



ISSN 2709-4685



THE ISSUE CONTAINS:

Proceedings of the 10th
International Scientific
and Practical Conference

**THEORY AND PRACTICE OF
SCIENCE: KEY ASPECTS**

Rome, Italy
19-20.09.2024

Scientific Collection
INTERCONF+

No 49 (217)
September, 2024

OPEN  ACCESS



Scientific Collection «InterConf+ »

No 49(217)

September, 2024

THE ISSUE CONTAINS:

Proceedings of the 10th International
Scientific and Practical Conference

THEORY AND PRACTICE OF
SCIENCE: KEY ASPECTS

ROME, ITALY

September 19–20, 2024



UDC 001.1

S 40 *Scientific Collection «InterConf+»*, 49(217): with the Proceedings of the 10th International Scientific and Practical Conference «Theory and Practice of Science: Key Aspects» (September 19-20, 2024; Rome, Italy) / comp. by LLC SPC «InterConf». Rome: Dana, 2024. 307 p.

ISSN 2709-4685

DOI 10.51582/interconf.19-20.09.2024

EDITOR

Anna Svoboda

Doctoral student
University of Economics;
Czech Republic
annasvobodaprague@yahoo.com

COORDINATOR

Mariia Granko

Coordination Director
LLC Scientific Publishing Center
«InterConf»; Ukraine
info@interconf.center

EDITORIAL BOARD

Temur Narbaev (DSc in Medicine)
Tashkent Pediatric Medical Institute,
Republic of Uzbekistan;
temur1972@inbox.ru

Nataliia Mykhalitska (PhD
in Public Administration)
Lviv State University of
Internal Affairs; Ukraine

Dan Goltsman (Doctoral student)
Riga Stradiņš University;
Republic of Latvia;
goltsman.dan@inbox.lv

Katherine Richard (DSc in Law),
Hasselt University; Kingdom of Belgium
katherine.richard@protonmail.com;

Bashirov Ansar (Doctor of Medicine),
EMIH of Almaty region,
Republic of Kazakhstan

Stanyslav Novak (DSc in Engineering)
University of Warsaw; Poland
novaks657@gmail.com;

Kanako Tanaka (PhD in Engineering),
Japan Science and Technology
Agency; Japan;

Mark Alexandr Wagner (DSc. in Psychology)
University of Vienna; Austria
mw6002832@gmail.com;

Davit Tchiotashvili (Doctor of Economics),
Gori State University, Georgia;

Richard Brouillet (LL.B.),
University of Ottawa; Canada;

Kamile Əliağa qızı Əliyeva (DSc
in Biology)
Baku State University; Republic of Azerbaijan

Dmytro Marchenko (PhD in Engineering)
Mykolayiv National Agrarian University
(MNAU); Ukraine;

Svitlana Lykholat (PhD in Economics),
Lviv Polytechnic National University; Ukraine

Viktor Yanchenko (PhD in Pharm. Sc.),
T.H. Shevchenko National University
«Chernihiv Colehium»; Ukraine

Rakhmonov Aziz Bositovich (PhD in Pedagogy)
Uzbek State University of World Languages;
Republic of Uzbekistan;

Mariana Vereskliia (PhD in Pedagogy)
Lviv State University of Internal Affairs;
Ukraine

Dr. Albena Yaneva (DSc. in Sociology
and Antropology),
Manchester School of Architecture; UK;

Vera Gorak (PhD in Economics)
Karlovarská Krajská Nemocnice; Czech Republic
veragorak.assist@gmail.com;

Polina Vuitsik (PhD in Economics)
Jagiellonian University; Poland
p.vuitsik.prof@gmail.com;

Alexander Schieler (PhD in Sociology),
Transilvania University of Brasov; Romania
alexanrds.schieler@protonmail.ch

George McGrown (PhD in Finance)
University of Florida; USA
mcgrown.geor@gmail.com;

Vagif Sultanly (DSc in Philology)
Baku State University; Republic of Azerbaijan

Larysa Kupriianova (PhD in Medicine)
Humanitas University, Italy

Please, cite as shown below:

1. Surname, N. & Surname, N. (2024). Title of an article. *Scientific Collection «InterConf+»*, 49(217), 21-27. <https://doi.org/10.1080/interconf...>

This issue of Scientific Collection «InterConf+» contains the materials of the International Scientific and Practical Conference. The conference provides an interdisciplinary forum for researchers, practitioners and scholars to present and discuss the most recent innovations and developments in modern science. The aim of conference is to enable academics, researchers, practitioners and college students to publish their research findings, ideas, developments, and innovations.

