



Наукові перспективи

Видавнича група



ISSN (print) 2708-7530

DOI: 10.52058/2708-7530-2023-10(40)

НАУКОВІ ПЕРСПЕКТИВИ

СЕРІЯ: "ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ", СЕРІЯ: "ПРАВО",
СЕРІЯ: "ЕКОНОМІКА", СЕРІЯ: "ПЕДАГОГІКА",
СЕРІЯ: "ПСИХОЛОГІЯ", СЕРІЯ: "МЕДИЦИНА"

Миру нашій Україні

Випуск 10(40)

2023

Наукові перспективи: журнал. 2023. № 10(40) 2023. С.879



Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 24.09.2020 р. № 1188 журналу присвоєно категорію "Б" із галузей науки: державне управління, право та економіка

Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 27.09.2021 № 1017 журналу присвоєно категорію "Б" із психології

Рекомендовано до друку Президією громадської наукової організації «Всеукраїнська Асамблея докторів наук з державного управління» (Рішення від 26.10.2023, № 7/10-23)

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
Серія КВ № 24436-14376Р від 09.06.2020 р.

Журнал видається за підтримки Міжнародного економічного інституту (Есеніце, Чехія) та КНП "Клінічна лікарня №15 Подільського району м.Києва"

Журнал заснований з метою розвитку вітчизняного наукового потенціалу та реалізації кращих традицій науки в Україні та за кордоном. Журнал висвітлює історію, теорію, механізми формування та функціонування, а, також, інноваційні питання розвитку державного управління, права, економіки, психології, педагогіки та медицини. Видання розраховано на дослідників, викладачів вищих навчальних закладів, аспірантів, магістрів, фахівців-практиків.



Наукове видання включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus (IC), міжнародної пошукової системи Google Scholar та до міжнародної наукометричної бази даних Research Bible.

Головний редактор:

Жукова Ірина Віталіївна

кандидат наук з державного управління, доцент, директор Видавничої групи «Наукові перспективи», директор Всеукраїнської асамблеї докторів наук з державного управління, Лауреат премії Президента України для молодих вчених, Лауреат премії Верховної Ради України молодим ученим, Лауреат премії імені Івана Франка у галузі інформаційної діяльності, Лауреат Всеукраїнської премії «Інновація в освіті — 2018», м. Київ, Україна

Заступники Головного редактора:

Янчук Артем Олександрович — доктор юридичних наук, професор, Заслужений юрист України, Заступник керівника Апарата Верховної Ради України (Київ, Україна);

Непомнящий Олександр Михайлович — доктор наук з державного управління, кандидат економічних наук, професор, Дійсний член Академії будівництва України, професор кафедри архітектури і просторового планування Національного авіаційного університету (Київ, Україна). Заслужений будівельник України, Почесний працівник будівництва та архітектури, державний службовець 3 рангу (Київ, Україна);

Даций Олександр Іванович — доктор економічних наук, професор, Заслужений працівник освіти України, завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи Міжрегіональної академії управління персоналом (Київ, Україна);

Помиткіна Любов Віталіївна — доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедри авіаційної психології Національного авіаційного університету (Київ, Україна);

Сіданіч Ірина Леонідівна — доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри педагогіки, адміністрування і спеціальної освіти Навчально-наукового інституту менеджменту та психології ДЗВО «Університет менеджменту освіти» (Київ, Україна);



