Р. С. Каплан, Д. П. Нортон, В. М. Похабов, І. В. Пономаренко, В. Савчук, Є. Будаєва. Проте, до цього часу в науковій літературі єдиної точки зору на питання прогнозування ефективності маркетингових досліджень не склалося, що обумовлює необхідність подальшого його дослідження.

Варто зазначити, що більшість авторів ідентифікують процес оцінювання ефективності маркетингових досліджень як один із найбільш трудомістких та складних елементів процесу управління маркетингом [1; 2]. Перш за все, це пов'язано із трактуванням сутності витрат на маркетингові дослідження, їх класифікацією та складністю розрахунку, що є ключовою передумовою їх ефективності. Сутність зазначеної категорії полягає у наступному:

– витрати на маркетингові дослідження забезпечують реалізацію товарів та послуг;

– витрати на маркетингові дослідження мають інвестиційний характер, що визначає можливість отримання значного обсягу прибутку у майбутньому.

Важливість аналізу витрат на маркетингові дослідження не викликає сумніву, що актуалізує завдання поглибити їх вивчення в межах даної роботи.

**Література:**

1. Высочина, М. В. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия / М. В. Высочина // Культура народов Причерноморья. – 2006. – № 74 – С. 27-30.
2. Гуржій, Н. М. Управління маркетинговою діяльністю підприємств в умовах ринкової економіки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / Н. М. Гуржій; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. – Донецьк, 2007. – 19 с.

**Радіонова Н. Й.**
*кандидат економічних наук, доцент,*
*доцент кафедри обліку і аудиту*
*Київського національного університету технологій та дизайну*
*м. Київ, Україна*

## ВПЛИВ КЛАСИФІКАЦІЇ ЗАТРАТ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИЙНЯТТЯ ЕФЕКТИВНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Як показує вивчення праць вітчизняних та зарубіжних науковців-економістів, системи класифікації виробничих затрат багато в чому визначаються виходячи саме з призначення інформації про затрати для ефективного їх регулювання на кожному конкретному підприємстві.

Класифікація затрат – це поділ їх на класи на основі певних загальних ознак об'єктів і закономірних зв'язків між ними. Причому, чим більше виділено ознак класифікації, тим вищий ступінь пізнання об'єктів [1].

Об'єктивна необхідність враховувати, як будуть вести себе затрати в зв'язку зі зміною обсягу виробництва обумовлює розподіл затрат на змінні і постійні. Від характеру поведінки цих затрат, їх динаміки, залежить яким має бути управлінське

рішення. Причому на характер управлінського рішення впливає те, за який період часу розглядаються затрати. Для короткого періоду часу затрати можна розглядати як змінні і постійні. Для порівняно тривалого періоду часу всі затрати, по суті, будуть змінними [3].

У короткостроковому періоді, для прийняття управлінських рішень, найбільш важливим є те, що в розрахунку на одиницю продукції, постійні затрати, в міру нарощування випуску продукції, падають, тому що абсолютна величина цих затрат є незмінною, але розподіляються вони на більшу кількість одиниць продукції.

В управлінні затратами треба прагнути до того обсягу виробництва, при якому середні затрати стають мінімальними, тобто до так званих, оптимальних затрат. Звідси можна констатувати, що економічна значимість закону масового виробництва полягає в тому, що при його практичному застосуванні підприємство домагається економії затрат, яка складе

$$Eqi = (Зqi – Зqi\ min) \quad (1)$$

де Eqi – економія затрат;

Зqi – затрати на виробництво q-го обсягу і-тій продукції;

Зqi min – оптимальні затрати на виробництво максимального qi обсягу виробництва і-тій продукції.

Важливим фактором в обліку зміни змінних затрат служить масштаб підприємства. У порівнянні з підприємствами із значно меншою потужністю великі підприємства мають великі можливості впровадити більш широку спеціалізацію обладнання, застосувати комплексну автоматизацію і механізацію виробничих процесів, отримати знижки при придбанні великих партій сировини, матеріалів, напівфабрикатів. Все це, по суті, перетворює постійні затрати в змінні. Без урахування потужностей не може залишатися ціна, бо від її величини залежить чи слід проводити і реалізовувати той обсяг виробництва, якому відповідають мінімальні затрати на одиницю продукції [2].

З огляду на велику кількість чинників закон масового виробництва може бути представлений в наступному вигляді:

$$Сі = Зі + Зn / q, \quad (2)$$

де Сі – величина сукупних затрат на одиницю продукції;

Зі – величина змінних затрат на одиницю продукції з урахуванням стану факторів, що впливають на умови реалізації продукції;

Зn – постійні затрати, що припадають на обсяг продукції q.

Однак, як визначає економічна теорія [4] при прийнятті рішення про виробництво бажано виходити з критичних рівнів випуску:

1) покриває затрати;

2) дозволяє отримати максимальний прибуток;

3) веде до збитку.

Але інформацію щодо оптимізації затрат можна отримати тільки проаналізувавши дані беззбитковості виробництва.

Як показує практика і вивчення теоретичних основ управління виробничими підприємствами, аналіз беззбитковості, її чутливості до змін в сучасних умовах є невід'ємною частиною процесу прийняття рішень як раз про обсяги продажів,

ціни, при яких доходи покривають затрати, визначити інтервали виживання при різних рівнях випуску продукції, зону релевантності, тобто зону, де доходи змінюються в залежності від затрат [5].