Scientific Collection «InterConf+» and its content are indexed in:

Index Copernicus; Google Scholar; WorldCat; OUCI (Open Ukrainian Citation Index); CrossRef; Semantic Scholar; Mendeley; Scilit; OpenAIRE (pan-European research information system), etc.




© 2024 Authors

© 2024 Dana

© 2024 LLC SPC «InterConf»

TABLE OF CONTENTS


BUSINESS ECONOMICS

	Azmaiparashvili M.	CHALLENGES AND PROSPECTS OF DIGITAL TRANSFORMATION IN GEORGIAN HOTEL BUSINESS	6
	Bidzinashvili D. Giguashvili G.	THE IMPACT OF ECONOMIC FACTORS ON THE STANDARD OF LIVING AND SOCIAL PROTECTION POLICY IN GEORGIA	18
	Баришнікова В.В. Хотєєва Н.В. Никифоров В.П. Павлусь М.В.	СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЩОДО ПОРТОВИХ ЗБОРІВ	29



INTERNATIONAL ECONOMICS AND INTERNATIONAL RELATIONS

	Huseynova N.	THE IMPACT OF DESIGN ON THE ECONOMY	35
---	--------------	-------------------------------------	----





MANAGEMENT

	Йохна В. Романів Р.	ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР: ВПЛИВ НА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНУ СТІЙКІСТЬ	40
---	------------------------	--	----

ACCOUNTING AND AUDITING

	Лежненко Л.І.	МІЖНАРОДНИЙ СТАНДАРТ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ (IFRS) 18: ОСНОВНІ ВАЖЛИВІ НОВОВВЕДЕННЯ ТА ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ	56
	Сақун А.Ж.	АЛГОРИТМ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕДУР ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ	62

PEDAGOGY AND EDUCATION

	Gojaeva G.M.	THE IMPORTANT ROLE OF MODERN ASSESSMENT TECHNOLOGIES IN HIGH SCHOOLS	73
	Narmin N.I.	CHALLENGES MANAGERS FACE IN AN INNOVATIVE SCHOOL ENVIRONMENT	79
	Гусейнова Н.Р.	ФАКТОР КАЧЕСТВА И ЕГО СУЩНОСТЬ В УПРАВЛЕНИИ СИСТЕМОЙ ОБРАЗОВАНИЯ	84
	Дмитрієва О.В.	ТВОРЧА САМОРЕАЛІЗАЦІЯ ВЧИТЕЛІВ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА В УМОВАХ ЗАКЛАДУ ПОЗАШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ	90

ACCOUNTING AND AUDITING

 DOI 10.51582/interconf.19-20.09.2024.007

Алгоритм оптимізації процедур внутрішнього контролю збутової політики

Сакун Аліна Жоржовна¹

¹ кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва, обліку та фінансів;
Херсонський державний аграрно-економічний університет; Україна

Анотація.

У даній роботі розглянуто основну роль внутрішнього контролю при створенні ефективної системи управління операційно-збутової діяльності. Визначено головні функції внутрішнього контролю, основні напрямки його розвитку і вдосконалення на рівні процесу збуту. Обґрунтовано алгоритм можливих контрольних процедур, в яких виражені основні об'єкти, параметри і методики контролю збутової політики.

Ключові слова:

збутова діяльність
збутова політика
внутрішній контроль
процедури контролю

ACCOUNTING AND AUDITING

Сьогодні основна проблема, що викликає занепокоєння власників бізнес-виробників - це саме проблема збуту виробленої продукції, а також формування рівня цін, за якими вона буде реалізовуватися. Оптимальна система збуту визначає найкращу результативність виробничого процесу, що потребує формування інформаційного забезпечення цієї системи де особливе значення має бухгалтерський облік та контроль збуту в операційній діяльності.

Традиційно на систему управління і, водночас, на внутрішній контроль покладається важливе завдання обґрунтувати вибір продукції (послуг), виробництво (поставка) яких є вигідним для підприємства, визначити ціну цієї продукції (послуг) на ринку, ресурси (основні, матеріальні та трудові) і джерела фінансування, щоб результати виробничо-комерційної діяльності відповідали стратегії та фінансовим умовам [1].

