

Економіка та управління підприємствами

УДК 657.1: 338.46

Кулик Андрій Михайлович

кандидат економічних наук, викладач

Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола

Кулык Андрей Михайлович

кандидат экономических наук, преподаватель

Галицкого колледжа имени Вячеслава Черновола

Kulyk Andrii

Candidate of Economic Sciences, Lecturer

Galician College of Vyacheslav Chernovol

Бриндзя Зіновій Федорович

доктор економічних наук, викладач

Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола

Брындзя Зиновий Федорович

доктор экономических наук, преподаватель

Галицкий колледж имени Вячеслава Черновола

Bryindzia Zinovi

Doctor of Economics, Lecturer

Galician College of Vyacheslav Chernovol

**ЦІНОВА ПОЛІТИКА І УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В СФЕРІ
ПОСЛУГ: ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ
ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА И УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ В СФЕРЕ
УСЛУГ: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
COST POLICY AND COST MANAGEMENT IN THE SERVICE
SECTOR: AN ECONOMIC DIMENSION**

Анотація. Мета дослідження полягає у визначенні найвпливовіших факторів на управління діяльністю суб'єктів малого бізнесу та формуванні системи управління витратами, що дозволить розвиватись у стратегічній перспективі й забезпечить стабільний прибуток.

Проведене дослідження доводить, що ефективно сформована цінова політика та економічно обґрунтована оптимізація витрат як її результат дозволить підприємствам сфери послуг результативно працювати в конкурентному середовищі та забезпечувати стратегічний розвиток в перспективі. Запропоновано етапи проведення цінової політики на підприємствах з урахуванням впливу зовнішніх факторів - купівельної спроможності, цін конкурентів, що надають ідентичні послуги тощо, а також внутрішніх факторів, які визначаються витратами та рентабельністю.

Авторами розроблена модель системи управління витратами підприємств сфери послуг, яка відображає зв'язки між елементами суб'єкта господарювання. Врахування цих зв'язків спрямоване на отримання стабільного прибутку. Акцентовано увагу на зменшенні активів та збільшенні зобов'язань, які відображають величину витрат, для встановлення цін на послуги підприємства, що уможливлює акумулювання прихованих економічних резервів.

Проведено анкетне опитування респондентів одного рівня керівної ланки (тобто директорів підприємств сфери послуг) й ідентифіковано фактори, що мають найбільший вплив на управління витратами і розвиток підприємства в цілому та які відіграють визначальну роль при формуванні стратегії розвитку у довгостроковій перспективі. При цьому, основним зовнішнім аспектом стимулювання розвитку підприємств сфери послуг залишається держава, яка повинна впроваджувати державні програми підтримки та розвитку підприємств сфери послуг. Внутрішнім фактором

впливу запропоновано вважати ціну, яка встановлюється менеджерами підприємства для надання споживчих послуг клієнтам.

Результати проведеного досліджування показали, що потрібно оптимізувати витрати не тільки зменшенням їх значення, але і коригуванням значення показника ціни, що дозволить отримувати стабільні прибутки у довгостроковій перспективі.

Ключові слова: цінова політика, управління витратами, методи управління, модель системи управління.

Аннотация. Целью исследования является определение наиболее влиятельных факторов на управление деятельностью субъектов малого бизнеса и формирование системы управления затратами, позволяющей эффективно развиваться в стратегической перспективе и иметь стабильный доход.

Проведенное исследование доказывает, что эффективно сформированная ценовая политика и экономически обоснованная оптимизация затрат, как ее результат, позволит предприятиям сферы услуг результативно работать в конкурентной среде и обеспечивать свое развитие в будущем. Предложено этапы проведения ценовой политики на предприятиях с учетом влияния внешних факторов - покупательной способности, цен конкурентов, предоставляющих идентичные услуги и т.д., а также внутренних факторов, которые тесно связаны с расходами и рентабельностью.

Авторами разработано модель системы управления затратами предприятий сферы услуг, которая отражает связи между различными элементами предприятия. Учет этих связей направлен на получение стабильной прибыли. Акцентируется внимание на уменьшении активов и увеличении обязательств, которые отражают величину расходов, для установления цен на услуги предприятия, что способствует выявлению скрытых экономических резервов оптимизации.

