

стратегічним активатором інвестиційного менеджменту в Україні повинні стати законодавчо захищені гарантії публічного і приватного нерозголошення цільної інсайдерської інформації.

До актуальних напрямів подальших досліджень теми активізації інвестиційної діяльності підприємств відносимо:

застосування рейтингового підходу до оцінки активності інвестиційної діяльності: методичні засади містяться у джерелі [13];

координацію її з актуальним колом теоретичних питань розвитку фондового ринку: методичні засади містяться у джерелі [14];

врахування у ній питань нерівномірності територіально-галузевого розвитку: методичні засади містяться у джерелі [15];

визначення впливу фактора інтелектуальної власності на інвестиційну активність: методичні засади містяться у джерелі [16].

Література: 1. Соколенко С. И. Глобальные рынки XXI столетия: Перспективы Украины. — К.: Логос, 1998. — 568 с. 2. Шнипко О. Транснаціональні корпорації та проблеми транснаціоналізації українського ринку // Економіст. — №11 (229). — 2005. — С. 58 — 62. 3. Боди Зви Кейн. Принципи інвестицій. — 4-е изд. Пер. с англ. / Боди Зви Кейн, Алекс Маркус Алан. — М.: Изд. дом "Вильямс", 2002. — 984 с. 4. Статистичний щорічник України за 2004 рік. — К.: Вид. "Консультант", 2005. — 588 с. 5. Чернігівщина 2004. Статистичний щорічник. Держкомстат України. Головне управління статистики у Чернігівській області. — Чернігів, 2005. — 512 с. 6. Мескон М. Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. — М.: Дело, 2002. — 920 с. 7. Бланк И. Инвестиционный менеджмент: Учебный курс. — К.: Эльга-Н, Ника-Центр, 2002. — 448 с. 8. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади. Наук. вид. — Харків: Вид. ХДЕУ, 2004. — 472 с. 9. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004 — 2015 роки) "Шляхом Європейської інтеграції" / Авт. кол. А. С. Гальчинський, В. М. Гесць та ін. — К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. — 416 с. 10. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / За ред. акад. НАНУ В. М. Гейця. — К.: Ін-т екон. прогноз., Фенікс, 2003. — 1008 с. 11. Внукова Н. М. Можливість використання відкритої інформації для оцінки ризику діяльності акціонерних товариств / Н. М. Внукова, В. А. Смоляк // Стандарти прозорості на конкурентоспроможному фондовому ринку та в банківській системі України. Матеріали 4-го Пленуму Співки економістів України та міжнародної економічної українсько-німецької конференції / Під заг. ред. В. В. Оскольського. — К., 2005. — С. 109 — 117. 12. Внукова Н. М. Впровадження кредитно-рейтингової системи для підвищення прозорості елементів на фондовому ринку / Н. М. Внукова, Н. І. Зінченко // Стандарти прозорості на конкурентоспроможному фондовому ринку та в банківській системі України. Матеріали 4-го Пленуму Співки економістів України та міжнародної економічної українсько-німецької конференції / Під заг. ред. В. В. Оскольського. — К., 2005. — С. 85 — 91. 13. Брусенко М. А. Застосування рейтингового підходу до формування дієвого інвестиційного менеджменту регіональних підприємств України // Вісник Академії праці та соціальних відносин Федерації профспілок України. Науково-практичний збірник. — №2 [32], 2006. — С. 45 — 50. 14. Юшин С. О. Теоретичні аспекти взаємообумовленості процесів розвитку фондового ринку України та інвестиційного менеджменту її підприємств / С. О. Юшин, М. А. Брусенко // 36. наук. праць "Економіка: проблеми теорії та практики". Вип. 199: В 4-х т. Т. І. — Дніпропетровськ: ДНУ, 2005. — С. 223 — 235. 15. Брусенко М. А. Інвестиційний менеджмент підприємств у контексті нерівномірності територіально-галузевого розвитку // Вісник КНУТД. Збірник наук. праць. — Спеціальний випуск №4. — 2005. — С. 63 — 67. 16. Брусенко М. А. Інтелектуальна власність як фактор активізації інвестиційного менеджменту підприємств // 36. наук. праць "Економіка: проблеми теорії та практики". Вип. 212: В 4-х т. Т. І. — Дніпропетровськ: ДНУ, 2006. — С. 31 — 39.