Вітчизняні та зарубіжні дослідники зробили вагомий внесок у вивчення теоретичних і практичних питань, пов'язаних з організацією та методологією внутрішнього контролю, а також його значенням для виконання вимог управління збутової діяльності підприємства, а саме: Балабанова Л.В., Мулик Я. І., Замула І. В., Нападовська Л.В., Нижник В. М., Шарко В. В., Перезозова І.В., Сакун А.Ж., Джоббер Д., Ланкастер Дж., Котлер Ф. та інші.

Оптимізація виробничих процесів давно не є новою темою, однак оптимізація управлінських функцій збуту продукції та формування єдиного механізму управління збутовою діяльністю потребують наукового дослідження та всебічного обґрунтування.

Необхідність оптимізації процедур внутрішнього контролю збутової політики в сучасних складних і постійно мінливих умовах господарювання обумовлена тим, що відсутність єдиного опису процедур тягне неузгодженість дій як окремих працівників, так і цілих підрозділів, що здійснюють функції збуту. Природно, при регламентації діяльності по збуту всі можливі комбінації розглядати і перераховувати недоцільно в силу їхнього різноманіття, тому опис процедур повинно відображати собою найбільш загальні, вирішальні правила, алгоритм взаємовідносин учасників. Більш того, незважаючи на граничну регламентацію збутової діяльності в усіх можливих ситуаціях, готового рішення на всі виникаючі проблеми

ACCOUNTING AND AUDITING

передбачити заздалегідь неможливо в зв'язку з великою невизначеністю, перманентним зміною обставин (внутрішніх і зовнішніх умов і зав'язків) і в силу цього надзвичайною складністю структурних взаємозв'язків регламентованої системи (в даному випадку системи реалізації готової продукції) і різноманітних взаємодіючих з нею систем (наприклад, ринкова кон'юнктура, яка також повинна розглядатися як система, так як складається із сукупності взаємопов'язаних елементів – умов, при яких в певний момент протікає діяльність на ринку (хоча взаємозв'язок цих умов – елементів-надзвичайно складна і динамічна), але система поліморфна, а саме динамічна, відкрита, до якої поняття «цілісність» можна застосовувати лише у відносному сенсі, і включає в себе безліч пересічних і які накладаються одна на іншу інших систем різного порядку, т. е. якісно різного рівня їх структурної організації) [2,9].

Тому до застосування регламентів необхідно підходити з позицій динамічної закономірності («динамічна відносна впорядкованість»), при якій дотримання правил визначає наступні результати діяльності лише з певною ймовірністю. Виходячи з цього в кожній конкретній ситуації необхідно приймати рішення, користуючись відомими (вихідними) алгоритмами або стандартами дій (що представляють собою «Точки опори» в різних ситуаціях), скоригованими на дану ситуацію (тобто зміненими в тій мірі, в якій змінилися вихідні, тобто передбачені регламентом, умови або зв'язок). Такими алгоритмами є розроблені і документально закріплені процедури контролю. У даних процедурах повинно бути передбачено, щоб кожен крок, кожне управлінське рішення або дію тієї чи іншої посадової особи були якимось чином зареєстровані або задокументовані (свідectво про виконану роботу), так як з цих даних складається корпоративна пам'ять, на основі якої згодом проводиться оцінка ефективності і доцільності розроблених і закріплених процедур[3]. Розробкою процедур контролю збутової політики повинні займатися висококваліфіковані фахівці, які знають все нюанси процесів збуту, що володіють аналітичними здібностями і здатні передбачити численні нестандартні ситуації. Доцільно, щоб за розробку формальних процедур контролю збуту відповідав один з керівників відділу збуту, але також можливо, щоб їм був внутрішній аудитор[4]. Далі наведені алгоритми можливих

ACCOUNTING AND AUDITING

контрольних процедур, в яких виражені основні об'єкти, параметри і методики контролю збутової політики.

1. Загальні аспекти збутової політики

Об'єктами внутрішнього контролю є:

- 1) структура управління збутом готової продукції;
- 2) система контролю збутових витрат;
- 3) система управління комерційними, фінансовими і внутріфірмовими ризиками збуту продукції.

Параметри внутрішнього контролю сформульовані відповідно до його об'єктів.

1. Структура управління збутом готової продукції – структура управління збутом відповідає розмірам, організаційній структурі, ресурсам (можливостям), напрямками діяльності (сегментам бізнесу), встановленим цілям і прийнятими стратегіями розвитку організації і забезпечує гнучке реагування на швидко змінні зовнішні умови функціонування (вимоги ринку).

2. Система контролю збутових витрат – розроблена і реально функціонуюча система кошторисного контролю збутових витрат.