Проведенный анкетный опрос респондентов-руководителей одного уровня (т.е. директоров предприятий сферы услуг) позволил идентифицировать факторы, имеющие наибольшее влияние на управление затратами и развитие предприятия в целом. Эти факторы играют существенную роль в формировании стратегии развития предприятия на длительную перспективу. При этом, основным внешним аспектом стимулирования развития предприятий сферы услуг является государство, которое должно внедрять государственные программы поддержки и развития предприятий сферы услуг. Внутренним фактором влияния предложено считать цену, которая устанавливается менеджерами предприятия для предоставления потребительских услуг клиентам.

Результаты проведенного исследования показали, что необходимо оптимизировать расходы не только уменьшая их объем, но и проводя корректировку показателя цены, что позволит получать стабильные доходы в долгосрочной перспективе.

Ключевые слова: *ценовая политика, управление затратами, методы управления, модель системы управления.*

Summary. *The aim of the study is to determine the most influential factors in the management of small businesses and the formation of a cost management system that allows you to effectively develop in a strategic perspective and have a stable income.*

The study proves that an efficiently formed pricing policy and economically justified cost optimization, as its result, will allow service companies to work effectively in a competitive environment and ensure their future development. The stages of the pricing policy at enterprises are proposed taking into account the influence of external factors - purchasing power, prices of competitors providing identical services, etc., as well as internal factors that are closely related to costs and profitability.

The authors developed a model of the cost management system for service

enterprises, which reflects the relationship between the various elements of the enterprise. Accounting for these relationships is aimed at obtaining a stable profit. Attention is focused on reducing assets and increasing liabilities, which reflect the amount of expenses, for setting prices for the services of an enterprise, which helps to identify hidden economic reserves for optimization.

A questionnaire survey of respondents-managers of one level (i.e. directors of service enterprises) made it possible to identify the factors that have the greatest influence on cost management and the development of the enterprise as a whole. These factors play a significant role in shaping the long-term development strategy of the enterprise. Moreover, the main external aspect of stimulating the development of enterprises in the service sector is the state, which should implement state programs to support and develop enterprises in the service sector. It is proposed to consider the internal factor of influence as the price set by the managers of the enterprise to provide consumer services to customers.

The results of the study showed that it is necessary to optimize costs not only by reducing their volume, but also by adjusting the price indicator, which will allow you to get stable income in the long term.

Key words: *pricing policy, cost management, management methods, management system model.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах економічного розвитку важливим аспектом є поінформованість та досвід, отриманий підприємством впродовж життєвого циклу, що дозволяє обирати правильну стратегію його діяльності в стратегічній перспективі. В цій площині особливо актуально звернути увагу на підприємства сфери послуг, оскільки вони обслуговуючи населення, формують значну частину ВВП України, а також суттєво впливають на соціально-економічне становище її громадян. Витрати і ціна, як найбільш вагомі економічні категорії, формують базу не лише ефективності діяльності суб'єктів сфери послуг. Вони активно

впливають на низку макроекономічних показників, в тому числі рівень людського розвитку, який для соціально-орієнтованих країн в сучасних умовах є одним з найважливіших індикаторів розвитку країни. З огляду на це, постає питання ефективного управління витратами та формуванням цінової політики для потреб населення в умовах ринку. Дослідження у цій площині проводяться досить активно, адже вони актуальні в умовах ринку, кризовості та невизначеності. Однак важлива їх синергія та комплексне узагальнення наявних фрагментарних результатів. Це уможливить виявлення факторів, що впливають на прибутковість, та дасть змогу передбачати критичні ситуації у фінансово-економічній діяльності підприємств сфери послуг, що пов'язані з управлінням витратами й ціноутворенням. Необхідність такого дослідження загалом зумовлена тим, що саме вирішення проблемних питань з оптимізації витратно-цінових співвідношень сприятиме динамічному розвитку підприємств та підвищенню їх конкурентоспроможності в сучасному середовищі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомий внесок у дослідження проблеми систем управління витратами в різних галузях економіки зробили такі вітчизняні вчені, як Ю.М. Великий [1], С.Ф. Головка [2], Н.В. Гришко[3], Т.П. Карпова [4], Л. В. Нападовська [5], О.Г. Партин [8], А.А. Пилипенко[9], В.О. Шведун [10] тощо.

