

Чернишенко Олена Іванівна, аспірантка кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, (067)940-16-81; Olena.Chernyshenko@emmb.khpi.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-7718-2387>
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
вул. Кирпичова, 2, Харків, Україна, 61002

РОЗВИТОК МЕТОДІВ ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ВИТРАТ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ З ВИКОРИСТАННЯМ ЯПОНСЬКОГО ДОСВІДУ

Анотація. У статті розглянуто сучасні підходи до формування собівартості витрат промислової продукції з акцентом на впровадження японського досвіду управління витратами. Особливу увагу приділено методологіям цільової собівартості «таргет-костинг», ощадливого виробництва (Lean Production), системі «точно вчасно» (Just-In-Time), загальному управлінню якістю (TQC) та філософії безперервного вдосконалення кайдзен-костинг. Розкрито актуальність теми для українських підприємств, які стикаються з викликами високої конкуренції, зростання витрат на енергоресурси та необхідністю адаптації до міжнародних стандартів ефективності. Дослідження спрямоване на ідентифікацію ключових проблем формування собівартості на українських підприємствах та визначення можливостей інтеграції японських практик в національні виробничі процеси. У роботі також запропоновано методичні підходи до адаптації японських інноваційних методів з урахуванням економічних, технічних і соціальних особливостей України. Запропоновано поєднати в одній системі моделі таргет-костинг і кайдзен-костинг, сформовано механізм такого поєднання та визначена ефективність його використання. Результати дослідження демонструють, що впровадження японського досвіду дозволяє не лише знизити виробничі витрати, але й сприяє підвищенню продуктивності праці, покращенню якості продукції та забезпеченню сталого розвитку підприємств.

Ключові слова: формування собівартості, управління витратами, кайдзен-костинг, таргет-костинг, ефективність, промислові підприємства

Chernyshenko Olena, Postgraduate Student Department of Business Economics and International Economic Relations, (067)940-16-81; Olena.Chernyshenko@emmb.khpi.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-7718-2387>
National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute".
2, Kirpychova St., Kharkiv, Ukraine, 61002.

DEVELOPMENT OF METHODS FOR FORMING THE COST OF INDUSTRIAL PRODUCTION COSTS USING JAPANESE EXPERIENCE

Abstract. The article considers modern approaches to the formation of the cost of industrial products with an emphasis on the implementation of Japanese experience in cost management. Particular attention is paid to the methodologies of target costing, lean production (Lean Production), the Just-In-Time system, total quality management (TQC), and the philosophy of continuous improvement kaizen costing. The relevance of the topic for Ukrainian enterprises facing the challenges of high competition, increasing energy costs, and the need to adapt to international efficiency standards is revealed. The study is aimed at identifying key problems in the formation of cost at Ukrainian enterprises and determining the possibilities of integrating Japanese practices into national

production processes. The paper also proposes methodological approaches to the adaptation of Japanese innovative methods, taking into account the economic, technical, and social characteristics of Ukraine. It is proposed to combine the target costing and kaizen costing models in one system, a mechanism for such a combination is formed, and the effectiveness of its use is determined. The results of the study demonstrate that the implementation of Japanese experience allows not only to reduce production costs, but also contributes to increasing labor productivity, improving product quality and ensuring sustainable development of enterprises.

Keywords: *cost formation, cost management, kaizen costing, target costing, efficiency, industrial enterprises*

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку світової економіки ключовим завданням для підприємств промислового сектору є забезпечення конкурентоспроможності своєї продукції. Одним із основних факторів, що впливають на конкурентоспроможність, є оптимізація витрат виробництва, зокрема через ефективне формування собівартості продукції. Особливо актуальним стає вивчення та адаптація передових практик інших країн, які вже досягли успіху в раціоналізації витрат. У цьому контексті японський досвід є одним із найцінніших, оскільки Японія добре відома своїми ефективними системами управління виробництвом, такими як «таргет-костинг» (цільова вартість), «кайдзен-костинг» (безперервне вдосконалення), «точно вчасно» (Just-In-Time), а також системою TQC (загального управління якістю) [1, 4, 8]. Японський підхід до формування собівартості ґрунтується на ретельному аналізі витрат, максимальному використанні ресурсів і мінімізації втрат на кожному етапі виробничого процесу. Запровадження цих методів може сприяти значному зниженню витрат та підвищенню якості продукції, що є надзвичайно актуальним для українських промислових підприємств, які прагнуть закріпитися на внутрішньому та міжнародному ринках.

