

роботи, а також відповідні технології і процедури вибір методів управління ресурсною діяльністю банку набуває особливого значення. Це пов'язане з тим що вибір методів, способів та прийомів залучення коштів відіграють вирішальну роль у процесі формування позицій банку на ресурсному ринку. Для досягнення бажаних обсягів, структури та рівня витрат за залученими ресурсами у банківській практиці використовуються різні методи залучення ресурсів, які загалом зводяться до двох груп: цінові і нецінові. Найбільшого розповсюдження у вітчизняних банків набули цінові методи управління залученими ресурсами. Нецінові методи управління залученими ресурсами банку базуються використанні різноманітних прийомів заохочення клієнтів, які безпосередньо не пов'язані зі зміною процентних ставок. Особливої актуальності використання нецінових методів управління залученими ресурсами набуває в умовах загострення конкурентної боротьби у зв'язку з певними обмеженнями застосування цінових методів у цей період. Впровадження нецінових методів управління залученими ресурсами заслуговує особливої уваги, оскільки рівень розвитку банківського маркетингу є одним із вагомих внутрішніх факторів, що впливає на ефективність ресурсної політики банку. Як правило, до нецінових методів управління депозитними ресурсами відносять інструменти та напрямки маркетингу. Найбільш розповсюдженим з них є комунікаційна політика, яка є з'єднувальною ланкою між стратегією банку та очікуваним результатом.

Це пов'язано з тим, що реалізація банківських продуктів за своєю природою виконує комунікаційну функцію, тобто в основі будь-якого заходу щодо надання банківських послуг завжди ґрунтується на цілеспрямованих комунікаційних діях банку як зі своїми нинішніми, так і з майбутніми клієнтами. Реалізація комунікаційної політики банку здійснюється за допомогою таких інструментів як: реклама, стимулювання збуту, Public Relations (громадські зв'язки), особисті контакти (особистий продаж) та мерчандайзинг.

Результати проведених досліджень свідчать, що найбільш розповсюдженими та ефективними інструментами комунікаційної політики у вітчизняних банків на сьогоднішній день є реклама та мерчандайзинг. В той же час результати проведених досліджень свідчать що комунікаційна політика банку є більш дієвою та ефективнішою, якщо всі її інструменти застосовуються паралельно, а ступінь використання кожного з них є раціональним та обґрунтованим з точки зору цілей та завдань ритейлової політики банку.

Виходячи з наведеного, діяльність банку з управління залученими ресурсами може бути ефективною за умови комплексного використання в його процесі усіх існуючих методів для забезпечення повного якісного набору ресурсних продуктів та своєчасного задоволення потреб клієнтів в них.

Література: 1. Васюренко О.В. Ресурсний потенціал комерційного банку / Васюренко О.В., Федосік І.М. // Банківська справа. - 2007.- №1. - С. 58-94. 2. Версаль Н.І. Особливості формування депозитних ресурсів банками України / Версаль Н.І. // Фінанси України. – 2009. - № 12. - С. 89-95. 3. Грінко О. Прогнозування ресурсів банківських установ /Грінко О., Хохлов В. // Вісник Національного банку України. – 2008. - №8. - С. 30-37. 4. Данилова Т.Н. Применение финансовых моделей для исследования кредитно-депозитных стратегий деятельности коммерческого банка./ Данилова Т.Н., Решетов А.В.// Финансы и кредит. - 2008. – № 32 - С. 4-30. 5. Лунякова Н.А.Оценка депозитных рисков в банковской деятельности / Лунякова Н.А.. // Актуальні проблеми економіки. – 2009. - №10. – С. 107-116.

Гавриловський О.С.,

*к. е.н., старший викладач кафедри аудиту ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»,
м. Київ, Україна*

УДК 657.421

ПОРЯДОК ОПОДАТКУВАННЯ ДИВІДЕНДІВ

Податковим кодексом України № 2755-VI від 02.12.2010р., зі змінами та доповненнями, що діяли в квітні – серпні 2011 р. (надалі - ПКУ), визначено порядок оподаткування дивідендів пунктом 153.3 статті 153. Так, відповідно до пп.153.3.1 п.153.3 ст.153 ПКУ, у разі прийняття рішення щодо виплати дивідендів емітент корпоративних прав, на які нараховуються дивіденди, проводить зазначені виплати власнику таких корпоративних прав незалежно від того, чи є

оподатковуваний прибуток, розрахований за правилами, визначеними статтею 152 цього Кодексу, чи ні.