Загалом багато досліджень присвячені теоретичним обґрунтуванням сутності категорійних понять за цим напрямом, ідентифікації факторів впливу на витрати для цілей мінімізації їх негативних впливів, науковому аналізу зв'язку витрат і цини тощо. Аналізуючи поняття витрати, С.Ф. Головка [2], Т.П. Карпова [4], Л. В. Нападовська [5] та інші вчені визначають, що основним напрямком зменшення витрат є система управління ними. Таким чином, управління витратами передбачає комплексне вивчення аналізу витрат на підприємстві та виявлення резервів їх зниження в процесі господарської діяльності. Тобто, управління

витратами на підприємстві – це процес, що сприяє зменшенню витрат при умові зростання ринкової вартості підприємства за допомогою його економічних резервів.

Зниженню витрат на підприємстві сприяє цінова політика, яка займає одне з основних місць у політиці розвитку підприємства. Вона є передумовою успішної конкурентної боротьби на ринку послуг, що дозволяє при її коригуванні збільшити споживачів і, тим самим, покращити фінансове становище підприємства.

Вчений Павленко А.Ф. вважає, що ціна відіграє важливу роль при формуванні системи управління витрат, адже включає “комплекс заходів щодо визначення відпускної ціни, знижок, умов оплати за товари та послуги, управління цінами з урахуванням побажань та можливостей споживачів, а також одночасного забезпечення прибутку підприємства-виробника чи продавця” [7, с. 105]. Корієв В.Л., Корецький М.Х., Дадій О.І. [5] у своїх дослідженнях підкреслюють, що підприємницька діяльність має базуватися на комплексі заходів зі встановлення ціни з урахуванням побажань і можливостей споживачів з метою отримання бажаного прибутку. Таким чином, ефективне функціонування підприємств сфери послуг в ринковому середовищі потребує не тільки зниження витрат, але і вимагає коректного формування ціни на власні послуги, що забезпечить прибутковість й стабільний розвиток у стратегічній перспективі. Можемо стверджувати, що цінова політика на підприємстві і система управління витратами є взаємозалежні складові, які передбачають отримання прибутку у довгостроковій перспективі. Однак для успішної їх взаємодії та оптимізації необхідні дослідження питання управління витратами підприємств сфери послуг за умови інноваційного розвитку.

Мета статті полягає у визначенні найвпливовіших факторів на управління діяльністю суб’єктів малого бізнесу та формуванні системи

управління витратами, що дозволить розвиватись у стратегічній перспективі й забезпечить стабільний прибуток

Виклад основного матеріалу. Поняття "управління витратами" досліджувались багатьма вітчизняними та закордонними науковцями, проте єдиного термінологічного підходу щодо його розуміння не існує. Різні науковці пропонують власне бачення, опираючись на свій досвід та виділяють, зазвичай, певну сторону даного об'єкту наукового дослідження.

У конкурентному середовищі послуга має свою ціну, яка встановлюється кожним підприємством індивідуально. Проте ціна, яка встановлюється на різних підприємства на один вид послуги має відповідати трьом важливим критерієм, а саме: вона має бути економічно обґрунтованою; вона має бути доступна споживачам послуги; вона має покривати витрати, що пов'язані з якісним наданням послуги. Відзначимо, що ціна виступає стимулятором попиту на послуги, а основним завданням цінової політики є управління конкурентоспроможністю послуг підприємств.

Формування цінової політики на підприємстві відбувається під впливом зовнішніх факторів [4, 6, 7], тобто підприємство повинно врахувати купівельну спроможність ринку і ціну конкурентів, що надають ідентичні послуги. Іншим аспектом впливу на цінову політику є вплив внутрішніх факторів підприємства, які визначаються витратами та рентабельністю. При визначенні ціни на послуги підприємствам необхідно аналізувати: порівняльні характеристики новизни й якості послуг, ціни на послуги конкурентів, додаткові послуги, гарантії, що надаються підприємством-конкурентом, а також урахувати можливість зниження собівартості [6, с. 210]. Вважаємо за доцільне при проведенні цінової політики дотримуватись 5 етапів (рис. 1).