3. Система управління збутовими ризиками – застосовує дієві механізми мінімізації ризиків збуту готової продукції, наприклад:

– передача ризику через укладання договору (контракту) на зберігання і перевезення вантажів, договору поручительства, договору факторингу, договору страхування, термінових контрактів (хеджування);

– внутрішньогосподарські джерела зниження ризику – контроль контрагентів за договорами: аналіз фінансової стійкості та надійності замовників, визначення груп ризику замовників для обмеження дебіторської заборгованості (встановлення параметрів комерційного кредитування), формування досьє на замовників; грамотне складання договорів; контроль персоналу; система комерційної безпеки та інше [4].

Методика внутрішнього контролю включає ряд кроків.

1. Проаналізувати:

- документи організації, які регламентують діяльність по збуту продукції;
- плани і програми збуту;
- документи, що містять інформацію про кількість та ціни

ACCOUNTING AND AUDITING

товарів, що відпускаються зі складів збуту цінностей (договори, накладні, рахунки-фактури і т.і.);

- звітні та контрольні документи.

2. Виконати наступні процедури:

- співставити ціни по документам на відпуск готової продукції (ТТН і ін.) з ринковими цінами, що діяли на дату їх виписки;

- співставити фактичні обсяги запасів готової продукції з встановленими нормативами;

- параметри (ціни, кількість, якість, місце розташування одержувачів, умови оплати і доставки і т. і.) закупівель співставити з альтернативними (можливими) варіантами і т. і.

3. Оцінити:

- оптимальність місцезнаходження складів готової продукції;

- структуру управління збутом.

4. З'ясувати:

- які методи (або програмні технології) оптимізації портфеля замовлень використовуються при плануванні збуту;

- які методи визначення оптимального розміру і часу обробки замовлень, рівня запасів готової продукції - нормування - застосовуються в організації;

- чи дотримуються встановлених нормативів;

- чи дієві процедури кошторисного контролю збутових витрат;

- які механізми мінімізації ризиків збуту використовуються.

5. Поспостерігати за виконанням регламентів та процедур збуту готової продукції (включаючи процедури контролю за етапами і стадіями реалізації готової продукції - отримання замовлень на поставку, аналіз можливості надання комерційного кредиту, підготовка та укладення договорів поставки, підготовка до постачання, облік і фактурування поставки, - роботу складського господарства і т. і.) [6].

2. Маркетингові стратегії

Об'єктами контролю є маркетингові стратегії по кожній товарній групі (позиції). Параметри контролю наступні: маркетингові стратегії по кожній товарній групі (позиції) відповідають загальним цілям і стратегіям організації, цілям і стратегіям її відповідної структурної одиниці (підрозділи,

ACCOUNTING AND AUDITING

сфери діяльності, галузі бізнесу), фазі життєвого циклу цієї групи (позиції), а також конкурентної позиції організації по даній товарній групі (позиції) [5].

Методика контролю включає ряд кроків.

1. З'ясувати (методами анкетування та інтерв'ювання персоналу, бесідами з керівництвом, збором та аналізом документації та інше):

- цілі і стратегії організації (загальні і по структурним складовим);

- зовнішні і внутрішні чинники функціонування;

- критерії сегментування ринку;

- методи аналізу товарних (асортиментних) груп (позицій) і розробки альтернатив їх розвитку;

- прийняті маркетингові стратегії по найбільш значущим товарним групам.

2. Проаналізувати процедури прийняття рішень по маркетингових стратегіях.

3. Доцільно також провести вибіркоче орієнтовне тестування стратегій. Для цього необхідно виконати наступні процедури:

- на основі аналізу тенденцій продажів певних (наприклад, найбільш значущих в структурі випуску) асортиментних груп (позицій) товарної продукції в розрізі сегментів ринку (з урахуванням сезонного фактору);

- на основі певного співвідношення динаміки реальної ємності ринку збуту конкретних видів продукції (асортиментних груп і асортиментних позицій) та динаміки обсягів продажів цієї продукції організацією та провідними конкурентами (часток ринку організації і конкурентів) за певні періоди часу з допомогою спеціальних програм (при їх наявності) побудувати спеціальну матрицю збуту, яка дозволяє визначити конкурентні позиції організації по виду продукції (асортиментній групі, асортиментній позиції);

- оцінити рівень відповідності прийнятих маркетингових стратегій по товарних групах (позиціях), цілям і стратегіям організації, конкурентній позиції організації по даній товарній групі (позиції);

- виявити відхилення прийнятих організацією маркетингових стратегій по аналізованих видах продукції (асортиментних груп і / або позиціях) від раніше зазначених параметрів.