Нормами пп.153.3.2 п.153.3 ст.153 ПКУ визначено, що крім випадків, передбачених підпунктом 153.3.5 цього пункту, емітент корпоративних прав, який приймає рішення про виплату дивідендів своїм акціонерам (власникам), нараховує та вносить до бюджету авансовий внесок із податку в розмірі ставки, встановленої пунктом 151.1 статті 151 цього Кодексу, нарахованої на суму дивідендів, що фактично виплачуються, без зменшення суми такої виплати на суму такого податку. Зазначений авансовий внесок вноситься до бюджету до/або одночасно з виплатою дивідендів. У разі виплати дивідендів у формі, відмінній від грошової (крім випадків, передбачених підпунктом 153.3.5 цього пункту), базою для нарахування авансового внеску згідно з абзацом першим цього підпункту є вартість такої виплати, розрахована за звичайними цінами. Обов'язок із нарахування та сплати авансового внеску з цього податку за визначеною пунктом 151.1 статті 151 цього Кодексу ставкою покладається на будь-якого емітента корпоративних прав, що є резидентом, незалежно від того, є такий емітент або отримувач дивідендів платником податку чи має пільги зі сплати податку, надані цим Кодексом, чи у вигляді застосування ставки податку іншої, ніж встановлена в пункті 151.1 статті 151 цього Кодексу (крім платників цього податку, які підпадають під дію пункту 156.1 статті 156 цього Кодексу). Обов'язок із нарахування та сплати авансового внеску з цього податку не поширюється на суб'єктів господарювання, які є платниками фіксованого сільськогосподарського податку згідно з розділом XIV цього Кодексу.

При цьому, якщо будь-який платіж будь-якою особою називається дивідендом, то такий платіж оподатковується при такій виплаті згідно з нормами, визначеними в першому, другому та третьому абзацах цього пункту, незалежно від того, чи є особа платником податку, чи ні (пп.153.3.2 п.153.3 ст.153 ПКУ). Авансовий внесок із податку, сплачений у зв'язку з нарахуванням/сплатою дивідендів, є невід'ємною частиною податку на прибуток та не може розцінюватися як податок, який справляється при репатріації дивідендів (їх сплаті на користь нерезидентів) відповідно до норм статті 160 цього Кодексу або чинних міжнародних договорів України (пп. 153.3.8 п.153.3 ст.153 ПКУ). Підсумовуючи вищевикладене, приписами пп.153.3.2 п.153.3 ст.153 ПКУ визначено підстави для нарахування емітентами корпоративних прав авансових внесків з податку на прибуток у разі прийняття рішення про виплату дивідендів своїм акціонерам (власникам), за виключення випадків передбачених підпунктом 153.3.5 даного пункту. Тобто, норми пп.153.3.2 п.153.3 ст.153 ПКУ мають застосовуватися обов'язково з урахуванням виключень, визначених підпунктом 153.3.5 цього пункту.

Підпунктом 153.3.5 пункту 153.3 статті 153 ПКУ, зокрема, визначено наступне:

«Авансовий внесок, передбачений підпунктом 153.3.2 цього пункту, не справляється у разі виплати дивідендів: а) фізичним особам; б) у вигляді акцій (часток, паїв), емітованих платником податку, за умови, що така виплата ніяким чином не змінює пропорцій (часток) участі всіх акціонерів (власників) у статутному фонді емітента, незалежно від того, чи були такі акції (частки, паї) належним чином зареєстровані (відображені у зміні до статутних документів), чи ні; в) інститутами спільного інвестування; г) на користь власників корпоративних прав материнської компанії, що сплачуються в межах сум доходів такої материнської компанії, отриманих у вигляді дивідендів від інших осіб. Якщо сума виплат дивідендів на користь власників корпоративних прав материнської компанії перевищує суму отриманих такою компанією дивідендів, то дивіденди, сплачені в межах такого перевищення, підлягають оподаткуванню за правилами, встановленими підпунктом 153.3.2 цього пункту. З метою оподаткування материнська компанія веде наростаючим підсумком облік дивідендів, отриманих нею від інших осіб, та дивідендів, сплачених на користь власників корпоративних прав такої материнської компанії, та відображає у податковій звітності такі дивіденди в порядку, визначеному центральним податковим органом; г) управителем фонду операцій з нерухомістю при виплаті платежів власникам сертифікатів фонду операцій з нерухомістю в результаті розподілу доходу фонду операцій з нерухомістю; д) платником податку, прибуток якого звільнений від оподаткування відповідно до положень цього Кодексу, у розмірі прибутку, звільненого від оподаткування у періоді, за який виплачуються дивіденди.»