УДК 658.015.3

**Гонтарева І. В.
Анохіна А. А.**

СТРУКТУРИЗАЦІЯ ПОДХОДІВ К ОЦЕНКЕ ПІДПРИЯТІЙ

The article is devoted to the consideration of the advantages and shortages of approaches of enterprise, their structuration and analyze is given. Basic approaches are defined after structuration of the method of pair correlation is proposed for a joint ventures.

В условиях становления рыночных отношений в Украине появляется необходимость оценки стоимости предприятия. Для оценки рыночной стоимости предприятия существует несколько подходов, которые не являются полностью разработанными: а) доходный; б) затратный; в) сравнительный. Целью работы является рассмотрение преимуществ и недостатков существующих подходов к оценке предприятия, их структуризация и анализ.

Анализ исследуемой литературы [1 — 5] показал, что процесс оценки стоимости предприятия базируется на трех подходах: доходном, затратном (накопления активов) и сравнительном (рыночном).

До сегодняшнего момента основные принципы, понятия, которые использовались в оценочной деятельности, были установлены Международными стандартами оценки стоимости компании. Эти стандарты имеют единую основу, фундамент, который включает в себя единые экономические принципы, зависимость от политических границ [1]. Но они не учитывают специфику оценки предприятий в различных странах. Для этого разрабатываются Национальные стандарты, нормативные документы для оценки стоимости предприятий каждой страны в отдельности.

Согласно нормативным актам основой доходного подхода является доход как основной фактор, определяющий величину стоимости объекта [2]. Здесь стоимость активов определяется исходя из прогнозируемого потока доходов, присоединяемых объектов оценки в период его эксплуатации. В данном случае применяется принцип ожидания, который основывается на том, что инвестор вкладывает средства сегодня, так как ожидает от объекта получения потоков в будущем [3].

Затратный подход предусматривает определение текущей стоимости затрат на воспроизведение или замещение объекта оценки с дальнейшей корректировкой их на сумму износа (обесценивания). Он наиболее применим для оценки предприятий, имеющих разнородные активы, а также в том случае, когда бизнес не приносит устойчивый доход. Здесь рассчитывается восстановительная стоимость активов по затратам на его производство или приобретение с последующим учетом обесценивания, вызванного накопительным износом [3]. Этот подход основан на принципе замещения. Принцип замещения гласит: "разумный инвестор не заплатит за данный объект больше, чем наименьшая цена, запрашиваемая за другой объект с эквивалентной полезностью" [5].

Сравнительный подход предусматривает анализ цен продажи и предложения подобного имущества с соответствующей корректировкой отличий между объектами сравнения и объектами оценки. При сравнительном методе стоимость актива определяется исходя из рыночных данных по продажам идентичных объектов или сопоставимых аналогов. Применение этого наиболее эффективно, когда существует активный рынок сопоставимых объектов собственности. Сравнительный подход основан на применении принципа замещения. Для

сравнения выбираются конкурирующие с оцениваемым бизнесом объекты. Обычно между ними существуют различия, поэтому проводится корректировка данных, в основе которых положен принцип вклада [3]. Он базируется на включении дополнительных активов в имущественный комплекс [4].

Каждый из этих подходов имеет свои преимущества и недостатки, которые разработаны автором и представлены в таблице.

Таблица

Преимущества и недостатки существующих подходов

Подход	Преимущества	Недостатки
Доходный	Учитывает будущие изменения доходов, расходов	Возможно несколько норм доходности
	Учитывает уровень риска	Невозможность применения к убыточным объектам
	Учитывает интересы инвестора	Сложность прогнозирования будущих результатов и затрат
	Учитывает рыночный аспект	Трудоемкость расчетов
Затратный	Основывается на реально существующих активах	Не учитывает стоимость нематериальных активов и goodwill
	Учитывает влияние производственно-хозяйственных факторов на изменение стоимости активов	Отражает прошлую стоимость
	Обоснованность результатов	Не учитывает рыночную ситуацию на дату оценки
	Дает оценку уровня развития технологии с учетом степени износа активов	Не учитывает перспективы развития предприятия
	Особенно удобен для убыточных и мало доходных предприятий	Не учитывает риски
		Нет связи с настоящими и будущими результатами деятельности предприятия
Сравнительный	Базирован на реальных рыночных данных	В расчет принимается только ретроспективная информация
	Отражает существующую практику продаж и покупок	Не принимает во внимание будущие ожидания инвесторов
	Учитывает влияние отраслевых (региональных) факторов на цену акций предприятия	Вносятся множество поправок в анализируемую информацию
	Полностью рыночный метод	Не четко характеризует особенности организационной, технической, финансовой подготовки предприятия
		Базирован на прошлом, нет учета будущих ожиданий
		Трудность в нахождении аналога