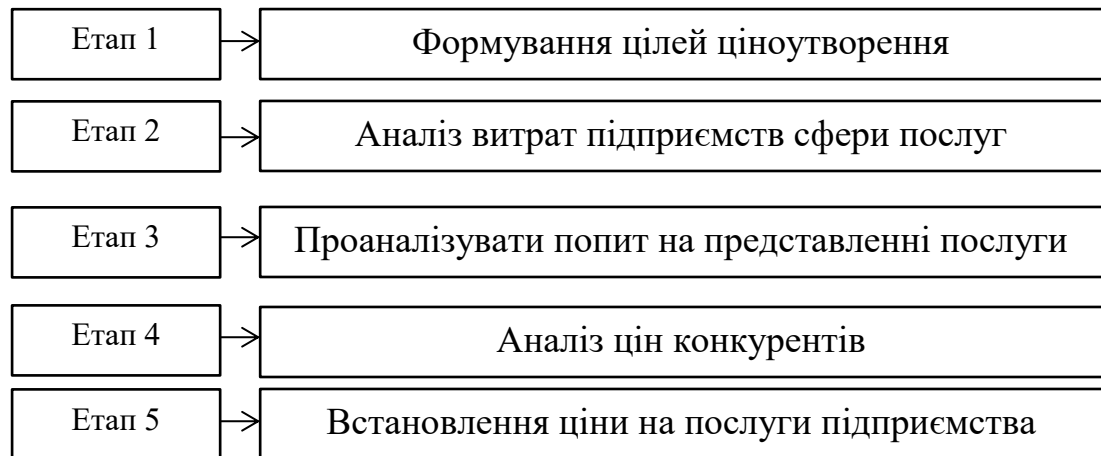


Рис. 1. Етапи проведення цінової політики на підприємствах сфери послуг.

Джерело: розроблено автором самостійно

На першому етапі формування цінової політики підприємство орієнтується на власні завдання і цілі, які воно прагне досягнути у стратегічній перспективі. Основною цілю будь-якого підприємства є отримання прибутку. Однак для нього також важливо посісти перше місце у рейтинговій таблиці серед підприємств-конкурентів, що займаються наданням послуг у ринковому середовищі. У свою чергу, підприємство повинно слідкувати за ситуацією на ринку, удосконалювати методи надання послуг, розвивати нові напрямки та вживати усі можливі заходи для розвитку бізнесу у конкурентному середовищі.

На другому етапі підприємствам сфери послуг доцільно провести повний аналіз витрат та оцінити можливі напрямки їх зниження. Особливу увагу слід приділити витратам, які змінюються при зміні ціни й запропонувати напрямки їх оптимізації.

На третьому етапі менеджери підприємства повинні оцінити кількість споживачів послуг та спрогнозувати їх наявність у стратегічній перспективі. Проводячи розрахунок на перспективу, працівники мають визначити попит на послуги, рівень доходу населення та ціни на послуги-замінники, щоб адекватно оцінити ситуацію в ринковому середовищі і правильно спрогнозувати показники в перспективі.

На четвертому етапі слід провести аналіз цін підприємств-конкурентів, щоб правильно оцінити можливості свого підприємства та сформувавши напрямки протидії у відповідь на цінові рішення підприємств-конкурентів. Менеджерам підприємства необхідно постійно стежити за цінами на однотипні послуги у ринковому середовищі і швидко реагувати на їх зміни.

На п'ятому етапі підприємство, провівши систему досліджень та аналізу ринкового середовища, встановлює свою ціну на послуги, орієнтуючись на дохід населення з одного боку, й внутрішні витрати підприємства з іншого.

Отже, ціна на послуги повинна характеризуватись оптимальним співвідношенням ціни та якості, при якому задоволеними мають залишитись споживач і підприємство. Формування ефективної цінової політики необхідно проводити на основі дотримання таких принципів, як цільова спрямованість, безперервність процесу ціноутворення та контроль за їх дотриманням.

Дослідження показують, що основним важелем впливу на цінову політику є витрати підприємства. Забезпечити отримання постійного прибутку можливе при ефективному поєднанні цінової політики з управлінням витратами, оскільки на ціну послуги суттєво впливають витрати на її надання. Тож суттєвим моментом є своєчасне відображення суми фактичних витрат, які формують відповідні послугу підприємства. Важливим елементом розвитку теорії управління витратами виступає застосування сучасних методів і інструментарію управління. Останні мають забезпечувати ідентифікацію сум витрат, здійснення контролю за їх розподілом і виявлення резервів зниження.