Бурик М.М. <i>ВАЖЕЛІ ТА ІНСТРУМЕНТИ ВПЛИВУ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УМОВАХ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ</i>	371
Вишневецька О.В. <i>РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РОСЛИННИЦТВІ</i>	385
Герман Н.В., Мельничук С.Л. <i>ЕКОЛОГІЧНІ РИЗИКИ ЗАХІДНОГО ПОЛІССЯ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ПОЛІСЬКОЇ ЗОНИ РІВНЕНЩИНИ)</i>	398
Гриценко О.М. <i>ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ</i>	408
Демченко Т.А., Слатвінський М.А., Космідайло І.В. <i>СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЦІНОВУ ПОЛІТИКУ</i>	418
Заріцька Н.М., Кучерява К.Я., Шевченко І.Ю. <i>ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНСТРУМЕНТІВ ТА ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ</i>	428
Іванова В.М. <i>РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В СФЕРІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ</i>	440
Івахів А.Б. <i>РЕФОРМА ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ: ОГЛЯД ПОДАТКОВОЇ РЕФОРМИ «10:10:10»</i>	451
Михайлишин В.В. <i>ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СТЕЙКХОЛДЕРНО- ОРІЄНТОВАНОЇ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ</i>	463
Седікова І.О., Явтух С.В., Каранфіллова Ю.П. <i>АСПЕКТИ ЛОГІСТИЧНОЇ ПІДТРИМКИ ПРОЄКТІВ ПІДПРИЄМСТВА</i>	472
Сенченко В.В. <i>«СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ» – КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ ФОРМУ- ВАННЯ ТА РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ</i>	482



УДК 658:005.5

[https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-10\(40\)-418-427](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-10(40)-418-427)

Демченко Тетяна Анатоліївна кандидат наук з обліку, аналізу та аудиту, доцент, професор кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, вул. Садова 2, м. Умань, 20300, тел.: (04744) 4-02-70, <https://orcid.org/0000-0002-7471-540X>

Слатвінський Максим Анатолійович кандидат наук з економіки та управління національним господарством, доцент, професор кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки, директор Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, вул. Садова 2, м. Умань, 20300, тел.: (04744) 4-02-70, <https://orcid.org/0000-0003-4096-2901>

Космідайло Інна Василівна кандидат наук з економіки, організації та управління підприємствами, доцент, доцент кафедри менеджменту, фінансів та інформаційних технологій, директор, Уманська філія Європейського університету, вул. Шевченка 15 а, м. Умань, 20300, тел.: (04744) 5-30-24, <https://orcid.org/0000-0003-2836-3033>

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЦІНОВУ ПОЛІТИКУ

Анотація. У статті обґрунтовано важливість ефективного вибору стратегії управління витратами підприємства, впливу таких управлінських рішень на цінову політику та результати діяльності. Підприємство в галузі охорони здоров'я повинно ретельно аналізувати зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на цінову політику. Зовнішні фактори включають дії уряду, конкуренцію, попит споживачів, реакцію конкурентів та інші. Уряд може здійснювати регулювання цін на медичні послуги через законодавство та правила, що стосуються ціноутворення. Конкуренція також впливає на цінові стратегії підприємства, змушуючи його бути конкурентоспроможним і привабливим для клієнтів. Внутрішні фактори включають витрати підприємства, цілі маркетингу, стратегії комплексу маркетингу та етап життєвого циклу медичних послуг. Витрати підприємства можуть включати як контрольовані складові (наприклад, витрати на виробництво та рекламу), так і неконтрольовані складові (наприклад, ціни на сировину або транспортні витрати). Підприємство повинно знайти баланс між витратами та цінами, щоб



забезпечити стабільність і прибутковість. Для успішного управління ціновою політикою підприємство може використовувати відповідні стратегії. Однією з них є стратегія звуження асортименту, за рахунок якої підприємство може вибирати лише найприбутковіші медичні послуги та їх модифікації, виключаючи менш прибуткові товари. Це дозволяє знизити витрати та зосередитися на найбільш вигідних сегментах ринку. Модернізація товарів та перепозиціонування їх також є важливими стратегіями управління ціною. Підприємство може вдосконалювати свої медичні послуги, впроваджувати нові технології та методи лікування, що дозволяє збільшити їх цінність для клієнтів. Стадія життєвого циклу медичних послуг також впливає на управління ціною. У початковій фазі, коли нова послуга впроваджується на ринок, підприємство може встановити низькі ціни для залучення клієнтів та встановлення своєї позиції. Пізніше, на стадії зростання та зрілості, ціни можуть бути переглянуті з урахуванням конкуренції та потреб клієнтів. Управління ціновою політикою підприємства в галузі охорони здоров'я також повинно враховувати особливості клієнтів та їх поведінку. Розуміння еластичності попиту за цінами та поведінкових особливостей споживачів дозволяє підприємству ефективно налаштовувати свою цінову політику.