Розвиток методів формування собівартості промислової продукції із використанням японського досвіду є актуальним з кількох причин [1-12]. По-перше, у сучасних умовах підприємства України стикаються з високою конкуренцією та необхідністю знижувати витрати виробництва без втрати якості. Це особливо важливо на фоні економічних викликів, таких як нестабільність валютного курсу, подорожчання енергоносіїв та сировини. По-друге, японські методи управління визнані у світі одними з найефективніших.

Їхнє застосування дозволяє оптимізувати виробничі процеси, скоротити невиробничі витрати та підвищити продуктивність праці. По-третє, для українських компаній, що прагнуть виходу на міжнародні ринки, необхідно відповідати міжнародним стандартам ефективності, якості та економічності. Японський досвід допомагає розробити універсальні підходи до формування собівартості, які є конкурентними на світовій арені. По-четверте, японські методи управління виробництвом орієнтовані на зменшення шкідливого впливу на довкілля та ефективне використання ресурсів, що є важливим у контексті глобального переходу до екологічно орієнтованої економіки.

Таким чином, вивчення та адаптація японського досвіду у формуванні собівартості витрат промислової продукції є надзвичайно важливим і перспективним напрямом досліджень, який сприятиме зміцненню позицій українських підприємств на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвиток методів формування собівартості витрат промислової продукції залишається важливим напрямом наукових досліджень, особливо в умовах глобальної конкуренції та зростаючих вимог до ефективності виробничих процесів [1, 3, 6, 9]. Японський досвід, завдяки своїй унікальності та результативності, займає центральне місце в сучасних публікаціях з управління витратами. Розглянемо ключові тенденції, що визначають актуальність цієї теми [1-12].

Багато сучасних наукових праць підкреслюють роль методології «кайдзен» у системному зниженні витрат. Зокрема, в статтях японських авторів наголошується, що філософія «таргет» базується на визначенні цільової собівартості, до якої слід прагнути підприємству, а філософія «кайдзен» базується на безперервному вдосконаленні процесів шляхом активної участі кожного працівника в оптимізації виробництва [1]. У публікаціях європейських і українських науковців акцентується увага на необхідності адаптації таргет-костинг» та кайдзен-костинг до місцевих умов, враховуючи специфіку національних підприємств. Ряд публікацій присвячений аналізу системи «точно вчасно» (Just-In-Time) як одного з найефективніших способів управління

ресурсами [2, 4, 12]. Дослідження демонструють, що ЛІТ дозволяє значно скоротити витрати на зберігання матеріалів і готової продукції, забезпечуючи точну відповідність між попитом і пропозицією. У цьому контексті акцент робиться на вдосконаленні логістичних процесів, що дозволяє мінімізувати втрати через затримки чи надлишкове накопичення запасів.

Аналіз останніх публікацій свідчить про те, що японська система загального управління якістю (TQC) забезпечує значний внесок у зниження витрат за рахунок мінімізації браку та покращення якості на всіх етапах виробничого процесу [4, 5, 11]. Українські дослідники, зокрема в економічних і промислових галузях, акцентують увагу на складнощах і перевагах впровадження японських методів у вітчизняних реаліях. У публікаціях наголошується, що успішна адаптація японського досвіду потребує: зміни підходів до управління персоналом; інвестицій у навчання співробітників; модернізації обладнання та процесів.

Аналіз останніх досліджень свідчить про високу актуальність японських методів формування собівартості у контексті зниження витрат та підвищення ефективності промислового виробництва. Їхнє застосування не лише сприяє економічній стабільності підприємств, але й створює передумови для інтеграції українських компаній у світовий економічний простір.

Постановка завдання. Для забезпечення ефективного управління витратами та підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств України необхідно розробити інноваційні підходи до формування собівартості продукції. Японський досвід, який базується на методах ощадливого виробництва, філософії безперервного вдосконалення (кайдзен) та оптимізації процесів, є цінним джерелом знань для досягнення цієї мети.