ACCOUNTING AND AUDITING

4. Визначити:

- наскільки маркетингові стратегії оптимальні, сумісні, взаємодоповнюючі;
- наскільки маркетингові стратегії відповідають цілям і стратегіям організації (функціональним стратегіям, стратегіям інших областей бізнесу) [7].

3. Цінова політика

Об'єктами контролю є варіанти (стратегії) ціноутворення на види продукції. Параметри контролю наступні - варіанти ціноутворення відповідають найбільш оптимальним для організації збутовим стратегіям за видами продукції.

Методика контролю за ефективністю цінової політики в загальних рисах аналогічна методиці контролю за ефективністю маркетингових стратегій. При цьому з метою аналізу можливостей підвищення цін слід проаналізувати залежність ціни і маржинального прибутку (в розрізі асортиментних груп) від обсягу продажів і залежність цінової політики від дій конкурентів (в разі пасивного ціноутворення).

У відповідних випадках необхідний також контроль на предмет дотримання законодавства щодо державного регулювання цін.

4. Товарна політика

Об'єктом контролю є структура товарного асортименту.

Параметри контролю наступні:

а) частка кожного продукту (групи, позиції) в планованому асортименті випуску відповідає найбільш оптимальним для підприємства маркетинговим стратегіям (при цьому при формуванні маркетингових стратегій підприємства крім усього іншого враховуються дані розрахунків економічної ефективності заходів, які торкаються освоєння нових видів готової продукції і вдосконалення - модернізацію - існуючих);

б) в програмах випуску переважає продукція з найбільшими сумами покриття; враховується взаємодоповнення і взаємозаміщення продуктів, сезонний фактор, різні фактори постачання, виробництва і збуту;

в) в асортиментній політиці враховується фактор продукції, а саме:

- зняття з виробництва продукції, що знаходиться в фазі спаду;
- зменшення випуску продукції, що знаходиться в фазі насичення;

ACCOUNTING AND AUDITING

- збільшення обсягів випуску продукції, що знаходиться в фазі швидкого зростання.

Методика контролю за ефективністю товарної політики в загальних рисах аналогічна методиці контролю за ефективністю маркетингових стратегій. Крім того, вона включає ряд додаткових процедур[8].

1. Проаналізувати застосовуються методики оптимізації товарної структури (або продуктових - номенклатурних - програм).

2. Проаналізувати застосовуються методики розрахунку економічної ефективності від впровадження нових видів продукції, вдосконалення існуючих.

3. Доцільно також провести вибіркове, орієнтовне тестування товарної структури. З метою цього виконати наступні процедури:

- розрахувати суми покриття по продуктам і виявити продукти, частка яких в структурі випуску не відповідає рівню їх сум покриття по відношенню до інших продуктів (при цьому слід враховувати конкурентні стратегії організації);

- провести ранговий аналіз для кожного виду продукції (розрахувати ранг випуску і ранг суми покриття, а також коефіцієнт кореляції між ними; при раціональній структурі асортименту має місце сильний позитивний зв'язок між рангами);

- виявити і оцінити взаємодоповнення і взаємозаміщення продуктів.

5. Політика руху товару (розподілу)

Об'єктами контролю є:

1) структура руху товару (канали руху товару, пропорції при змішаних каналах);

2) форми руху товару;

3) форми прямого збуту;

4) співвідношення типів посередників.

Параметри контролю наступні - структура і форми руху товару, форми прямого збуту, а також співвідношення типів посередників (в структурі руху товару) відповідають цілям і стратегіям організації, вибираються за критерієм максимізації рентабельності продажів, забезпечують максимальний обсяг продажів і мінімізацію збутових витрат.

Методика контролю включає ряд кроків.

ACCOUNTING AND AUDITING

1. З'ясувати (методами анкетування та інтерв'ювання персоналу, бесіди з керівництвом, збір і аналіз документації і т. і.) цілі і стратегії організації, зовнішні і внутрішні чинники функціонування.

2. Визначити ступінь відповідності політики розподілу цілям, стратегіям і можливостям організації.

