингові заходи проводяться сторонньою організацією).

ЗРАЗОК

ТОВ «Крок»

Наказ № 34

м. Дніпро

01.07.18 р.

Про проведення маркетингового заходу

З метою організації й управління рухом до споживача товарів, які пропонуються фірмовими магазинами ТОВ «Крок», та активізації їх збуту НАКАЗУЮ:

1. Для розробки планування розміщення товарів у місці продажу, а саме в магазині № 1 за адресою: м. Дніпро, вул. Героїв, 2, магазині № 2 за адресою: м. Дніпро, вул. Свободи, 5, залучити сторонню організацію – ТОВ «Куля» (далі – Підрядник).
2. Пошук Підрядника й укладення з ним договору доручити комерційному директору Карпенко К. А. Планування розміщення товарів, які будуть розроблені Підрядником, узгодити з маркетингом Контревець Л. А.
3. Контроль над отриманням звіту про надання маркетингових послуг Підрядником (у т. ч. із доданими до нього фотозвітами, що підтверджують реальність надання послуги, звітами про анкетування покупців) покласти на маркетинголога Контревець Л. А.
4. Акт приймання-передачі виконаних робіт підписати в Замовника тільки після затвердження планування директором. Така планування є невід'ємною частиною акта.

Контроль над виконанням наказу покладаю на себе.

Генеральний директор ТОВ «Крок» (підпис) І. І. Григорєць

З наказом ознайомлені:

маркетинголог ТОВ «Крок» (підпис) Л. А. Контревець

Бухгалтерський облік

У замовника. Витрати замовника на маркетинг і мерчандайзинг є витратами на збут (п. 19 П(С)БО 16). Відповідно до п. 7 П(С)БО 16 такі витрати визнаються в періоді їх здійснення й обліковуються за дебетом рахунка **93** «Витрати на збут» у кореспонденції з такими рахунками та субрахунками:

- **20, 22, 131, 65, 66** – якщо послуги надаються працівниками підприємства-замовника;
- **631, 685** – якщо послуги придбаваються у виконавця-резидента;
- **632** – якщо виконавцем послуг є нерезидент.



На замітку: згідно з Листом № 5590 заохочувальні виплати (бонуси, премії) дистриб'юторам та іншим покупцям з метою обліку також відносяться до оплати маркетингових послуг.

У виконавця. Витрати, пов'язані з наданням маркетингових послуг і послуг мерчандайзингу, формують собівартість такої послуги (субрахунок **903** «Собівартість реалізованих робіт і послуг»). Дохід, отриманий від надання послуги, відображається за кредитом субрахунка **703** «Дохід від реалізації робіт, послуг».

Виплати, отримані дистриб'ютором за виконання економічних показників, є його доходом й обліковуються на субрахунку **703**.

Податковий облік

Податок на прибуток. Нормами ПК не передбачені коригування фінрезультату при наданні або отриманні маркетингових послуг, тому облік із податку на прибуток ведеться аналогічно бухгалтерському.



До відома: якщо постачальником маркетингових послуг є нерезидент, то його дохід не обкладається податком на доходи нерезидента, оскільки є доходом від реалізації послуг (пп. «й» пп. 141.4.1 ПК).

ПДВ. У виконавця послуг на дату першої події (отримання передоплати або підписання акта наданих послуг) виникають податкові зобов'язання (п. 187.1 ПК).

Замовник включає вхідний ПДВ до складу податкового кредиту в загальному порядку: на дату першої події (перерахування передоплати або підписання акта наданих послуг) і при наявності податкової накладної (далі – ПН), зареєстрованої в Єдиному реєстрі податкових накладних (далі – ЄРПН).

Якщо постачальником послуг є нерезидент, то об'єкт оподаткування в замовника послуг не виникає, оскільки місцем постачання є місце реєстрації постачальника послуг, тобто за межами території України (п. 186.4 ПК; ЗІР, категорія 101.02).

Якщо нерезидент є отримувачем послуг, тоді місцем постачання буде територія України (незалежно від фактичного місця надання послуг) і таке постачання послуг обкладається ПДВ за ставкою 20 % у загальному порядку.

У дистриб'ютора при отриманні заохочувальних виплат виникають податкові зобов'язання на дату підписання документа, узгодженого сторонами (протоколу або звіту). Базою оподаткування буде сума отриманої винагороди (Лист № 5590).

При виплаті винагороди дистриб'ютору – платнику ПДВ у замовника виникає податковий кредит у загальному порядку – на підставі ПН, отриманої від дистриб'ютора та зареєстрованої в ЄРПН.

? Який код послуг указувати в ПН при наданні маркетингових послуг?