Виклад основного матеріалу дослідження. В останній час активно розвивалися різного роду концептуальні підходи до формування собівартості промислової продукції [12, 19]. В світовій практиці управління витратами широкого використання набув метод часткової калькуляції – «директ-костинг», з використанням якого собівартість продукції формується за величинами

змінних витрат. При його використанні витрати на промислове виробництво розділяються частіше всього на дві базові групи: змінні витрати, які пропорційно змінюються при зміні об'єму виробництва, та постійні витрати, які практично не змінюються при зміні об'єму виробництва. Собівартість продукції підприємства формується тільки з урахуванням витрат змінних. До недоліків цього методу слід віднести: відсутність розрахунків повного розміру собівартості продукції (це є обов'язковим згідно чинного законодавства); необхідність більш точного розділу постійних витрат, так як це важливо для визначення маржинальних витрат.

Частково вказані недоліки були усунуто в моделі «стандарт-костинг», яка передбачає формування собівартості на основі стандартних значень витрат і аналізу наявних відхилень, тобто управління витратами проводиться на основі порівняння нормативних та фактичних витрат. На нашу думку, в моделі «стандарт-костинг» ключовим є контроль за точним визначенням відхилень фактичних витрат від стандартів, що в цілому впливає і на удосконалення наявних стандартів. Якщо такий контроль відсутній, то застосування даної моделі буде умовним, без бажаного ефекту.

Продовженням пошуків більш ефективних підходів до формуванні собівартості продукції ми вбачаємо у більш широкому використанні японської моделі «таргет-костинг», в основу якої покладено управління витратами на засадах цільової собівартості. Система таргет-костингу включає в себе методичні підходи до управління витратами і спрямована на зменшення витрат ще на етапі проектування продукції або послуги, щоб забезпечити досягнення цільового рівня прибутковості. Сутність системи таргет-костингу базується на використанні традиційної моделі ціноутворення, згідно якої ціна формується як сума собівартості і прибутку. Згідно цієї концепції, собівартість (C_t) визначається як різниця між ціною (P_{rt}) та прибутком (P_{ft}).

Таким чином, модель «таргет-костингу» пропонує розглядати собівартість не як продукт якогось розрахунку, а як певну величину, на яку слід підприємству орієнтуватися, пропонуючи на цільовий ринок конкурентний

виріб (рис. 1). Виходячи з концепції рис. 1 можемо стверджувати, що система формування собівартості за методом таргет-костинг заснована на дуже простій ідеї: замість стандартного питання: «Яка вартість виробництва продукції?» цільова собівартість ставить інше питання: «Скільки повинна коштувати продукція?» Практичний досвід управління витратами свідчить про те, що підприємства, які отримують інформацію від традиційних систем обліку витрат, витрачають більше часу і коштів на процес створення продукції.