Справа в тому, що, як зазначалося раніше, наближення підприємства до проектних або максимально можливих потужностей є сигналом про те, що незабаром доходи можуть знижуватися і підприємство може виявитися поза зоною прибутковості.

Ефективним же можна вважати управління і в короткостроковому, і в довгостроковому періодах, якщо воно забезпечує стабільну стійкість прибутковості підприємства, тобто позитивний ефект масштабу виробництва. Справа в тому, що сама діяльність підприємства щодо забезпечення зменшення затрат в своїй більшості вимагає затрат праці, капіталу, фінансів. Тому заходи по зменшенню затрат ефективні, коли зростання позитивного ефекту перевищує затрати по забезпеченню їх економії. Можливий і варіант, коли зменшення затрат на виробництво не змінює позитивний ефект масштабу, але дозволяє знизити ціну в конкурентній боротьбі і за рахунок цього збільшити обсяг продажів і отримати відповідний прибуток.

Існує безліч класифікацій затрат за різними ознаками. Класифікація затрат є дуже важливою для розуміння того, як ними управляти. Враховуючи те, що поділ затрат спрямований на вирішення найрізноманітніших завдань управління, в літературі зустрічаються різноманітні групування видів затрат за ознаками їх класифікації. В таблиці 1 представлено класифікації затрат, які найбільш часто застосовуються виробничими підприємствами.

Таблиця 1

**Види класифікації затрат за різними ознаками**

| Ознака класифікації | Вид затрат |
|---|---|
| Економічні елементи | Економічні елементи, що визначають затрати на повний обсяг продукції, що випускається підприємством |
| Статті калькуляції | Постатейні затрати, що визначають собівартість одиниці продукції |
| Відношення до виробничого процесу | • основні<br>• накладні |
| Спосіб віднесення на виробництво окремих видів продукції | • прямі;<br>• непрямі; |
| Участь у процесі виробництва | • виробничі<br>• невиробничі |
| За складом | • одноелементні<br>• комплексні |
| По відношенню до обсягу виробництва | • змінні<br>• постійні<br>• змішані |
| Порядок розподілу затрат при визначенні прибутку | • на одиницю продукції<br>• за період |
| Ступінь керованості і урегульованості | • повністю керовані<br>• частково регульовані<br>• слабо регульовані |
| За цільовим призначенням | • за статтями калькуляції затрат |
| За терміном обчислення | • капітальні<br>• поточні |

В управлінні сучасними підприємствами одне з найвагоміших місць займає обґрунтована класифікація затрат, яка є дуже важливою для розуміння того, як удосконалювати їх регулювання. Слід зазначити, що найбільш контрольованими є планові затрати, і навпаки, найменше піддаються контролю позапланові затрати. Відповідно об'єктом управління на підприємствах є різниця між плановими та фактичними показниками, яка визначається як відхилення. Тому всі затрати розглядають і аналізують поелементно, щоб менеджер певного рівня управління міг у будь-який момент виявити показники, що не відповідають плановому завданню. За таких умов необхідною є класифікація видів затрат за такими критеріями, які якнайповніше відображатимуть та характеризуватимуть організаційно-управлінську, обліково-аналітичну, фінансово-економічну, маркетингову та інвестиційну сторони діяльності підприємства. Це сприятиме удосконаленню регулювання затрат, надаючи можливість розглядати дані види затрат з позицій системного підходу для їх цілісного розуміння.

**Література:**


1. Гавриленко Ю.М., Коваль А.А. Особливості управління витратами на підприємстві – [Електронний ресурс] http://knutd.com.ua/publications/pdf/TD/2012-4/12gymvnp.pdf.
2. Костецька Н.І. Методичні аспекти формування стратегії зниження витрат підприємства / Костецька Н.І. // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. - Дніпропетровськ : ДНУ, 2010. – С. 443-450.
3. Когут У.І. Критерії класифікації затрат підприємства [Електронний ресурс] / У.І. Когут // Національний університет «Львівська політехніка». – 2008. – Режим доступу: http://vlp.com.ua/files/08_27.pdf.
4. Палка І.М. Особливості управління витратами на підприємствах: вітчизняний та закордонний досвід / І. М. Палка // Економічний простір. − № 67 − 2012. − С. 264-269.
5. Меренкова Л.О. Управління затратами підприємства в ринковій економіці: Автореф. дис. … канд. екон. наук / Харківський державний економічний університет. – Харків,2003 – 20 с.



**Рошка П. И.**
*доктор хабилитат экономических наук,*
*профессор кафедры БА, МЭО и Туризм*
*Международный Независимый Университет Молдовы*
**Галбен И. А.**
*доктор экономических наук,*
*доцент кафедры БА, МЭО и Туризм*
*Международный Независимый Университет Молдовы*


## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И МАРКЕТИНГА – УСЛОВИЕ УВЕЛИЧЕНИЯ ЭКСПОРТА ТОВАРОВ И УСЛУГ

Современная рыночная экономика предъявляет принципиально иные требования к качеству выпускаемой продукции. Это связано с тем, что в современном мире выживаемость любой фирмы, ее устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяются уровнем конкурентоспособности.