

Основними сферами маркетингової діяльності на підприємстві являються наступні: вивчення товару і комплексне дослідження ринку, організація науково-дослідницьких і експериментально-конструкторських робіт, управління виробничо-господарської діяльністю, ціноутворення, організація товародвиження і стимулювання збуту, планування і контроль маркетингу.

Висновки. Маркетинг фактично існує вже ряд тисячоліть з тих пор, як люди стали практикувати обмін. В наше тисячоліття він став привілеєм фахівців в торгівлі. Однак в більшій області практичного управління бізнесом він набув значення тільки після 1945 р., коли з'явилися відомі рекламні агентства, які стали на шлях використання сучасних концепцій маркетингу.

В процесі роботи над цією статтею стало зрозуміло, що сутність — в маркетинговій практиці, а теорія маркетингу використовується, щоб забезпечити корисне узагальнення методів рішення окремих завдань. Тем більше що маркетинг, по-загалому думкою, цілорозумно розглядати як неотъемлему частину менеджменту фірми.

Дане дослідження допомагає зрозуміти, чому маркетинг важливий для більшості організацій і в чому його значення для їх діяльності; розібратися в основних принципах і головних теоретичних положеннях маркетингу в порівнянні з тим, що вони застосовують на практиці; усвідомити обмеження використання теоретичних положень; зрозуміти мову, якою користуються маркетингологи, і навчитися оцінювати їх рекомендації.

Бібліографічний список

1. Гольдштейн Г.Я. Основи менеджменту, Таганрог: ТРТУ, 2005.
2. Л.И. Кошкин, А.Е. Хачатуров, И.С. Булатов. Менеджмент на промисловому підприємстві, "Еколайн", 2000.

РОЛІНА К.В., ст. гр. МО-066

Наук. кер.: Кравцова Л.В., старш. викл.

Автомобільно-дорожній інститут ДВНЗ "ДонНТУ",

м. Горлівка

МЕТОДИ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ ТА КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Проаналізувати існуючі методи обліку виробничих витрат, запропонувати більш ефективне їх використання, проаналізувати поняття собівартості, визначити новий підхід до класифікації витрат.

Актуальність. Як відомо, в останній час в Україні склалася не найкраща економічна ситуація. Це в свою чергу значно впливає на роботу вітчизняних підприємств. Саме тепер на тлі цих проблем підприємства почали особливу увагу приділяти такому поняттю, як конкурентоздатність продукції. Організація ефективного управління витратами є одним із найважливіших факторів підтримання конкурентоспроможності продукції на ринку. В свою чергу організація ефективного управління витратами включає в себе такі складові, як планування та контроль за видатками, облік витрат на виробництво й калькулювання собівартості продукції.

Питаннями виробничих витрат та калькулювання собівартості займалися багато вчених. Серед них наступні: І. Белоусова, М. Чумаченко, Я. Краєва, П. Самуельсон, К. Друри, А. Яругова, Дж. Фостер, Ш. Датар, В. Моссаковський, С. Онищенко, О.С. Бородкін, Ф.Ф. Бутинець, О.А. Герасименко, С.Ф. Голов, В.В. Сопко та інші.

Ціль дослідження: проаналізувати існуючі методи калькулювання витрат виробництва; запропонувати більш доцільне та ефективне застосування методів калькулювання витрат виробництва; запропонувати новий підхід до класифікації.

Основна частина. Згідно з П(С)БО 3 "Звіт про фінансові результати" [2] витрати — це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, за винятком тих, які призводять до зменшення власного капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками.

Собівартість продукції — це грошова форма витрат на підготовку її виробництва, виготовлення і збут. Відображаючи рівень витрат на виробництво, собівартість комплексно характеризує ступінь використання усіх ресурсів підприємства, а значить, і рівень техніки, технології та організації виробництва [1]. виходячи з цього у собівартість можна віднести витрати на:

- дослідження ринку та попиту на продукцію;
- підготовку та освоєння нової продукції;
- виробництво, включаючи витрати на сировину, матеріали, енергію, амортизацію основних фондів, оплату праці персоналу;
- обслуговування виробничого процесу;
- збут продукції;
- набір і підготовку кадрів;
- раціоналізацію виробництва (удосконалення технології, організації виробництва, праці, підвищення якості продукції), крім капітальних витрат.