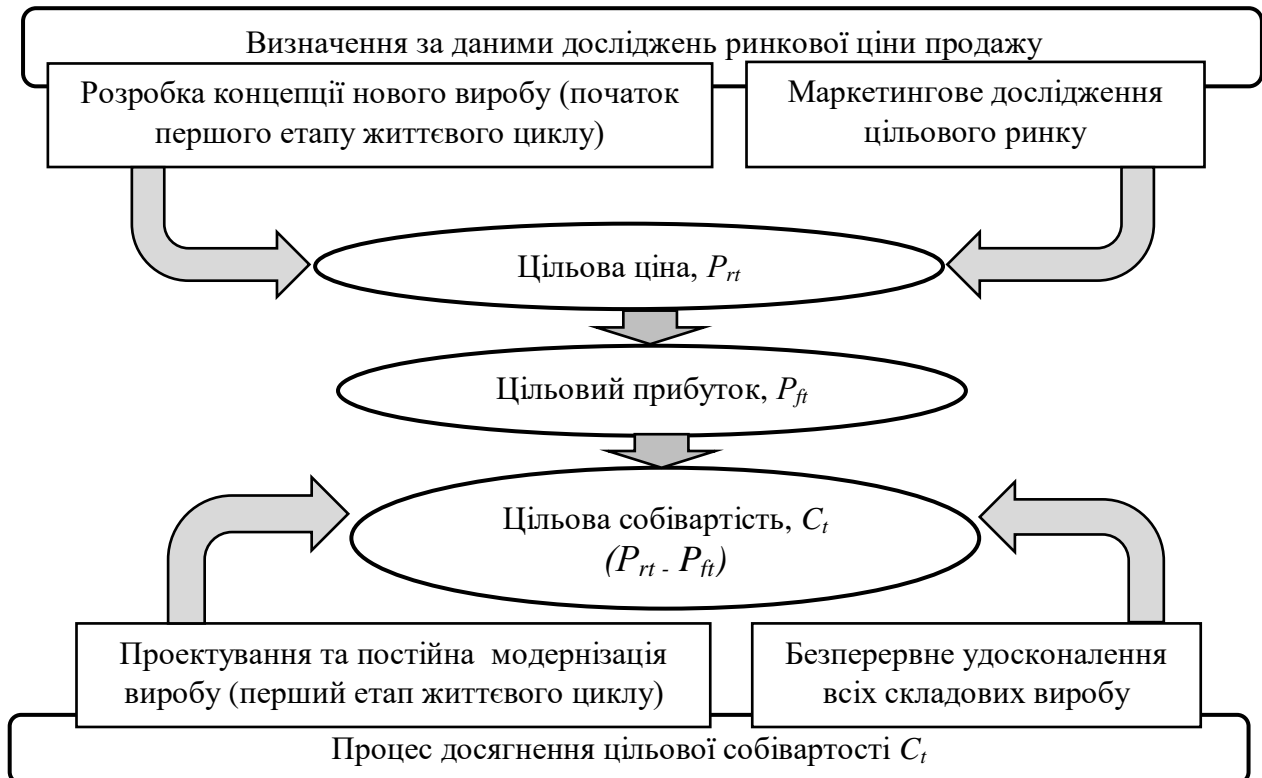


Рисунок 1 – Концептуальна схема процесу використання системи таргет-костинг
Джерело: авторська розробка

Процес формування собівартості продукції по системі «таргет-костинг» включає в себе наступні стадії.

Стадія № 1. На основі дослідження ринку збуту і доступних (можливих) обсягів виробництва формується гіпотетична (прогнозна) ринкова ціна продукції.

Стадія № 2. Проводиться розрахунок очікуваного прибутку від продажі одиниці продукції. На цій основі і визначається цільова собівартість як максимально допустиме значення собівартості при заданих ринкових умовах.

Стадія № 3. Включає в себе приведення значення нормативної собівартості до значення цільової собівартості шляхом вивчення та аналізу можливостей змінити обсяги та види витрат.

Стадія № 4. Розробка і технологічне тестування макету нового виробу, який відповідає цільовій собівартості. Різниця між значенням цільової і нормативної собівартості не повинна перевищувати 10 % від нормативної собівартості. Якщо результати тестування будуть позитивними, то приймається відповідне управлінське рішення про запуск виробу у промислове виробництво. [3, 12, 32].

До переваг практичного використання моделі «таргет-костингу» віднесемо:

- можливості пошуку інноваційних, нестандартних конструкторсько-технологічних рішень з метою досягнення необхідного для підприємства результату – цільової собівартості;

- суттєве зменшення виробничих витрат завдяки активному розвитку технологій та неможливістю використання матеріалів високої вартості.

До недоліків моделі «таргет-костинг» пропонуємо віднести:

- низьку оперативність менеджерських рішень, які продукуються змінами кон'юнктури цільового ринку;

- необхідність більш тісної взаємодії різних структурних підрозділів і співробітників підприємства.

Зменшення вартості виробництва продукції можна також досягти і з використанням моделі кайдзен-костингу, метою якої є покращення діяльності підприємства або його структурних підрозділів з використанням внутрішніх резервів, виключаючи залучення значних зовнішніх інвестицій.