Ключові слова: управління підприємством, витрати підприємства, стратегія, цінова політика, контроль, ресурси.

Demchenko Tetyana Anatoliivna Candidate of Sciences in Accounting, Analysis and Auditing, Associate Professor, Professor of the Department of Finance, Accounting and Economic Security, Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University, Sadova St., 2, Uman, tel.: (04744) 4-02-70, <https://orcid.org/0000-0002-7471-540X>

Slatvinskyi Maksym Anatoliyovych Candidate of Sciences in Economics and Management of the National Economy, Associate Professor, Professor of the Department of Finance, Accounting and Economic Security, Director of the Educational and Scientific Institute of Economics and Business Education, Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University, Sadova St., 2, Uman, tel.: (04744) 4-02-70, <https://orcid.org/0000-0003-4096-2901>

Kosmidailo Inna Vasylivna Candidate of Sciences in Economics, Organization and Management of enterprises, Associate Professor of the department of management, finance and information technologies, director, Uman branch of the European University, Shevchenko St., 15 a, Uman, tel.: (04744) 5-30-24, <https://orcid.org/0000-0003-2836-3033>



COST MANAGEMENT STRATEGY OF ENTERPRISES AND ITS IMPACT ON PRICE POLICY

Abstract. The article substantiates the importance of effectively choosing an enterprise cost management strategy and the impact of such management decisions on pricing policy and operating results. A healthcare company must carefully analyze external and internal factors that influence its pricing policy. External factors include government actions, competition, consumer demand, competitor reactions, and others. The government can regulate the prices of health care services through legislation and regulations regarding pricing. Competition also influences a company's pricing strategies, forcing it to be competitive and attractive to customers. Internal factors include enterprise costs, marketing objectives, marketing mix strategies, and the stage of the health care service life cycle. Business expenses can include both controllable components (for example, production and advertising costs) and uncontrollable components (for example, raw material prices or transportation costs). A business must find a balance between costs and prices to ensure stability and profitability. To successfully manage pricing policy, an enterprise can use appropriate strategies. One of them is the strategy of narrowing the assortment, due to which the enterprise can select only the most profitable medical services and their modifications, excluding less profitable products. This allows you to reduce costs and focus on the most profitable market segments. Product redesign and repositioning are also important price management strategies. The company can improve its medical services, introduce new technologies and treatment methods, which allows them to increase their value for customers. The life cycle stage of health care services also influences price management. In the initial phase, when a new service is brought to market, a business can set low prices to attract customers and establish its position. Later, during the growth and maturity stage, prices can be revised taking into account competition and customer needs. Management of the pricing policy of an enterprise in the field of healthcare must take into account the characteristics of customers and their behavior. Understanding the elasticity of demand for prices and the behavioral characteristics of consumers allows an enterprise to effectively adjust its pricing policy.

Keywords: enterprise management, enterprise costs, strategy, price policy, control, resources.

Постановка проблеми. Важливим аспектом розвитку системи управління ціновою політикою підприємства в галузі охорони здоров'я є постійний моніторинг та аналіз ефективності системи ціноутворення. Це дозволить виявляти проблеми, коригувати під модель та вдосконалювати підходи до ціноутворення на основі зібраних даних та результатів аналізу. Регулярний



моніторинг цін на медичні послуги, оцінка їх ефективності та порівняння з міжнародними стандартами можуть сприяти вдосконаленню системи ціноутворення в Україні.