Менеджерам підприємства необхідно правильно організувати роботу з управління витратами, тобто контролювати процес їх формування, розподілу та використання в процесі надання послуг. Раціональний розподіл витрат підприємства дозволить зменшити ціну на послуги, що розширить

коло клієнтів і дасть можливість підвищити показники прибутковості підприємств сфери послуг. Основним завданням менеджера є правильно оцінити витрати підприємства в процесі його роботи. Тож першим завданням виступає правильність вибору методу такої оцінки. Нами згруповані методи для визначення витрат підприємства сфери послуг в таблиці 1.

Проаналізувавши увесь сектор методів [2, 5, 7, 8, 10] для управління витратами, на наш погляд ABC-метод найкраще справиться із поставленим завданням, оскільки він дозволяє адекватно провести калькулювання собівартості забезпечуючи взаємозв'язок отриманої інформації з процесом формування витрат. Особливістю методу виступає групування запасів через розподіл їх на три групи, саме:

- А- група включає в себе значну частину коштів вкладених в запаси і за правилом Парео до неї належить 80% усіх грошових коштів;
- В-група відноситься номенклатура, яка при формуванні запасів складу займає 15% усіх грошових коштів;
- С-група включає в себе велику частину запасів, але на них приходить незначна частина фінансових засобів вкладених у запаси, що займає 5% усіх грошових коштів.

Таблиця 1

Методи управління витратами підприємств сфери послуг

Назва методу	Суть	Переваги/Недоліки
Директ-кост	представляє систему управлінського обліку, яка має за основу класифікацію витрат на змінні та постійні і включає в себе облік їх за видами, місцем виникнення й носіями	Переваги: <ul style="list-style-type: none">- дані про прибутки, обсяг, собівартість можна отримати з звітності;- об'єднує в собі стандарт-кост і гнучкі бюджети. Недоліки: <ul style="list-style-type: none">- проблематичність у виділенні постійних витрат.
Стандарт-кост	полягає у розробленні норм і стандартів до яких підприємство	Переваги: <ul style="list-style-type: none">- на підставі встановлених стандартів можна заздалегідь визначити суму очікуваних витрат

	має прагнути.	на виробництво і реалізацію виробів, обчислити собівартість одиниці виробу на визначення цін, скласти звіт про доходи. Недоліки: - важко скласти стандарти згідно з технологічною картою виробництва; - визначення ступеня напруженості стандартів і норм.
Таргет-кост	полягає в управлінні витратами за цільовою собівартістю.	Переваги: - менеджери орієнтуючись на цінову собівартість відмовляються від впровадження нової дорогої технології; - при нестандартних ситуаціях менеджери формують нові нестандартні рішення, які потребують інноваційного рішення. Недоліки: - для ефективного функціонування необхідно створити тісну взаємодію між різними підрозділами і створення "позитивного клімату" між працівниками.
Кайзен-костинг	вдосконалення діяльності підприємств за допомогою використання внутрішніх резервів	Переваги: - забезпечує постійне зменшення витрат й утримання їх на заданому рівні. Недоліки: - необхідність мотивації працівників і корпоративної культури, що підтримує залучення персоналу в діяльності підприємств
ABC-методу	полягає в розподілі суми витрат підприємства протягом періоду на основі витрат по відповідним процесам і операціям.	Переваги: - оптимізувати собівартість продукції за рахунок покращення процесу виробництва; - забезпечити формування раціональної структури витрат з врахуванням корисності їх здійснення на кожному етапі. Недоліки: - потреба у мотивації працівників і корпоративної культури, що підтримує залучення персоналу в діяльності підприємства
Бенчмаркінг витрат	це пошук підприємства-конкурента, який є більш розвинений економічно, щоб порівняти показники діяльності та перейняти його найкращі методи роботи.	Переваги: - проводить швидко порівняння усіх показників; - вдосконалення бізнес-процесів проходить з меншими витратами. Недоліки: - проблематичність в зборі повної і конфіденційної інформації про діяльність різних суб'єктів ринкового середовища.

Джерело: складено автором самостійно на основі [2; 5; 7-8; 10]

Даний метод перетворив простий облік витрат в ефективну технологію управління витратами у ринкову середовищі, визначивши при цьому основні операції і процеси на підприємстві та поділивши їх на відповідні групи. Метод-ABC аналізу дозволяє проаналізувати витрати на різних рівнях діяльності підприємств сфери послуг та провести контроль за ними з метою ефективного керування їх прибутком. В практичній діяльності на підприємствах широко використовується ABC-аналіз, оскільки його переваги при аналізі витрат перед традиційними методами очевидні. Цей метод по новому розглядає формування витрат на підприємстві та управління ними. Проблемними місцями при цьому лишається проведення змін у системі бухгалтерського обліку та удосконалення системи інформаційної підтримки. З метою отримання більш точних результатів директори підприємства комбінують декілька методів, що дозволяє провести ефективну оцінку витратам і сформулювати напрямки їх управління.