Кайдзен-костинг – це метод планування і зниження собівартості продукції, який базується на філософії кайдзен (з японської «постійне вдосконалення»). Його мета – постійне зниження собівартості продукції у процесі виробництва за рахунок усунення втрат, оптимізації процесів і залучення персоналу до процесу вдосконалення. Кайдзен-костинг широко використовується на промислових

підприємствах, особливо у країнах з розвиненою промисловою культурою, таких як Японія. На відміну від таргет-костингу, який акцентує увагу на плануванні собівартості до початку виробництва, кайдзен-костинг спрямований на постійне зниження витрат у процесі виробництва.

До основні принципів кайдзен-костингу пропонуємо віднести:

- безперервне вдосконалення: працівники на всіх рівнях постійно шукають способи покращення процесів, зниження собівартості, навіть у малих масштабах;

- включення персоналу: у процес удосконалення залучаються всі працівники - від виробничих робітників до менеджерів. Це допомагає створити культуру вдосконалення та відповідальності за загальний результат;

- орієнтація на поточний виробничий процес: на відміну від таргет-костингу, кайдзен-костинг працює з існуючим продуктом і виробничим процесом, зосереджуючись на поступових змінах у реальному часі, а не на попередньому плануванні;

- мінімізація втрат: концепція кайдзен-костингу тісно пов'язана з ідеями *lean production* (ощадливого виробництва), де велика увага приділяється усуненню всіх видів втрат — від простоїв і надлишків до дефектів.

Пропонуються до розгляду наступні етапи впровадження кайдзен-костингу на промислових підприємствах:

1. Аналіз поточних витрат і визначення цілей: оцінюється собівартість існуючих продуктів, визначаються конкретні цілі для її зниження, часто у вигляді щомісячних чи кварталних показників.

2. Впровадження дрібних вдосконалень: працівники разом із керівництвом розробляють невеликі зміни у виробничому процесі для зниження витрат.

3. Моніторинг та корекція: результати регулярно аналізуються для оцінки ефективності впроваджених змін і визначення нових точок покращення.

4. Навчання персоналу: підприємства навчають персонал методам вдосконалення, внесенню пропозицій зниження витрат.

Зазвичай система формування виробничої собівартості «кайдзен-костинг» використовується на промислових підприємствах поряд з системою «таргет-костингу». Вони мають одну ціль – отримання цільової собівартості, хоча за моделлю таргет-костингу цю ціль прагнуть отримати на стадії проектування нової продукції, то за моделлю кайдзен-костингу – на стадії її виготовлення. Поєднання двох методів дозволяє досягти максимальної ефективності. Таргет-костинг встановлює допустимі витрати і сприяє ефективному початку розробки продукту, а кайдзен-костинг забезпечує подальше безперервне вдосконалення в процесі виробництва. Приклади великих японських корпорацій, зокрема Toyota і Sony, демонструють, що саме поєднання таргет-костингу з кайдзен-костингом дозволяє їм залишатися лідерами в індустрії [8].

Поєднання систем таргет-костингу та кайдзен-костингу у виробничо-комерційній діяльності промислових підприємств є доцільним, оскільки ці підходи доповнюють один одного, забезпечуючи баланс між стратегічним плануванням витрат і їх постійним вдосконаленням у процесі виробництва. Основні факторні положення обґрунтування такої інтеграції представлено на рис. 2.



Рисунок 2 – Формування напрямків доцільності (ефективності) поєднання систем таргет-костингу і кайдзен-костингу

Джерело: розроблено автором

Поєднання таргет-костингу і кайдзен-костингу у діяльності промислових підприємств забезпечує комплексний (інтегральний) підхід до управління виробничими витратами, який орієнтується на досягнення стратегічних і тактичних цілей. Розглянемо більш детально ефективність цієї інтеграції, основні напрямки якої представлені на рис. 2.

Поєднання систем цільового управління витратами та постійного зменшення витрат забезпечує підвищення ефективності роботи підприємств. Це досягається за рахунок взаємодоповнюваності цих систем на різних етапах життєвого циклу продукції. Економічна сутність цього процесу надана в табл.1.