Для использования каждого из этих подходов существует множество методов, которые, по мнению авторов, имеют следующую структуру, указанную на рисунке.

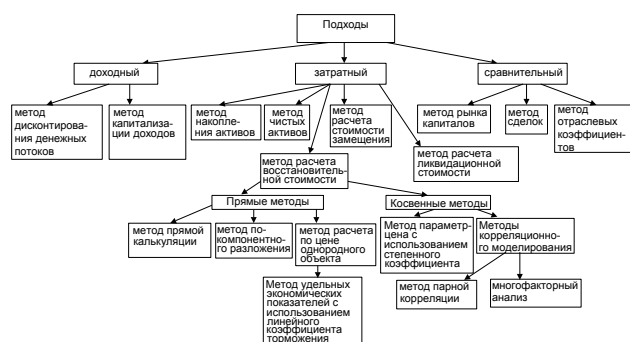


Рис. Структуризация подходов к оценке предприятия

Рассмотрим каждый из методов более подробно. Метод дисконтирования основан на последовательном приведении дохода или группы доходов к величине, равной сумме их текущих стоимостей с использованием дисконтной ставки. Существует два наиболее распространенных способа расчета ставки дисконта: модель оценки капитальных активов (САРМ); кумулятивная (суммирующая) модель.

По формуле САРМ в основном рассчитывается реальная ставка дисконта, которая имеет следующий вид [3]:

$$r = r_p + \beta (r_{cp} - r_p), \quad (1)$$

где r – безрисковая ставка дисконта;

β – соотношение между изменением дохода на акцию предприятия и изменением среднего дохода акций на рынке ценных бумаг;

r_p – текущая сумма дохода на акцию;

r_{cp} – среднерыночная ставка дохода с акции;

$r_{cp} - r_p$ – рыночная премия.

Коэффициент β характеризует степень риска от вложенных акций и имеет следующие границы: если $\beta > 1$ – риск высокий; $0 < \beta < 1$ – риск на среднем уровне; если $\beta = 0$ – риск отсутствует.

Результаты, полученные при расчете по этой формуле, можно корректировать с учетом особенностей и размера предприятия.

Формула кумулятивной (суммирующей) модели рассчитывается как [3]:

$$r = r_p + \sum_{i=1}^n r_{pi} \quad (2)$$

где $\sum_{i=1}^n r_{pi}$ – суммарная премия за риск;

r_{pi} – i -й компонент суммарной премии за риск.

Компоненты премии определяются экспертно и учитывают негативные факторы, влияющие на деятельность предприятия [2].

В отличие от метода дисконтирования денежных потоков метод капитализации прибыли основывается на том, что в прогнозируемом периоде доход предприятия будет стабильным. В данном случае следует учитывать прогнозируемый доход предприятия не за последний год и не его среднее значение за последние несколько лет, а доход должен прогнозироваться с учетом стабильности работы предприятия.

Учитывать темп роста прибыли компании необходимо через капитализацию, так как этот показатель основывается на постоянном росте прибыли в соответствии с заданной величиной.

Формула для определения стоимости предприятия с использованием метода капитализации выглядит следующим образом [5]:

$$PV = r_o (1 + g) / d - g, \quad (3)$$

где PV – текущая стоимость;

r – прибыль за текущий год;

g – предполагаемый долгосрочный стабильный темп роста доходов от использования объекта;

d – ставка дисконтирования;

$d - g$ – ставка капитализации.

К затратному подходу относится значительное количество методов.

Метод накопления активов целесообразно применять для расчета стоимости крупных предприятий, обладающих значительными активами, в случае необходимости оценки нематериальных активов предприятий, инвестиционных и холдинговых компаний, когда дальнейшая работа предприятия зависит от заключенных контрактов.