Сама по собі правильно визначена величина витрат на підприємстві не збільшить його прибуток, тому менеджери повинні сформувати систему управління витратами, яка дозволить враховувати вплив усіх факторів на діяльність. На основі проведено аналізу пропонуємо наступну базову модель управління витратами у підприємствах сфери послуг. Схематично вона відображена на рисунку 2.

Аналізуючи запропоновану модель системи управління, важко визначити, що є найважливішим з позиції практичної діяльності досліджуваних підприємств. Тому нами було проведено анкетне опитування директорів підприємств сфери послуг в Тернопільській області, щоб визначити основний фактор впливу на результативність системи управління підприємств сфери послуг. Нами було проведено анкетне опитування директорів підприємств сфери послуг в кількості 100 чоловік, з метою встановлення факторів, які на їх думку найбільше впливають на прибутковість і розвиток підприємства в цілому. Кожному фактору залежно

від важливості впливу на систему управління витратами присвоювалось значення від 1 бала до 5 балів. Після проведеного опитування нами просумувались результати по всіх показниках і результати представлені нами у вигляді таблиці 2 у вигляді процентних співвідношень.

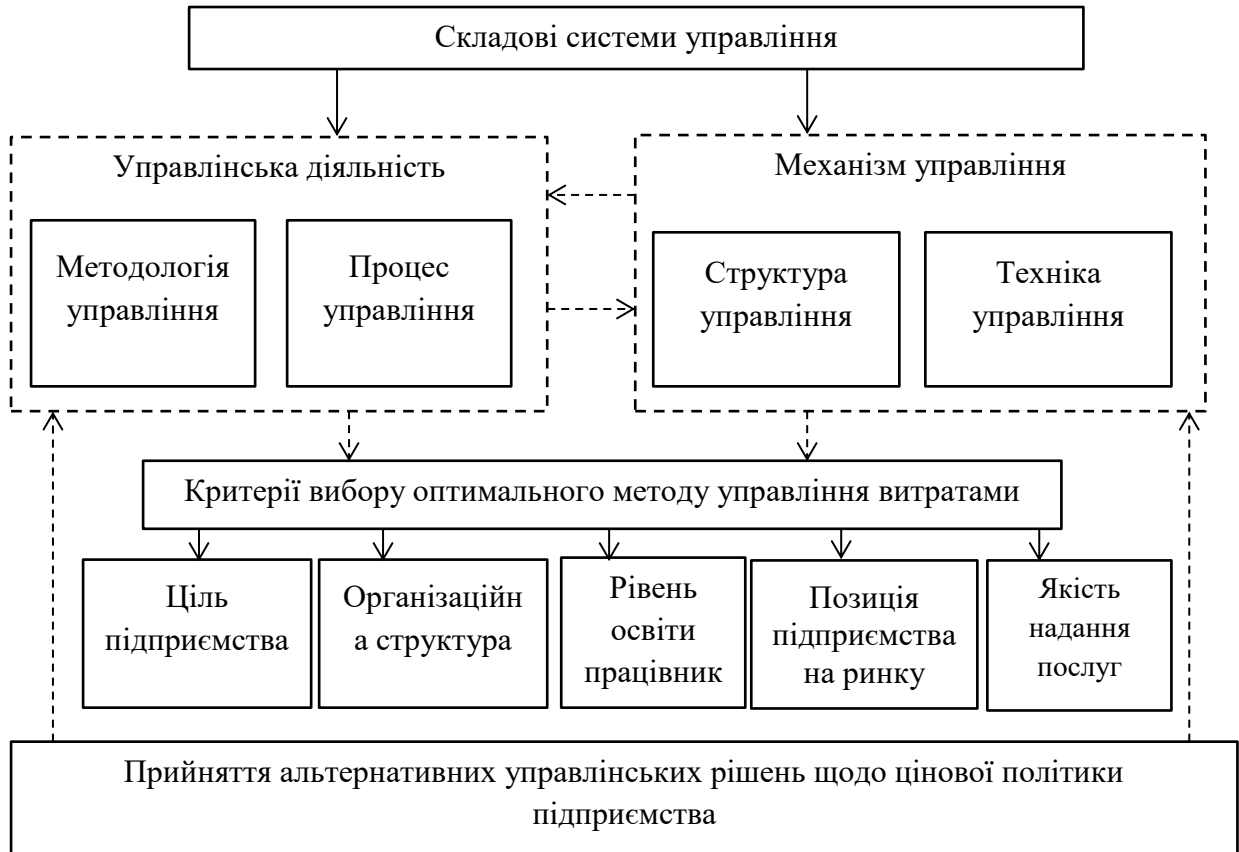


Рис. 2. Модель системи управління витратами підприємств сфери послуг

Джерело: розроблено автором самостійно

За результатами опитування 100 осіб директорів підприємств сфери послуг отримано такі результати (табл.2).

Таблиця 2

Результати опитування директорів (100 осіб опитаних)

		Бали (%)
1	Розрахунок витрат підприємств стандартними методами (стандарт-кост, таргет-костинг; кайзер-костинг, директ-кост)	2
2	Розрахунок витрат підприємств інноваційними методами (АВС-аналіз, бенчмаркінг-витрат)	7
3	Організація цінової політики на підприємстві	14
4	Попит в ринковому середовищі на послуги підприємств	9

5	Ціни встановлені підприємствами-конкурентами	11
6	Ціни, що встановлюються менеджерами підприємства для надання послуг клієнтам	13
7	Інфляційні процеси в Україні	7
8	Встановлений рівень мінімальної заробітної плати	8
9	Рівень освіти працівників підприємства	9
10	Мотивування працівників до виконання покладених на них обов'язків	5
11	Система оподаткування підприємств сфери послуг	3
12	Державні програми підтримки розвитку бізнесу	12

