

дати задовільного пояснення тому, що робить бухгалтер в процесі нарахування амортизації.

З цього приводу, вважаємо, що ряд відповідей можна одержати з теорії статичного та динамічного обліку, детально викладеної в працях Э. Шмаленбаха та Ж. Рішара, оскільки в бухгалтерському обліку визначення амортизації різняться в залежності від того, до якого напрямку обліку (статичного або динамічного) вони відносяться. У зв'язку із цим, у частині обліку засобів праці можна виділити наступні основні відмінності між двома підходами до бухгалтерського обліку: 1) відповідно до динамічної моделі, норми амортизації є по суті способом регулювання фінансового результату, відповідно до статичної моделі – норми амортизації залежать від фактичних термінів експлуатації засобів праці; 2) з позицій динамічної теорії, нарахування амортизації здійснюється на системній основі, тоді як в статичній теорії амортизація активів може припинятися, наприклад у випадках збільшення ринкової вартості активу. Крім того, в статичній моделі амортизація може застосовуватися до значно більшої кількості об'єктів засобів праці (безоплатно одержані, внесені як частка в статутний капітал), а в динамічній – тільки до придбаних; 3) при встановленні амортизаційної вартості, в динамічній моделі передбачена ліквідаційна вартість об'єкта не враховується, оскільки розглядається не об'єкт, що втрачає свої споживчі якості й вартість, а раніше понесені витрати, тоді як в статистичній моделі ліквідаційна вартість враховується; 4) у динамічному балансі облік амортизації виступає як контрактивний рахунок – регулятив, що відображає перенесення вартості, а в статичному балансі – це інвестиційний резерв на реновацію засобів праці.

Слід зазначити, що діюча в нашій країні методика обліку є ближчою до динамічної моделі, проте, містить в собі також й елементи статичної. Хоча в практиці майже всіх країн переважає саме змішаний підхід (в одних аспектах статичне, в інших – динамічне трактування). Доречною тут буде згадати думку проф. Я.В. Соколова, який вважає, що тільки послідовний розгляд обох трактувань дозволяє зрозуміти, виправданий чи ні такий еkleктизм.

УДК 338:658

Вікторія Кутрань, магістр

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ОСНОВНІ НАПРЯМИ АНАЛІЗУ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. В статті висвітлено суть збутової діяльності підприємства в сучасних умовах розвитку ринку. Визначено мету та напрями аналізу збутової діяльності підприємства, який є необхідною умовою ефективного управління підприємством.

Ключові слова: збут, збутова діяльність, аналіз збутової діяльності.

Victoria Kutran

THE MAJOR ANALYSIS DIRECTIONS OF MARKETING ACTIVITY OF ENTERPRISE

Abstract. The sense of enterprises marketing activity in market economy is exposed in the article. The purpose and directions of marketing activity analyses are shown.

Keywords: marketing activity, analyses of marketing activity.

На сучасному етапі розвитку підприємництва існує багато причин, що приводять до збитковості багатьох підприємств. Чільне місце посідають суб'єктивні причини, які

безпосередньо залежать від результатів діяльності самих же підприємств. Одне з перших місць серед цих причин належить проблемам збуту продукції в умовах переходу до ринкової економіки. Часті фінансові труднощі у покупців та недосконалість ринкової стратегії у виробників систематично породжує кризові явища у збутовій діяльності підприємств. Тому для кожного із суб'єктів ринку, які виготовляють та реалізують продукцію, необхідним є проведення ефективної роботи у сфері збуту.

Поняття «збут», в широкому сенсі цього слова - процес доведення товару від виробника до споживача. Змістом збутової діяльності є комплекс процедур для просування товару на ринок. Високий рівень витрат постійно спонукає підприємства до пошуку нових методів збуту.

Аналіз організації збутової діяльності на підприємстві спрямований на виявлення ефективності ведення збутової діяльності на підприємстві по кожному з її напрямів.

Здійснення аналізу збуту кожного підприємства має вирішити чітко окреслені проблеми. Тому збутова політика, в теперішніх умовах ринку, складається з трьох основних частин:

- плану збуту та формування каналів розподілу (підприємство має визначитися, який обсяг продукції слід продавати та через які з наявних каналів розподілу);
- логістика (сам процес доставки продукту споживачу, разом з інформаційними потоками, що мають забезпечити його ефективність);
- обслуговування покупців (включає всі аспекти відносин продавця і покупця).

Головна мета аналізу збутової діяльності підприємства – оцінка реалізації економічного інтересу виробника (одержання підприємницького прибутку) на основі задоволення платоспроможного попиту споживачів, для впровадження заходів щодо вдосконалення збутової діяльності підприємства, яка є запорукою його успішної діяльності.

При здійсненні аналізу організації збутової діяльності підприємства слід першочергово визначити елементи внутрішнього і зовнішнього середовища та провести їх максимально дослідити. До елементів внутрішнього середовища відносяться:

- обробка та оформлення замовлень;
- упаковка товару у відповідності до вимог транспортування;
- оформлення документів;
- відвантаження і контроль за рухом вантажу.

Елементами зовнішнього середовища можуть бути:

- транспортна фірма, що обслуговує транспортування;
- посередники і їх склади;
- збутова мережа.

Ігнорування будь-якого з цих елементів може негативно позначитися на фінансовій діяльності підприємства.

Хоча аналіз збутової діяльності є завершальною стадією господарської діяльності товаровиробника, в ринкових умовах планування збуту передують виробничій стадії і полягає у вивченні кон'юнктури ринку і дає можливість підприємству задовольняти потреби покупця та складати плани продажів, на основі яких мають формуватися плани постачання і реалізації продукції.

Побудована належним чином система організації, контролю та аналізу збутової діяльності здатна забезпечити конкурентоспроможність підприємства.