Додатково, важливо забезпечити розуміння та свідоме сприйняття пацієнтами цін на медичні послуги. Інформаційна прозорість, освіта та свідомий вибір можуть стимулювати конкуренцію серед провайдерів медичних послуг і сприяти раціональному ціноутворенню.

Усе це вимагає спільних зусиль та взаємодії між урядовими органами, медичною спільнотою, страховими компаніями та іншими зацікавленими сторонами. Діалог, обмін досвідом та партнерство можуть сприяти вирішенню складних питань ціноутворення медичних послуг і створенню ефективної системи, яка відповідатиме потребам сучасного суспільства.

Загалом, розвиток системи ціноутворення на медичні послуги є постійним процесом, який потребує аналізу, оцінки та вдосконалення. Із залученням всіх зацікавлених сторін і врахуванням міжнародного досвіду, Україна може побудувати ефективну систему ціноутворення, яка забезпечуватиме доступність та якість медичних послуг для всіх громадян.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних і практичних аспектів вибору стратегії управління витратами підприємства, ефективної цінової політики сучасних підприємств присвячена значна кількість наукових праць. Результати аналізу основних показників вибору стратегії управління витратами підприємства висвітлено в роботах таких науковців як: Даценко Г.В., Євтушевський В.А., Єгорова І.С., Іванюк У.В., Касич А. О., Коваль П. В., Коломієць О. О., Костюченко В. М., Корінев В.Л., Кравченко В. І., Машталяр Ж.М., Тронько В. В. та ін. Доцільно відмітити, що незважаючи на існуючі дослідження багатьох дослідників, є потреба в подальшому науковому дослідженні вибору ефективної стратегії управління витратами підприємства, розкриття наслідків вибору тієї чи іншої стратегії для діяльності підприємства та формування його цінової політики.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є знаходження оптимальної стратегії управління витратами, обґрунтування її впливу на цінову політику підприємств в галузі охорони здоров'я в Україні.

Виклад основного матеріалу. Для успішного управління ціновою політикою підприємство в галузі охорони здоров'я може використовувати відповідні стратегії управління витратами [1]. Одна з них – стратегія звуження асортименту, за рахунок якої підприємство може вибирати лише найприбутковіші медичні послуги та їх модифікації, виключаючи менш прибуткові послуги. Це дозволяє знизити витрати та зосередитися на найбільш вигідних сегментах ринку. Модернізація послуг та перепозиціонування їх також є важливими стратегіями управління ціною. Підприємство може



вдосконалювати свої медичні послуги, впроваджувати нові технології та методи лікування, що дозволяє збільшити їх цінність для клієнтів. Крім того, перепозиціонування послуг може допомогти повернути нові цільові аудиторії та збільшити конкурентоспроможність підприємства [2].

Таким чином, управління ціновою політикою підприємства в галузі охорони здоров'я вимагає комплексного підходу і врахування різноманітних факторів. Наведемо певні рекомендації для підприємств в галузі охорони здоров'я, які можуть бути корисними для успішного управління цінами в даній галузі:

1. *Маркетингові дослідження*: ретельно вивчати ринок, конкурентів та потреби клієнтів. Аналізувати їх поведінку, попит та цінову чутливість. Це надасть уявлення про оптимальні цінові стратегії.

2. *Стратегія ціноутворення*: визначити свої цілі – чи маєте намір бути лідером за ціною, преміум-брендом або концентруватися на середніх цінах. Враховувати витрати на надання послуг та здатність ринку платити.

3. *Сегментування ринку*: розбити ринок на сегменти залежно від потреб, доходів, віку, географічного розташування та інших факторів. Розробити цінові стратегії для кожного сегменту, враховуючи їх особливості та можливості.

4. *Диференціація послуг*: надати унікальну цінність через високу якість послуг, інновації, додаткові пакети або персоналізовані рішення. Це дозволить встановити більш вигідні ціни та створити конкурентну перевагу.