Метод чистых активов в основном используется в процессе антикризисного управления предприятия, в процессе приватизации государственных предприятий и в процессе налогообложения предприятия.

Метод расчета стоимости замещения базируется на определении текущей стоимости на строительство нового предприятия — аналога, который базируется на определении его текущих затрат. При применении этого метода оценщикам сложно выявить степень износа необоротных активов предприятия, которое оценивается.

Метод расчета восстановительной стоимости позволяет определить текущие затраты на восстановление оцениваемого предприятия.

Метод расчета ликвидационной стоимости используется не только при ликвидации предприятий, но и когда прогнозные значения денежных потоков от деятельности предприятия незначительны по сравнению с его чистыми активами. Этот метод может применяться тогда, когда расчет стоимости при ликвидации выше, чем, если бы это предприятие продолжало бы свою деятельность.

Для расчета себестоимости или восстановительной стоимости в затратном подходе используются прямые и косвенные методы.

К **прямым методам** относятся:

Метод прямой калькуляции достаточно сложен, так как для его применения необходимо обработать большое количество информации, но и при всем этом данный метод дает наиболее точный результат. В силу всего вышесказанного он может и не применяться, и его частным случаем выступает метод трендов. Метод трендов позволяет определить восстановительную стоимость оцениваемого оборудования на основании данных об изменении этой стоимости аналогичного оборудования в последствии, которое будет приведено к текущему уровню, благодаря индексам (трендам).

Метод расчета по цене однородного объекта применяется для оценки однородных объектов, которые схожи с оцениваемым по следующим характеристикам: технологии изготовления, используемым материалам, конструкции.

Метод покомпонентного разложения используется в следующей последовательности: вначале составляется список комплектующих узлов и агрегатов оцениваемого объекта и на них должна быть информация об их ценах, потом же определяется полная себестоимость объекта оценки, которая учитывает собственные затраты производителя и, в конечном итоге, рассчитывается восстановительная стоимость этого объекта.

Косвенные методы включают в себя методы целостной оценки, которые основываются на взаимозависимости между себестоимостью или ценами аналогичных машин и их технико-экономическими характеристиками. И от количества выбранных параметров, которые оказывают влияние на формирование себестоимости, при этом выбирают следующие методы.

Метод удельных показателей с использованием линейного коэффициента торможения позволяет рассчитать восстановительную стоимость оцениваемого оборудования на базе удельной стоимости не всей машины, а частного деления цены на значение главного ценообразующего параметра. При использовании этого метода необходимо свести к минимуму разницу между этими параметрами сравниваемых машин. Существующие различия между значениями параметров анализируемых машин позволяют ввести коэффициент торможения. Коэффициент торможения — это отношение удельной стоимости машин большей производительности к удельной стоимости однотипной машины меньшей производительности при условном равенстве прочих параметров.

Метод параметр-цена с использованием степенного коэффициента учитывает зависимость цены от значения основного параметра машины. Величину степенного коэффициента определяют на основе информации о цене и параметрах функционально и конструктивно однородных групп машино-технической продукции.

Методы корреляционного моделирования строятся на статистическом анализе зависимости цен выбранного ряда аналогичных машин и от формирующих эти цены значений ценообразующих параметров. Эти методы подразделяются на метод парной корреляции и на многофакторный анализ.

Что касается сравнительного подхода, то к нему относятся такие методы, как метод рынка капиталов, метод сделок и метод отраслевых коэффициентов.

Основой *метода рынка капитала* является использование рыночных цен акций предприятий-аналогов. Это дает возможность инвестору вкладывать денежные средства либо в оцениваемое предприятие, либо в аналогичное. Этот метод позволяет использовать фактические данные о предприятии, а не его прогнозные значения, так как они дают некоторые искажения при оценке.

Метод сделок — это частный случай описанной выше методики и основывается на приобретении контрольного пакета акций предприятий аналогов. Основное отличие этого метода в том, что определяется не только уровень стоимости контрольного пакета акций, но и позволяет полностью управлять предприятием.

Последний же метод в основном используется для предварительной оценки стоимости предприятия. В этом методе при продаже предприятий устанавливаются границы их годовой выручки.