Таблиця 1 – Основні аспекти ефективності поєднання систем таргет-костингу і кайдзен-костингу у діяльності промислових підприємств

Аспекти	Таргет-костинг	Кайдзен-костинг	Результат
Оптимізація витрат на всіх етапах	Задає цільову вартість продукту, враховуючи потреби споживачів і рівень конкуренції. Це дозволяє уникати надлишкових витрат ще на стадії розробки продукту.	Забезпечує підтримку та подальше зниження витрат під час виробничого процесу шляхом поступових удосконалень.	Зниження собівартості продукції без шкоди для якості
Підвищення конкурентоспроможності	Продукти розробляються з урахуванням ринкових цінових очікувань, що створює додаткову конкурентну перевагу.	Підтримує конкурентні переваги за рахунок постійного зниження витрат	Стале збереження конкурентних переваг.
Гнучкість у відповіді на ринкові зміни	Дозволяє швидко адаптувати цільові витрати до зміни попиту чи ринкової ситуації.	Сприяє оперативному вдосконаленню виробничих процесів у відповідь на нові вимоги або обмеження.	Підвищена здатність реагувати на зовнішні виклики.
Мотивація співробітників	Формує спільне бачення цілей і залучає співробітників різних підрозділів до досягнення поставлених завдань.	Стимулює персонал брати участь у вдосконаленні процесів та їх покращення.	Підвищення продуктивності праці та рівня інноваційності
Скорочення витрат і ризиків	Мінімізуються ризики перевищення бюджету ще на стадії планування.	Дозволяє знижувати витрати у виробництві за рахунок зменшення відходів і неефективних операцій.	Фірма досягає стабільності у витратах, що підвищує прибутковість.
Інтеграція інновацій	Сприяє впровадженню новітніх рішень під час розробки продукту, враховуючи обмеження за витратами.	Дозволяє ефективно реалізовувати невеликі, але постійні інновації у виробництві.	Інновації – джерело зростання ефективності.

Джерело: розроблено автором

На нашу думку, для оцінки результатів інтеграції таргет- і кайдзен-костингу доцільно використовувати такі показники: зниження собівартості продукції; рівень відповідності цільовій вартості; динаміка операційної

ефективності; частка відходів у виробничому процесі; зростання рівня задоволеності клієнтів.

Висновки з проведеного дослідження. Проведені дослідження свідчать про те, що таргет-костинг спрямований на стратегічне управління витратами ще на етапі проєктування продукту, орієнтований на довгострокові цілі, такі як досягнення рентабельності нового продукту і вихід на нові ринки. Він враховує потреби ринку, бажання клієнтів і цінову чутливість, дозволяючи встановити цільову вартість, яка забезпечить конкурентоспроможність та прибутковість. Кайдзен-костинг зосереджується на операційній діяльності, знижуючи витрати за рахунок поступових удосконалень у процесі виробництва, підтримує оперативну ефективність, забезпечуючи гнучкість у короткостроковій перспективі через вдосконалення виробничих процесів. Він застосовується після запуску продукту у виробництво, спрямований на постійне зниження витрат шляхом поступових удосконалень. Ці дві системи в комплексі покривають різні етапи життєвого циклу продукції, створюючи єдину безперервну систему управління витратами. Їх поєднання забезпечує баланс між досягненням стратегічних цілей (таргет-костинг) та вирішенням поточних виробничих завдань (кайдзен-костинг).

Таргет-костинг дозволяє оптимізувати витрати під час планування, що особливо важливо в умовах високої конкуренції, дозволяє уникнути не виправданих витрат на етапі проєктування, забезпечуючи відповідність продукту ринковим очікуванням. Кайдзен-костинг забезпечує постійне вдосконалення після запуску продукту, дозволяючи адаптуватися до змін у ринку чи внутрішніх умовах підприємства. Таргет-костинг ефективний на ранніх етапах життєвого циклу продукту, коли приймаються ключові рішення про конструкцію, матеріали та технології. При цьому цільова вартість формується з урахуванням потреб і можливостей споживачів. Це забезпечує створення продукту, який відповідає вимогам ринку. Кайдзен-костинг дозволяє зберігати і нарощувати ефективність протягом виробничого етапу, вдосконалюючи процеси і мінімізуючи відходи, так як він зосереджується на усуненні втрат (в тому числі