Собівартість продукції є одним із найважливіших показників діяльності підприємства, який впливає на рентабельність і самокупність підприємства. Крім того, собівартість продукції визначає ступінь досягнення стратегії зниження витрат у зміцненні конкурентоспроможності підприємства.

Метод обліку витрат — це комплекс прийомів з їх групування і відображення в розрізі об'єктів обліку з метою обґрунтованого визначення собівартості продукції, забезпечення контролю за їх формуванням та забезпечення користувачів необхідною інформацією про витрати для управління ними [4].

В зарубіжних та вітчизняних підручниках виділяють такі методи калькулювання витрат виробництва:

- калькулювання з неповним розподілом витрат (direct-costing);
- калькулювання з повним розподілом витрат:
 - позамовний та попроцесний метод калькулювання;
 - калькулювання комплексних виробництв;
 - калькулювання за нормативними витратами (standart costing);
 - калькулювання за видами діяльності (АБС-метод);
 - функціональне калькулювання собівартості;
 - система калькулювання kaizen costing [4].

Усі ці методи калькулювання витрат виробництва можна розділити на три групи за такими ознаками:

- в залежності від підходу до основ калькуляції:
 - калькулювання за видами діяльності (АВС-костинг),
 - функціонально орієнтоване калькулювання (прямі та накладні витрати);
- в залежності від ступеня оперативності виявлення витрат:
 - калькулювання витрат із виділенням їх відхилень (standart costing),
 - калькулювання фактичних витрат з виділенням відхилень від норм;
- в залежності від повноти витрат:
 - калькулювання неповних витрат (direct-costing),
 - калькулювання повних витрат [1].

Direct-costing являє собою визначення по виробках маржинальних витрат, тобто суми прямих витрат та змінної частини непрямих витрат (загальновиробничих витрат). Постійна частина загальновиробничих витрат по виробках не розподіляється, з списується на собівартість реалізованої продукції. Не розподіляються по виробках адміністративні витрати та витрати на збут. Таким чином, застосовуючи систему

direct-costing, підприємства не знають повної фактичної собівартості кожного виробу і не можуть порівняти її з відпускнуою ціною. Також дослідження показують, що калькулювання неповних витрат призводить до помилок через неможливість поділу в обліку витрат на змінні та постійні, тому застосування системи direct-costing спричинює "програмовані" помилки.

Саме тому в даній ситуації є раціональним, з метою економічної безпеки підприємства, здійснювати калькулювання собівартості продукції по повних витратах і визначати фактичну собівартість одиниці продукції за всією номенклатурою виробів, що випускаються, й аналізувати фактичну собівартість виробів порівняно з плановою або нормативною собівартістю, а також з відпускними цінами [6].

Система калькулювання «kaizen costing», яка виникла на підприємствах Японії, набуває все більшого поширення в США та країнах Європи. К. Друпі в своєму фундаментальному підручнику зазначає: «Крім цільового калькулювання в японських організаціях широко використовують калькулювання витрат типу «Kaizen» як механізм для зниження витрат і управління витратами». Подібні визначення зустрічаються в зарубіжних і вітчизняних публікаціях з управлінського обліку.

Для конкретної характеристики цього методу доцільно ознайомитися з перекладом книги японського автора М. Імаї «Kaizen: Ключ к успеху японских компаний». У ній наведено таке визначення: «Kaizen означає вдосконалення. Це поняття включає процес безперервного вдосконалення особистого, сімейного, суспільного і трудового життя. Щодо виробництва kaizen означає постійне вдосконалення, до якого причетні всі — як менеджери, так і робітники

Не виступаючи конкретним методом калькулювання собівартості продукції, освоєння підходу kaizen дає можливість усім працівникам, пов'язаним із витратами виробництва, зробити свій внесок у скорочення витрат і управління ними [5].

Standart costing — складається в тому, що управління витратами підприємства відбувається згідно з відхиленнями фактичних витрат від нормативних. Цей метод націлено на розробку нормативних калькуляцій, в котрих витрати на виробництво продукції розраховуються згідно з нормами витрат матеріалів, сировини, заробітної плати. Тобто фактичні витрати знаходять як суму витрат за нормативами та відхилень від норм [6].