При оценке эффективности функционирования совместного предприятия необходимо учитывать его рыночную стоимость, которая может учитывать размер компании, ассортимент производимой продукции, денежный поток оцениваемого предприятия и др.

На сегодняшний день в Украине не существует объективных предпосылок, чтобы использовать методы сравнительного подхода, так как не существует рынка предприятий; фондовый рынок еще не получил достаточного распространения; сложно получить информацию о доходах предприятий и его будущих доходах, которая используется для оценки стоимости при применении доходного подхода. При оценке стоимости украинских предприятий целесообразно использовать методы затратного подхода, потому что с помощью этого подхода можно получить достоверную информацию, а также реализовать традиционные подходы, используемые при оценке отечественных предприятий.

Применительно к совместным предприятиям, по мнению авторов, целесообразно использование косвенного метода расчета восстановительной стоимости предприятия — метода корреляционного моделирования, так как он предусматривает изменение стоимости активов в зависимости от роста цен на момент проведения оценки, темпов инфляции, основывается на взаимозависимости между себестоимостью или ценами аналогичных машин и их технико-экономическими характеристиками, что позволяет получить более точную стоимость активов предприятия.

Метод корреляционного моделирования включает метод парной корреляции и многофакторного анализа. Для многофакторного анализа необходимо использование и выполнение следующих условий:

наличие широкой и достоверной базы данных про операции купли-продажи с описанием физических и экономических характеристик объектов недвижимости, которые принимали участие в этих операциях;

наличие критерия подбора аналогов с вышеупомянутой базы данных;

существование методологии расчетов соответствующих поправок к стоимости выбранных поправок.

В связи с тем, что для совместных предприятий в Украине не существует широкой базы данных, поэтому мы предлагаем использовать метод парной корреляции, который является наиболее распространенным случаем представления эконометрической модели.

Таким образом, проведена структуризация подходов к оценке предприятия, выявлены преимущества и недостатки

каждого из подходов. Определено, что для создания совместного предприятия необходимо использовать метод парной корреляции. Дальнейшее развитие данного исследования будет в приведении существующей методики к украинско-польскому совместному предприятию.

Литература: 1. Международные стандарты оценки: перевод, комментарии, дополнения. В 2-х т. – М.: Аскери ASCA, 2000. – Т. 1 – 368.; Т. 2 – 482 с. 2. Постанова Кабінету Міністрів України: "Методика оцінки майна" // Державний Інформаційний бюлетень про приватизацію. – 2004. – №3. – С. 22 – 44. 3. Оценка бизнеса / Под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 736 с. 4. Гавва В. Н. Оценка потенциала предприятия и отрасли. – Харьков: Нац. аэрокосм. ун-в. "Харьк. авиац. институт", 2004. – 288 с. 5. Эванс Франк Ч. Оценка компаний при слияниях и поглощениях: создание стоимости в частных компаниях / Эванс Франк Ч., Бишоп Давид М.; [Пер. с англ. – М.: Альбина Паблишер, 2004. – 332 с. 6. Клебанова Т. С. Принятие решений в управлении экономическими объектами: методы и модели / Т. С. Клебанова, Я. Г. Берсудский, Н. Н. Лепа. – Донецк: Юго-Восток, 2002. – 276 с.

Стаття надійшла до редакції
5.10.2006 р.

УДК 658.8

Хряпіна І. С.

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ НА МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ – ВИРОБНИКІВ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ

The article is devoted to the detailed analysis of marketing communication costs and to the question of classification of these costs. It allows to find out principles of their forming, allocation and ways of their reduction or optimization. Today it is an up-to-date problem for enterprises, which produce consumer goods.

Підприємства під час своєї діяльності здійснюють певні витрати, особлива роль у цій системі належить витратам на маркетингові комунікації. Виробникові все важче продати свою продукцію, а споживачеві — обрати саме те, що повністю задовольнить його потреби. На сучасному етапі розвитку економіки зростання витрат на маркетингові комунікації підприємств — виробників споживчих товарів — зумовлює необхідність їх аналізу та оптимізації.