3. Визначити обсяги і витрати збуту, рентабельність продажів в розрізі:

- прямого і непрямого способу збуту;
- при транзитній і складській формах руху товарів;
- при різних формах прямого збуту (робота на замовлення, робота на вільний ринок через оптову торгівлю – магазинну, немагазинну, персональний продаж, продаж по телефону, продаж по купонах-заявках, продаж на виставках і ярмарках і ін.);
- типів посередників (незалежних посередників: торговельних маклерів, дистриб'юторів регулярного типу; залежних посередників: брокерів, закупівельних контор, агентів, комісіонерів і ін.).

4. Методом зіставлення (або рангового аналізу) оцінити оптимальність політики розподілу.

7. Діяльність з транспортування готової продукції
Об'єктом контролю є поставка (транспортування) готової продукції покупцям (одержувачам).

Параметри контролю наступні:

- застосовуються найбільш оптимальні (з точки зору швидкості і економічності) форми транспортування (автотранспорт, залізниця і т. і.);
- визначаються найбільш оптимальні маршрути перевезень;
- розраховуються найбільш оптимальні параметри поставок (на основі об'єднання окремих замовлень в партії поставок);
- найбільш оптимальні (з точки зору ефективності завантаження транспортних засобів і зниження витрат на транспортування обсягів замовленої продукції) параметри для кожної поставки визначаються з урахуванням маршрутів перевезень, вантажопідйомності транспортних засобів і встановлених договорами мінімальних норм відвантажень.

Методика контролю включає ряд кроків.

1. Проаналізувати застосування методики розрахунків оптимізації форм транспортування, маршрутів перевезень і параметрів поставок (наприклад, тут можуть використовуватися

ACCOUNTING AND AUDITING

методи лінійного або динамічного програмування, в тому числі за допомогою спеціальних комп'ютерних технологій), визначити їх доцільність.

2. Оцінити якість раніше зазначених розрахунків.

Отже, детально пророблена і документально закріплена збутова політика стає ефективним інструментом поточного і наступного контролю за збутовою діяльністю суб'єктів підприємництва і її положенням на ринку. Обґрунтоване ж формування та ефективний контроль збутової діяльності організації, оптимізація процедур планування продажів, контролю виконання планів збуту, системи комерційного кредитування і процедур контролю замовників дозволять значно вдосконалити збутову діяльність українських організацій в умовах посилення конкуренції.

References:

- [1] Сагун А.Ж. Позиція контролю в системі інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень // *Global science: prospects and innovations. Proceedings of the 5th International scientific and practical conference. Cognum Publishing House. Liverpool, United Kingdom. 2023. Pp. 871-879. URL: <https://sci-conf.com.ua/v-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-global-science-prospects-and-innovations-28-30-12-2023-liverpul-elikobritaniya-arhiv/>*
- [2] Балабанова Л.В., Митрохіна Ю.П. *Управління збутовою політикою: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 240 с.*
- [3] Мулик Я. І. Методичні та організаційні підходи до системи внутрішнього контролю на підприємстві. *Агросвіт. 2020. № 17-18. С. 28-38. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.17-18.28*
- [4] Пристемський О.С. Організаційно-методичні аспекти внутрішнього контролю витрат підприємства. *Scientific Collection «InterConf+», 40(183): with the Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference «Modern Knowledge: Research and Discoveries» (December 19-20, 2023; Vancouver, Canada) / comp. by LLC SPC «InterConf». Vancouver: A.T. International, 2023. С. 128-135.*
- [5] Багорка, М., Абрамович, І., & Кравець, О. (2024). ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА. *Підприємництво та інновації, (30), 59-65. <https://doi.org/10.32782/2415-3583/30.9>*
- [6] Замула І. В., Танасієва М. М. *Внутрішній контроль: Навч. посіб. Чернівці: Технодрук, 2021. 336 с.*
- [7] Нижник В. М. Формування маркетингово-логістичної служби промислового підприємства / В. М. Нижник, В. В. Шарко, О. Є. Громова // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2021. - № 5, т. 1. - С. 12-16.*

ACCOUNTING AND AUDITING

- [8] Сакун А. Ж., Карташова О. Г. Структура інформаційного забезпечення управління збутової діяльності підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 2. С. 112-117.
- [9] Alina Zh. Sakun, Iryna V. Perevozova, Olha H. Kartashova, Oleksandr S. Prystemskyi, Andrii S. Mokhnenko, "Innovative Paradigm of Management Accounting and Development of Controlling in the Entrepreneurship" *Universal Journal of Accounting and Finance*, Vol. 9, No. 4, pp. 548-564, 2021. DOI: 10.13189/ujaf.2021.090403.