

## **Сучасний стан нормативно-правового забезпечення обліку витрат маркетингової діяльності підприємства**

*О.М. Лукан, аспірант,*

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника  
oatlukan@gmail.com*

**Методологія дослідження.** На основі системного підходу досліджено сучасний стан нормативно-правового забезпечення обліку витрат маркетингової діяльності підприємства. За допомогою аналітичного методу проведено характеристику нормативно-правових актів у частині регулювання обліку та формування витрат маркетингу на підприємстві.

**Результати.** Проведено систематизацію та структурування чинного законодавства, що регулює формування та облік витрат маркетингової діяльності. Здійснено аналіз правового забезпечення обліку витрат маркетингу, виявлено позитивні та негативні сторони.

**Новизна.** Проведено групування нормативно-правових актів, що регулюють облік витрат маркетингової діяльності за юридичною силою. Виявлено основні недоліки нормативно-правових актів, які регулюють облік витрат маркетингу. Запропоновано напрями вдосконалення нормативно-правового забезпечення щодо обліку витрат маркетингової діяльності.

**Практична значущість.** Урахування позитивних аспектів запропонованого вдосконалення нормативно-правового забезпечення дасть змогу чітко ідентифікувати витрати відповідно до елементів комплексу маркетингу: товар, ціна, комунікації, збут; удосконалити бухгалтерський облік витрат маркетингової діяльності, акумулюючи їх на одному рахунку обліку, та оптимізувати управління маркетинговою діяльністю підприємства в цілому.