

Современное состояние нормативно-правового обеспечения учета затрат маркетинговой деятельности предприятия

*А.М. Лукан, аспирант,
Прикарпатский национальный университет имени Василия
Стефаника
otlukan@gmail.com*

Методология исследования. На основе системного подхода исследовано современное состояние нормативно-правового обеспечения учета затрат маркетинговой деятельности предприятия. С помощью аналитического метода проведена характеристика нормативно-правовых актов в части регулирования учета и формирования затрат маркетинга на предприятии.

Результаты. Проведена систематизация и структурирование действующего законодательства, регулирующего формирование и учет затрат маркетинговой деятельности. Осуществлен анализ правового обеспечения учета затрат маркетинга, выявлены положительные и отрицательные стороны.

Новизна. Проведена группировка нормативно-правовых актов, регулирующих учет затрат маркетинговой деятельности по юридической силе. Выявлены основные правовые недостатки учета затрат маркетинга. Предложены направления усовершенствования нормативно-правового обеспечения учета расходов маркетинговой деятельности.

Практическая значимость. Учет положительных аспектов предложенного усовершенствования нормативно-правового обеспечения позволит четко идентифицировать расходы в соответствии с элементами комплекса маркетинга: товар, цена, коммуникации, сбыт; усовершенствовать бухгалтерский учет расходов маркетинговой деятельности, аккумулируя их на одном счете учета, и оптимизировать управление маркетинговой деятельностью предприятия в целом.