Таким чином, пп.153.3.5 п.153.3 ст.153 ПКУ містить докладний перелік виключень із вимог щодо нарахування авансових внесків у разі виплати дивідендів, визначених пп.153.3.2 п.153.3 ст.153 ПКУ. Серед таких виключень, за якими не передбачено нарахування авансових внесків з податку на прибуток, у пп.153.3.5 п.153.3 ст.153 ПКУ (підпункт «б»)) зазначені операції, що передбачають виплату дивідендів у вигляді акцій (часток, паїв), емітованих платником податку, за умови, що така виплата ніяким чином не змінює пропорцій (часток) участі всіх акціонерів (власників) у статутному фонді емітента, незалежно від того, чи були такі акції (частки, паї) належним чином зареєстровані (відображені у зміні до статутних документів), чи ні.

Підсумовуючи вищенаведені вимоги Податкового кодексу України, не підлягає справлянню авансовий внесок з податку на прибуток відповідно до п.153.3 ст.153 Податкового кодексу України, в т.ч. пп.153.3.2, у разі виплати дивідендів у вигляді акцій (часток, паїв), емітованих платником податку, за умови, що така виплата ніяким чином не змінює пропорцій (часток) участі всіх акціонерів (власників) у статутному фонді емітента, незалежно від того, чи були такі акції (частки, паї) належним чином зареєстровані (відображені у зміні до статутних документів), чи ні.

Література: 1. Конституція України, прийнята 28 червня 1996 року (статті 67, 92) (зі змінами та доповненнями); 2. Податковий Кодекс України від 04.01.2011р. № 2755-VI Постанова Кабінету Міністрів України від 27.12.10 р., № 1232 "Про затвердження Порядку проведення органами державної податкової служби зустрічних звірок". 3. Господарський кодекс України №436-IV від 16.01.2003 р. (зі змінами та доповненнями). 4. Цивільний кодекс України №435-IV від 16.01.2003 р. (зі змінами та доповненнями)

*Гарбар Ж.В.,
докторант кафедри фінансів КНТЕУ,
м. Київ, Україна*

ДІЯЛЬНІСТЬ САМОРЕГУЛІВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Створення ефективного механізму регулювання фінансового ринку є одним з ключових завдань сучасного українського суспільства. Існуючий механізм саморегулювання фінансового ринку не виконує свого головного завдання, а саме не забезпечує стійкість та стабільність розвитку фінансової системи як на рівні окремої країни, так і в світовому масштабі. Саме тому актуальними є проблеми, пов'язані з функціонуванням на фінансовому ринку саморегулівних організацій, чий вплив і роль в розвитку фінансового ринку достатньо великі. В умовах стабільного розвитку національної економіки при позитивній кон'юнктурі світових фінансових ринків участь держави в регулюванні фінансового ринку доцільно звести до мінімуму та перейти на режим більшого впливу ринкової саморегуляції фінансового сектору.

Саморегулівні організації (selfregulatory organizations) (СРО) у світовій практиці є невід'ємною складовою регуляторної системи на фінансовому ринку. Цілі саморегулювання полягають у збереженні цілісності фінансових ринків, прозорості та ефективності, забезпеченні фінансової стабільності, зменшенні системних ризиків та захисті інтересів інвесторів [4]. Саморегулівні організації створюються з метою забезпечення ефективного регулювання та контролю за їх учасниками, що за обсягом та якістю є значно результативнішим за наглядову діяльність, обмежену державою. Контроль, який здійснюється саморегулівними організаціями над діяльністю своїх членів, є більш жорстким і ефективним у порівнянні із державним регулюванням. Основною проблемою розвитку саморегулівних організацій в Україні є відсутність Закону про саморегулівні організації. В Росії такий закон було прийнято ще п'ять років тому (16 листопада 2007 року), що дозволило оцінити позитивні наслідки: лібералізацію умов ведення бізнесу, прозорі конкурентні умови та налагодження цивілізованого діалогу між органами державної влади та бізнесом. Через відсутність спеціального закону про СРО регуляторні органи в Україні приймають нормативні документи, якими самостійно визначають поняття та функції саморегулівної організації.

Законодавство, що існує в даний час в сфері саморегулювання фінансового ринку України, у край суперечливе і непослідовне. Не сформульовано загальне правове поняття організацій саморегулювання, не виділені єдині ознаки організацій саморегулювання, що