Дослідженням маркетингових комунікацій, витрат на маркетинг, контролінгу маркетингової діяльності присвячені праці зарубіжних і вітчизняних вчених-економістів і маркетингологів. Серед них А. Ф. Павленко, А. В. Войчак, Т. О. Примаков, А. В. Череп, М. С. Пушкар, Р. М. Пушкар, В. В. Прохорова, Дж. Ленсколд, Ж.-Ж. Ламбен, Ф. Котлер [1 – 7] та ін. Однак що стосується комунікаційних витрат, то їх аналізу не приділяється належної уваги, детальні дослідження відсутні, не знаходять однозначного вирішення і проблеми їх оптимізації.

Аналіз витрат на маркетингові комунікації підприємств — виробників споживчих товарів — і вдосконалення класифікаторів цих витрат на основі поглядів зарубіжних, вітчизняних вчених і власних досліджень дозволить правильно підійти до проблеми їх оптимізації.

Витрати у бухгалтерському розумінні відрізняються від витрат в економічному тлумаченні. З бухгалтерської точки зору витрати — це конкретне використання ресурсів. Відповідно до П(С)БО 16 "Витрати", витратами визнаються або зменшен-

ня активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені [8].

Під економічними розуміють "витрати втрачених можливостей", тобто суму грошей, яку можна отримати при найбільш вигідному з усіх можливих альтернативних варіантів використання ресурсів. Таким чином, економічні витрати будь-якого ресурсу дорівнюють його вартості за найкращого з усіх можливих варіантів використання [7]. Щодо витрат на маркетингові комунікації, то важливо акцентувати увагу на їх економічному тлумаченні.

Проаналізувавши праці вчених щодо маркетингових комунікацій [9], доцільно дати таке визначення комунікаційних витрат.

Витрати на маркетингові комунікації — це вартість будь-яких ресурсів на підготовку, реалізацію та контроль інформаційних потоків, які циркулюють між учасниками обмінного процесу для забезпечення узгодження попиту і пропозиції, за умови їх найкращого варіанта використання.

Відзначимо, що в процесі управління витратами важливе значення має їх класифікація: аналіз у розрізі різних класифікаційних ознак дозволяє виявляти закономірності їх формування, розподілу та напрямки зниження або оптимізації. Класифікація витрат — це засіб вирішення завдань управління. У табл. 1 подані основні ознаки, які доцільно застосувати для класифікації операційних витрат підприємства [1; 6; 7; 10; 11].

Таблиця 1

Класифікація витрат залежно від ознак групування

Ознаки класифікації	Групи витрат
Місце виникнення	Витрати цеху, ділянки або іншого структурного підрозділу підприємства
Можливість віднесення на конкретний об'єкт витрат	Прямі; непрямі
Ступінь залежності від обсягу виробництва	Постійні; змінні
Економічний склад	Елементи витрат; статті калькуляції
Відношення до виробничого процесу	Основні; накладні
Ступінь економічної однорідності	Прості; комплексні
Доцільність витрачання	Продуктивні; непродуктивні
Ступінь істотності	Релевантні; нерелевантні
Ступінь впливу на величину витрат	Повністю регульовані; частково регульовані; нерегульовані

Для вирішення питання класифікації комунікаційних витрат необхідно визначити їх склад. Витрати на маркетингові комунікації в основному належать до складу витрат підприємства на збут. Незначна їх частина має місце і в адміністративних витратах (наприклад, представницькі витрати).

Слід розглянути склад витрат підприємства на збут, які включають витрати, пов'язані з реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг). Відповідно до П(С)БО 16 "Витрати" до них відносять [8]:

- 1) витрати пакувальних матеріалів для затарювання готової продукції на складах готової продукції;
- 2) витрати на ремонт тари;
- 3) оплата праці та комісійні винагороди продавцям, торговим агентам і працівникам підрозділів, що забезпечують збут;
- 4) витрати на рекламу та дослідження ринку (маркетинг);
- 5) витрати на передпродажну підготовку товарів;
- 6) витрати на відрядження працівників, зайнятих збутом;
- 7) витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів, пов'язаних зі збутом продукції, товарів, робіт, послуг;
- 8) витрати на транспортування, перевалку і страхування готової продукції (товарів), транспортно-експедиційні та інші послуги, пов'язані з транспортуванням продукції (товарів) відповідно до умов договору (базису) поставки;
- 9) витрати на гарантійний ремонт і гарантійне обслуговування;
- 10) витрати на страхування призначеної для подальшої реалізації готової продукції (товарів), що зберігається на складі підприємства;