5. *Управління витратами*: аналізувати свої внутрішні витрати та шукати можливості для оптимізації. Ефективне управління витратами допоможе зберегти маржу при встановленні конкурентоспроможних цін.

6. *Гнучкість цін*: розглянути можливість встановлення різних варіантів цін в залежності від контексту, наприклад, розрахункові ціни для страхових компаній, спеціальні тарифи для довгострокових клієнтів або знижки за пакетні послуги. Гнучкість цін дозволить вам повернути різні категорії клієнтів і відповідати їхнім потребам.

7. *Співпраця зі страховими компаніями*: розглянути можливість укладення партнерських угод зі страховими компаніями, що дозволить знизити фінансове навантаження на клієнтів і створить додаткові можливості для маркетингу та розширення клієнтської бази.

8. *Контроль конкуренції*: слід стежити за цінами конкурентів і реагувати на їхні зміни. Вивчати їхні стратегії ціноутворення та знаходити способи диференціації своїх послуг, щоб підтримувати свою конкурентоспроможність.

9. *Постійна оцінка ефективності*: проводити систематичний аналіз ефективності своїх цінових стратегій. Враховувати зміни на ринку, зміни



витрат та відгуки клієнтів. Адаптувати свою цінову політику для досягнення оптимальних результатів.

10. *Комунікація з клієнтами:* інформувати своїх клієнтів про цінові політики, пропозиції та зміни. Пояснювати вартість та цінність медичної послуги, щоб забезпечити їх розуміння та задоволення.

Залежно від галузі, підприємства використовують різноманітні підходи до формування своєї цінової політики відповідно до вибраної стратегії управління [3]. Враховуючи особливості галузі охорони здоров'я, сутність цінової політики полягає в тонкому балансуванні між задоволенням потреб пацієнтів, забезпеченням якості медичних послуг і фінансовою стабільністю організацій, а тому виділимо основні аспекти.

Аналіз потреб пацієнтів: Підприємства в охороні здоров'я починають з ретельного вивчення потреб та очікувань своїх пацієнтів. Це включає розуміння їхніх фінансових можливостей, попередніх досвідів та переваг. Шляхом аналізу ринкових даних та збору зворотного зв'язку вони можуть визначити, які аспекти медичних послуг є найбільш важливими для своїх пацієнтів.

Враховання фінансових аспектів: Підприємства повинні ретельно аналізувати свої фінансові показники, витрати та прибутковість. Вони мають зрозуміти, які витрати пов'язані з наданням медичних послуг, включаючи зарплати медичного персоналу, закупівлю обладнання та ліків, оренду приміщень тощо. Це допомагає встановити мінімальну ціну, яка покриватиме їхні витрати та забезпечить фінансову стабільність.

Конкурентне середовище: Урахування конкурентного середовища є важливим аспектом цінової політики. Підприємства повинні знати своїх конкурентів, їхні стратегії ціноутворення та цінові пропозиції. Вони аналізують ціни, що встановлені конкурентами, та визначають, як їхня власна цінова політика може відповідати ринковій ситуації. Вони можуть застосовувати такі стратегії, як конкурентні ціни, диференційовані ціни або ціноутворення з урахуванням особливих пропозицій та пакетних пропозицій[4].

Управління затратами: Одним з ключових аспектів цінової політики є управління затратами. Підприємства в галузі охорони здоров'я шукають способи оптимізації своїх витрат, зниження витрат на закупівлю ліків та обладнання, ефективне використання ресурсів та працівників. Це може допомогти знизити загальні витрати та вплинути на цінову стратегію.

Гнучкість та коригування цін: Заклади охорони здоров'я повинні мати гнучкість в коригуванні цін залежно від змін на ринку та внутрішніх факторів. Вони можуть використовувати стратегії зниження цін для залучення нових пацієнтів або привертання уваги до певних послуг, а також підвищення цін для преміальних послуг чи унікальних пропозицій.