Цільове калькулювання — це метод визначення собівартості виробу або послуги, оснований на ціні (цільовій ціні), яку покупці бажають платити. Таку процедуру називають також калькулюванням собівартості на основі ціни.

Цільове калькулювання є тим методом, який для визначення витрат використовує ціну. Відділ маркетингу встановлює, які характеристики й ціна найбільш прийнятні для покупців. Наступними кроками, що мають зробити інженери компанії, є дизайн і розробка такого виробу, собівартість і прибуток яких покриваються цією ціною. Японські фірми вже давно застосовують цей підхід, північноамериканські тільки починають застосовувати цільове калькулювання.

На відміну від традиційної практики ціноутворення за принципом «витрати плюс», метод цільового калькулювання передбачає вирахування витрат виходячи з попередньо встановленої цільової ціни. Цільова ціна — це очікувана ціна виробу (послуги). Що готові платити за нього потенційні покупці. Вона визначається на основі маркетингових досліджень і відображує рівень, що забезпечує компанії досягнення бажаного обсягу продаж і частки ринку. Після цього відрахуванням із цільової ціни частини необхідного прибутку розраховують максимально припустиму виробничу собівартість. Для цього в процесі розробки фахівці вишуковують оптимальну комбінацію елементів майбутнього виробу, що забезпечить бажаний рівень витрат і якості [4].

Висновки. Таким чином, можна казати про те, що відсутність сучасної класифікації методів обліку виробничих витрат і калькулювання собівартості продукції негативно впливає на стан обліку та всю економічну роботу на підприємствах України. У роботі

запропоновані варіанти можливої класифікації цих методів, котрі діють на підприємствах нашої країни та які можуть бути застосовані в майбутньому.

Можна казати про те, що будь яке підприємство в процесі своєї діяльності саме обирає метод калькулювання собівартості. І при цьому воно повинно спиратися не лише на досвід вітчизняних, а й зарубіжних підприємств.

Бібліографічний список

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 “Звіт про фінансові результати”, затверджено наказом МФУ від 31.03.1999 р. № 87.
2. **Белоусова І., Чумаченко М.** Проблеми обліку виробничих витрат і калькулювання собівартості продукції в промисловості // Бухгалтерський облік та аудит. — 2009. — №4. — С.3-10.
3. **Краєва Я.В.** Методи обліку виробничих витрат і калькулювання собівартості продукції // Держава та регіони. — 2007. — №5. — С.168-171.
4. **Сльозко Т.** Методи обліку витрат «стандарт-кост» і нормативний: історія та сучасність // Бухгалтерський облік та аудит. — 2007. — №7. — С.3-8.
5. **Полюк А.М.** Порівняльна характеристика обліку витрат в Україні та за кордоном // Науковий вісник БДФА. — Чернівці 2008. — Вип. 2. — С.401-406.

КОРБАН Д.Д., ст. гр. МО-07в

Науч. руков.: Губанова М.Г., старш. преп.

Автомобильно-дорожный институт ГВУЗ "ДонНТУ",

г. Горловка

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ В УКРАИНЕ КАК ИНСТРУМЕНТА ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАБИЛЬНОСТИ

Изучены аспекты развития страхования жизни, а также проблемы данного вопроса для более глубокого анализа деятельности страховых компаний и населения желающего вложить сбережения в свое будущее.

Актуальность. Страхование жизни является важным направлением деятельности подавляющего большинства страховых рынков экономически развитых стран мира и важной составляющей в системе страховой защиты интересов граждан. И в Украине этот вид личного страхования начал стремительно развиваться. Уже при рождении ребенка взрослые задумываются о его будущем, мечтают о хорошем образовании. Однако не всегда жизнь бывает безоблачной. Страхование жизни, естественно, не может полностью обезопасить человека, но может смягчить финансовые потери от различных несчастных случаев.

Цель исследования: определить преимущества страхования жизни с точки зрения инвестиционной привлекательности страховых инструментов с наименьшей долей риска.