У Класифікаторі видів економічної діяльності ДК 009-2010 послуги, пов'язані з маркетингом, згадуються в таких класах КВЕД:

- **70.22** – включає консультування з питань корпоративного стратегічного та організаційного планування, цілей і політики в галузі маркетингу, політики у сфері людських ресурсів і т. п. Цей клас для більшості ситуацій не підійде, оскільки дії покупця, за які він отримав мотиваційні виплати, як правило, не можна назвати консультаційними послугами;
- **73.11** – повний набір рекламних послуг (за допомогою власних можливостей або на договірній основі), у т. ч. консультування, послуги з художнього оформлення реклами, виготовлення рекламних матеріалів, їх купівля; проведення маркетингових кампаній та інших рекламних заходів для залучення й утримання клієнтів, у т. ч. просування товарів, реклама в місці продажу. Цей клас є найбільш підходящим для застосування до мотиваційних виплат.

Також в описі секції G, де знаходяться коди КВЕД оптової та роздрібної торгівлі, сказано, що ця секція включає оптову й роздрібну торгівлю будь-якими видами товарів і надання допоміжних послуг, пов'язаних із торгівлею товарами. Оптова та роздрібна торгівля є кінцевим етапом реалізації (розподілу, дистрибуції) товарів. Тому в даному випадку можна скористатися кодами з розділів **46** «Оптова торгівля, крім торгівлі транспортними засобами та мотоциклами» і **47** «Роздрібна торгівля, крім торгівлі транспортними засобами та мотоциклами». При заповненні ПН у графі 2 можна, наприклад, написати так: «Маркетингові послуги, пов'язані з оптовою торгівлею безалкогольними напоями», а в графі 3.3 указати код «46.34».

Покажемо, як відображаються в бухгалтерському обліку послуги мерчандайзера.

ПРИКЛАД

Підприємству ТОВ «Крок», яке є підприємством роздрібною торговельною мережею, були надані послуги з розміщення товарів у торговельному залі їх постачальником – ТОВ «Перемога». Вартість послуг становить 24 000 грн. (у т. ч. ПДВ – 4 000 грн.).

Відповідно до договору:

- розрахунок здійснювався у вигляді передоплати;
- як доповнення до акта наданих послуг виконавця передбачена фотозйомка товарів у торговельному залі.

В обліку сторін ці операції відображаються так:

(грн.)

№ з/п	Зміст операції	Первинні документи	Бухгалтерський облік		
			Дт	Кт	Сума
1	2	3	4	5	6
Облік у замовника (торговельне підприємство ТОВ «Крок»)					
1	Перераховано виконавцю передоплату за послуги	Виписка банку	371	311	24 000
2	Відображено податковий кредит із ПДВ	ПН	641	644	4 000
3	Надано виконавцем послуги мерчандайзингу	Акт наданих послуг	93	631	20 000
4	Закрито розрахунки з ПДВ		644	631	4 000
5	Відображено зарахування заборгованостей		631	371	24 000
У виконавця (постачальник товарів ТОВ «Перемога»)					
1	Отримано від замовника передоплату за послуги	Виписка банку	311	681	24 000
2	Відображено податкові зобов'язання з ПДВ	ПН	643	641	4 000
3	Списано у виробництво матеріали, використані на передпродажну підготовку товарів та їх розміщення згідно зі схемою, зазначеною в завданні	Накладні на списання	23	20, 22	1 110
4	Перераховано передоплату фотостудії (без ПДВ) за зйомку полиць із товарами постачальника та виготовлення фотографій	Виписка банку	377	311	1 000
5	Отримано фотографії	Акт наданих послуг, фотографії	23	377	1 000
6	Включено до вартості послуги зарплату (із нарахуваннями) персоналу, який безпосередньо надавав послуги мерчандайзингу	Платіжні відомості (типові форми № П-6, № П-7)*	23	65, 66	13 000
7	Надано послуги мерчандайзингу замовнику	Акт наданих послуг	361	703	24 000
8	Закрито розрахунки з ПДВ	Бухгалтерська довідка	703	643	4 000
9	Відображено зарахування заборгованостей		681	361	24 000
10	Списано собівартість наданих послуг		903	23	15 110

* Затверджені Наказом № 489.

ВИСНОВКИ

Органи ДФС приділяють особливу увагу маркетинговим послугам, тому факт їх надання/отримання повинен бути підтверджений документально – договором про надання маркетингових послуг і наказом про проведення маркетингових заходів. Зв'язок із господарською діяльністю також варто підтвердити за допомогою акта наданих послуг і звіту про проведення маркетингових заходів. На що звернути увагу і як скласти такі документи, ми розповіли в консультації.