Комунікація з пацієнтами: Важливим аспектом цінової політики є відкрита комунікація з пацієнтами. Підприємства мають пояснювати свою цінову стратегію, розуміти потреби та очікування пацієнтів, а також надавати прозору інформацію про ціни та пакети послуг.

Всі ці аспекти утворюють сутність цінової політики на підприємствах в галузі охорони здоров'я. Підприємства у цій галузі повинні забезпечити баланс між задоволенням потреб пацієнтів, фінансовою стабільністю та конкурентоспроможністю на ринку.

Управління ціновою політикою підприємства в галузі охорони здоров'я – це складний процес, який вимагає збалансованого підходу і врахування різноманітних факторів. Продовжуючи дослідження, винесемо додаткові рекомендації щодо управління ціною на підприємстві в галузі охорони здоров'я, які включають:

1. *Технологічні інновації:* використовувати сучасні технології для оптимізації процесів та зниження витрат. Впровадження електронної медичної документації, телемедицини та інших інноваційних рішень може забезпечити більш ефективне надання послуг і покращити економічну ефективність [5].

2. *Співпраця з постачальниками:* розглянути можливість встановлення партнерських відносин з постачальниками, що дозволить забезпечити доступ до якісних матеріалів та обладнання за конкурентними цінами. Це може допомогти знизити витрати на закупівлю і підтримати цінову конкурентоспроможність.

3. *Фінансовий аналіз:* проводити регулярний аналіз фінансових показників, включаючи маржі, прибутковість та оборотність активів. Це допоможе виявити можливості для оптимізації цінової політики та вдосконалення фінансової ефективності[6].

4. *Залучення фахівців з управління ціною:* розглянути можливість залучення консультантів або експертів з управління ціною, які мають досвід у галузі охорони здоров'я. Вони можуть допомогти розробити і впровадити ефективні стратегії ціноутворення.

5. *Соціальна відповідальність:* розглянути можливість впровадження програм корпоративної соціальної відповідальності. Такі програми можуть підтримувати позитивне сприйняття медичного закладу клієнтами та громадськістю. Вони можуть включати благодійність, участь у місцевих ініціативах та спонсорство подій, пов'язаних з охороною здоров'я. Соціальна відповідальність може стати додатковим мотиватором для клієнтів обирати дане підприємство та бути готовими платити більше за послуги.

6. *Аналіз конкурентів:* Слід постійно відстежувати стратегії ціноутворення конкурентів і аналізувати їх ефективність. Це допоможе медичному закладу виявити потенційні можливості для удосконалення своєї цінової політики та збереження конкурентоспроможності.



7. *Постійне вдосконалення:* Не зупинятися на досягнутому і постійно вдосконалюйте свою цінову політику. Враховувати зміни в ринкових умовах, вимоги клієнтів та технологічні інновації. Активна адаптація допоможе підприємствам в галузі охорони здоров'я залишатися конкурентоспроможними та успішними.

Управління ціною політикою підприємства в галузі охорони здоров'я є складним завданням, що вимагає знань про ринок, клієнтів та конкурентів, а також гнучкості та аналітичних навичок. Ретельне планування, постійний аналіз та вдосконалення допоможуть медичному закладу досягти успіху у цій галузі.

Формування оптимальної стратегії витратами підприємства в галузі охорони здоров'я вимагає певних дій, а саме:

- ретельно вивчати ринок, конкурентів та потреби клієнтів. Аналізувати їх поведінку, попит та цінову чутливість. Це надасть уявлення про оптимальні цінові стратегії;
- визначити свої цілі – чи маєте намір бути лідером за ціною, преміум-брендом або концентруватися на середніх цінах. Враховувати витрати на надання послуг та здатність ринку платити;
- розбити ринок на сегменти залежно від потреб, доходів, віку, географічного розташування та інших факторів. Розробити цінові стратегії для кожного сегменту, враховуючи їх особливості та можливості;
- надати унікальну цінність через високу якість послуг, інновації, додаткові пакети або персоналізовані рішення. Це дозволить встановити більш вигідні ціни та створити конкурентну перевагу;
- аналізувати свої внутрішні витрати та шукати можливості для оптимізації. Ефективне управління витратами допоможе зберегти маржу при встановленні конкурентоспроможних цін;
- розглянути можливість встановлення різних варіантів цін в залежності від контексту, наприклад, розрахункові ціни для страхових компаній, спеціальні тарифи для довгострокових клієнтів або знижки за пакетні послуги. Гнучкість цін дозволить вам привернути різні категорії клієнтів і відповідати їхнім потребам;
- розглянути можливість укладення партнерських угод зі страховими компаніями, що дозволить знизити фінансове навантаження на клієнтів і створить додаткові можливості для маркетингу та розширення клієнтської бази [8];
- слід стежити за цінами конкурентів і реагувати на їхні зміни. Вивчати їхні стратегії ціноутворення та знаходити способи диференціації своїх послуг, щоб підтримувати свою конкурентоспроможність [9];



- проводити систематичний аналіз ефективності своїх цінових стратегій [10]. Враховувати зміни на ринку, зміни витрат та відгуки клієнтів. Адаптувати свою цінову політику для досягнення оптимальних результатів[11]; інформувати своїх клієнтів про цінові політики, пропозиції та зміни. Пояснювати вартість та цінність вашої послуги, щоб забезпечити їх розуміння та задоволення.

Висновки. Таким чином, підводячи підсумки проведеного дослідження необхідно відмітити, що можливості вибору ефективної стратегії управління витратами підприємства охорони здоров'я та формування відповідної цінової політики є складним завданням, що вимагає знань про ринок, клієнтів та конкурентів, а також гнучкості та аналітичних навичок. Ретельне планування, постійний аналіз та вдосконалення допоможуть медичному закладу досягти успіху у цій галузі. Цінова політика закладів охорони здоров'я має відповідати їхній меті і стратегічним цілям, а також враховувати потреби і очікування споживачів медичних послуг. Вона може бути зорієнтована на максимізацію прибутку, забезпечення доступності послуг для широкого загалу або досягнення інших соціально-економічних цілей. В цілому, розробка цінової політики є важливим елементом стратегічного управління закладами охорони здоров'я. Це дозволяє їм ефективно використовувати організаційні ресурси, забезпечувати стійкий фінансовий стан і досягати поставлених цілей. При цьому, розробка цінової політики повинна бути гнучкою, щоб враховувати зміни на ринку та вимоги споживачів.

Література:

1. Євтушевський В.А. Стратегія корпоративного управління. К. : Знання, 2017. 287 с.
2. Іванюк У.В., Машталяр Ж.М. Особливості формування цінової політики закладу охорони здоров'я URL: http://limaup.edu.lviv.ua/uploads/media/content/Zbirnyk_conf_LI_MAUP_2019.pdf#page=65.
3. Костюченко В. М., Тронько В. В. Цінова стратегія як інструмент управління підприємством у період очікування кризи. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2013. № 2. С. 172-186.
4. Касич А. О. Управління конкурентними перевагами підприємства. *Економічний аналіз*. 2016. № 2, Том 25. С. 79-85.
5. Семенова В. Г. Інноваційний розвиток підприємств в Україні: фінансовий аспект. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2017. № 1. С. 165-170. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirpr_2017_1_30.
6. Єгорова І. С. Особливості аналізу показників фінансово-господарської діяльності економічного суб'єкта в рамках обов'язкового аудиту. *Аудитор*. 2018. № 1. Т. 4. С. 36-43.
7. Коваль П. В. Аналіз результативності та ефективності діяльності підприємств України. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2017. № 4. С. 10-17.
8. Коломієць О. О. Система охорони здоров'я в Україні: недоліки організації та ризики реформування. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2018. № 15. С. 18-27.