Примітка: Тернопільська область, Україна

Аналізуючи результати проведеного дослідження, ми бачимо, що важливу роль в системі управління підприємствами сфери послуг відіграє цінова політика на підприємстві (14% респондентів акцентували на цьому увагу). Дослідження, проведені закордонними вченими, підтверджують важливість створення ефективної політики на підприємствах, і звертають увагу на створення мотиваційного механізму працівників до виконання покладених на них обов'язків з підготовки персоналу (11% респондентів виділяють основним із факторів впливу на управління системою витрат).

В умовах сьогодення сучасний бізнес розраховує на власні кошти з метою розширення своєї діяльності та практично не розраховує на державні програми розвитку бізнесу (2% респондентів). В результаті проведення опитування нами спостерігалась тенденція до використання директорами підприємств стратегічних методів управління витратами у своїй діяльності (7% респондентів) та відходження від традиційних методів аналізу (4% респондентів).

Висновки і пропозиції. В сучасному науковому світі основна увага акцентується на ціні послуги, яка прямо залежить від витрат підприємства сфери послуг. Аналізуючи витрати підприємств, керівники мають дослідити усі витратні напрямки діяльності і зменшити їх, що дозволить зменшити ціну послуги. За результатами дослідження пропонується модель управління витратами підприємства, яка дозволяє комплексно відобразити

усі фактори впливу на неї та максимально передбачити їхні показники у перспективі в процесі оперативного планування. Аналізуючи анкетне опитування респондентів, рекомендуємо впровадження на підприємствах сфери послуг програм з мотивації працівників з метою покращення виконання ними своїх обов'язків, що дозволить збільшити кількість прийнятих управлінських рішень і прибуток підприємств.

Проведені дослідження для підприємств сфери послуг дозволяють визначити пріоритетні напрямки управління витратами обумовлені базовими конкурентними стратегіями, що вирішить проблеми оптимізації та сформує індивідуальний підхід до вибору існуючих систем. Здійснення запропонованих рекомендацій буде становити перспективу для подальших наукових досліджень, що дозволить підприємствам розвиватись і досягнути конкурентних переваг у сучасних умовах господарювання.