часу, матеріалів, ресурсів) у процесі виробництва. Ця система дозволяє підтримувати якість продукту на високому рівні, водночас знижуючи витрати, що вигідно для кінцевого споживача. Впровадження обох систем дає змогу створити ефективну систему управління, яка запобігає появі відходів і водночас усуває існуючі неефективності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ariovaldo G., Flavio P., Gabriel R. (2005). Target and kaizen costing in construction. URL: https://www.researchgate.net/publication/277948788_
2. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc : NTU «KhPI», 2012. 668 p.
3. Перерва П.Г. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга. М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. 93 с.
4. Azimisani A. (2021). Target-and-kaizen-costing. URL: <https://www.researchgate.net/publication/353298584>
5. Pererva P. G., Kocziszky G., Kobielieva T. O., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI», 2019. 689 p.
6. Старостіна А. О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. Київ : Знання, 2009. 1070 с.
7. Kosenko O., Tkachov M., Pererva P. (2015) Economic problems of Intellectual Property // 9-th international scientific conference "Balance and Challenges". Miskolc-Lillafired, 2015. S. 113–124.
8. Gabriel R., Ariovaldo G. (2006). Target and kaizen costing implementation in construction. URL: <https://www.researchgate.net/publication/237569619>
9. Косенко А. П. Экономическая оценка инновационного потенциала / А. П. Косенко, Д. Коциски, О. И. Маслак, П. Г. Перерва, Д. Сакай. Монография / Под ред. проф. Перервы П. Г., проф. Д. Коциски. Харьков-Мишкольц : НТУ «ХПИ», Мишкольц. техн. ун-т, 2009. 170 с.
10. Nagy S., Pererva P., Maslak M. (2018) Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // *MIND JOURNAL* // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna. № 5.
11. Tkachov M. M., Kobielieva T. O., Pererva P. G. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. № 4 (8), 2016. P. 27–35.
12. Tovazhnyanskiy V., Kobeleva T., Gladenko I., Pererva P. (2010) Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Volume 7. № 2. Miskolc Press. S. 171–183.

REFERENCES:

1. Ariovaldo G., Flavio P., Gabriel R. (2005). Target and kaizen costing in construction. URL: https://www.researchgate.net/publication/277948788_
2. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc : NTU «KhPI», 2012. 668 p.
3. Pererva P. G. Upravleniye sbytom promyshlennoy produktsii v sisteme marketinga. M.: NPO «Reklama, informatsiya, marketing», 1991. 93 s.
4. Azimisani A. (2021). Target-and-kaizen-costing. URL: <https://www.researchgate.net/publication/353298584>
5. Pererva P. G., Kocziszky G., Kobielieva T. O., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI», 2019. 689 p.
6. Starostina A. O. Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukrayinska praktyka: pidruch [Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: under the leadership]. Kyiv : Znannya, 2009. 1070 s.

7. Kosenko O., Tkachov M., Pererva P. Economic problems of Intellectual Property // *9-th international scientific conference "Balance and Challenges"*. Miskolc-Lillafired. 2015. S. 113–124.
8. Gabriel R., Ariovaldo G. (2006). Target and kaizen costing implementation in construction. URL: <https://www.researchgate.net/publication/237569619>
9. Kosenko A. P. Ekonomicheskaya otsenka innovatsionnogo potentsiala / A. P. Kosenko, D. Kotsiski, O. I. Maslak, P. G. Pererva, D. Sakay. Monografiya / Pod red. prof. Perervy P.G. i prof. D.Kotsiski – Kharkov-Mishkolts : NTU „KHPI”, Mishkolts.tekhn.un-t, 2009. 170 s.
10. Nagy S., Pererva P., Maslak M. (2018) Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // *MIND JOURNAL* // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna. № 5.
11. Tkachov M. M., Kobieliava T. O., Pererva P. G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. № 4 (8). P. 27–35.
12. Tovazhnyanskiy V., Kobeleva T., Gladenko I., Pererva P. (2010) Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Volume 7. № 2. Miskolc Press. S. 171–183.

Надійшла до редакції 28.11.2024 р.