Література

1. Великий Ю. М. Управління витратами підприємства: монографія. Харків: ІНЖЕК, 2009. 192 с.
2. Голов С. Ф. Управлінський облік: підручник. Київ: Лібра, 2008. 704 с.
3. Гришко Н. В. Методологія управління витратами промислових підприємств (вугледобувна промисловість): монографія. Донецьк: ІЕП НАН України, 2009. 403 с.
4. Корінев В. Л., Корецький М. Х., Дацій О. І. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 200 с.
5. Нападовська Л. В. Управлінський облік: монографія. Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2000. 450 с.
6. Оснач О. Ф., Пилипчук В. П., Коваленко Л. П. Промисловий маркетинг: підручник для студ. вищ. навч. закл. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 364 с.

7. Павленко А. Ф., Корінєв В. Л. Маркетингова політика ціноутворення: монографія. Київ: КНЕУ, 2004. 332 с.
8. Партин Г. О. Управління витратами підприємства: концептуальні засади, методи та інструментарій: монографія. Київ: УБС НБУ, 2008. 219 с.
9. Пилипенко А. А., Дзьобко І. П., Писарчук О. В. Формування обліково-аналітичного забезпечення управління витратами підприємств та їх об'єднань: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, доц. А. А. Пилипенка. Харків: ХНЕУ, 2011. 344 с.
10. Шведун В. О. Оптимізація управління розподілом витрат підприємства за допомогою інформаційних технологій // Бізнес Інформ. 2012. № 9. С. 334-338. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2012_9_69. (дата звернення: 12.01.2020).
11. Copeland T., Koller T., Murrin J. Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies. 2nd ed. Wiley, 1995. 576 p. (Frontiers in Finance Series).
12. Elliott G. The Seven Principles of Effective Cost Management. URL: <https://www.naturalproductsinsider.com/articles/2004/11/the-seven-principles-of-effective-cost-management.aspx>. (дата звернення: 12.01.2020).
13. Value –based Management: Context and Application / eds G. Arnold, M. Davies. John Wiley & Sons: Chichester, UK, 2000. 388 p.

References

1. Velykyi Yu.M. (2009), Upravlinnia vytratamy pidpryiemstva [Enterprise Cost Management], monograph, INZhEK, Kharkiv, 192 p.
2. Holov S.F. (2008), Upravlinskyi oblik [Management Accounting], Libra, Kyiv, 704 p.

3. Hryshko N.V. (2009), Metodolohiia upravlinnia vytratamy promyslovykh pidpriemstv (vuhledobuvna promyslovist) [Cost management methodology of industrial enterprises (coal mining industry)], monograph, IEP NAN Ukrainy, Donetsk, 403 p.
4. Koriniev V.L., Koretskyi M.Kh. and Datsii O.I. (2007), Marketynhova tsinova polityka [Marketing pricing policy], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, 200 p.
5. Napadovska L.V. (2000), Upravlinskyi oblik [Management Accounting], monograph, Nauka i osvita, Dnipropetrovsk, 450 p.
6. Osnach O.F., Pylypchuk V.P. and Kovalenko L.P. (2009), Promyslovyyi marketynh [Industrial marketing], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, 364 p.
7. Pavlenko A.F. and Koriniev V.L. (2004), Marketynhova polityka tsinoutvorennia [Marketing pricing policy], monograph, KNEU, Kyiv, 332 p.
8. Partyn H.O. (2008), Upravlinnia vytratamy pidpriemstva: kontseptualni zasady, metody ta instrumentarii [Enterprise cost management: conceptual foundations, methods and tools], monograph, UBS NBU, Kyiv, 219 p.
9. Pylypenko A.A., Dzobko I.P. and Pysarchuk O.V. (2011), Formuvannia oblikovo-analitychnoho zabezpechennia upravlinnia vytratamy pidpriemstv ta yikh obiednan [Formation of accounting and analytical support for cost management of enterprises and their associations], monograph, KhNEU, Kharkiv, 344 p.
10. Shvedun V.O. (2012), "Optimization of Distribution Management Company Expenses through Information Technology", Biznes Inform, no. 9, pp. 334-338, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2012_9_69. (accessed 12 January 2020).
11. Copeland T., Koller T. and Murrin J. (1995), Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies, 2nd ed. Wiley, 576 p.

12. Elliott G. (2004), "The Seven Principles of Effective Cost Management", available at: <https://www.naturalproductsinsider.com/articles/2004/11/the-seven-principles-of-effective-cost-management.aspx>. (accessed 12 January 2020).
13. Arnold G. and Davies M. (Eds.) (2000), Value-based Management: Context and Application, John Wiley & Sons: Chichester, UK, 388 p.