

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ДОХІДНІСТЮ (ПРИБУТКОВІСТЮ) СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Розвиток ринкової економіки вимагає від українських підприємств раціонального та економічно обґрунтованого підходу до планування їх діяльності, визначення стратегії збільшення доходів, аналізу та оцінки отриманих результатів. Однією із найважливіших складових стратегії фінансової політики суб'єкта господарювання є максимізація обсягів його доходу. Категорія доходу є однією із найскладніших в економічній науці. Ця дефініція залишається однією із найбільш суперечливих сьогодні, що вимагає її поглиблення та уточнення. Дохід відіграє провідну роль у фінансовому механізмі управління соціально-економічним розвитком. Розгляд стратегічних підходів до управління доходами підприємства та визначення важливості забезпечення високої ефективності системи контролю доходів підприємств є необхідним у науковій і прикладній площинах [1, с.55].

Різні аспекти функціонування сучасних підприємств досліджують у своїх працях такі науковці, як Зачосова Н.В. [2], Занора В.О. [3], Куценко Д.М. [4], Коваль О.В. [5], Коваленко А.О. [6] та інші. Однак, тематика формування та ефективного використання суб'єктами господарювання різних видів економічної діяльності своїх доходів – продовжує залишатись актуальною.

Дохід підприємства – це всі кошти, які отримані за певний період часу, а прибуток – різниця між витратами і доходами [7, с.190]. У процесі підприємницької діяльності чистий дохід є відображенням прибутку, який створений у сфері виробництва та послуг. Готова продукція вважається підсумком поєднання факторів виробництва і діяльності господарюючих суб'єктів, що за умови реалізації споживачу стає товаром.

Вартість живої праці можна поділити на дві частини. До першої належить заробітна плата тих працівників, які беруть участь у процесі виробництва продукції. Її розмір визначається за допомогою багатьох факторів необхідності відтворення робочої сили. У даному значенні для підприємця вона несе частину витрат по виробництву продукції. До другої частини знову зробленої ціни належить чистий дохід, який може реалізуватися лише в результаті продажу продукції; завдяки цьому визначається її користь для суспільства.

Основою стратегічного управління доходами підприємств є стратегія їх розвитку. Процес вибору стратегії розвитку доходів повинен базуватися на попередній розробці конкретних стратегічних альтернатив. Постійним пріоритетом у встановленні цілей промислового підприємства, яке стратегічно орієнтоване на стійку конкурентоспроможність, є досягнення та підтримка певного допустимого порогового рівня доходу, нижче якого його не слід знижувати. Підхід до управління доходами сформульований, щоб зосередити зусилля всіх учасників на створенні продуктів більшої вартості при фіксованих або навіть менших витратах [7, с.191].

У процесі управління слід звертати увагу на більшість чинників, які мають вплив на величину прибутку. Такі фактори можна поділити на дві великі категорії: зовнішні – підприємство на них не впливає, та внутрішні, на які підприємство може вплинути.

Зовнішні фактори можуть істотно впливати на величину прибутку, проте не перебувають в залежності від діяльності підприємства. До них можна віднести податкові ставки і пільги, державне регулювання цін і тарифів, процентні ставки, природні умови тощо.

Внутрішні фактори складаються з виробничих та невиробничих. Виробничі фактори являють собою наявність і використання трудових і фінансових ресурсів, засобів і предметів праці. До невиробничих можна віднести постачальницько-збутову і природоохоронну активність, соціальні умови праці та побуту [1, с.58].

Для підвищення ефективності діяльності підприємства та його стратегічного розвитку в майбутньому виникає необхідність у розробці стратегії управління підприємством, спрямованої на вдосконалення механізму отримання та використання доходів.

### Список використаних джерел

1. Гавран В. Я. Дослідження особливостей формування прибутку організації в сучасних умовах господарювання // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія : Проблеми економіки та управління. — 2016. № 847. С. 55-60.
2. Зачосова Н.В. Обґрунтування необхідності та етапи розробки універсальної методики визначення кредитного рейтингу комерційних банків. *Інноваційна економіка*. 2011. №6 (25). С.232-238.
3. Занора В.А. Управление затратами предприятий: планирование производственных затрат. *Экономика и управление*. 2013. №1 (87). С.82-86.
4. Куценко Д.М., Зачосова Н.В. Організація протидії злочинам в економічній сфері у системі забезпечення кадрової безпеки суб'єктів господарювання. *Економіка. Фінанси. Право*. 2016. №8. С.13-16.
5. Коваль О.В., Гончаренко А.С., Зачосова Н.В. Стратегічні аспекти забезпечення фінансово-економічної безпеки страхових компаній у контексті розвитку конкурентоспроможного ринку страхових послуг. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія Економічні науки*. 2020. №2. С.160-168.
6. Kovalenko A. Human risks in the process of financial and economic security supply and personnel policy as an instrument for managing them. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія Економічні науки*. 2020. №2. С.35-43.
7. Спіфанова І.Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. *Економіка та суспільство*. 2016. № 3. С. 189-192.

**Науковий керівник:** д. е. н., професор Зачосова Н.В.

**Матухно Ю.С., Занора В.О.**

*Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

## УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМИ ЗМІНАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Умови, в яких здійснюють свою діяльність підприємства, вимагають кардинально нових технологій для забезпечення ефективного управління, а також виживання у конкурентному середовищі. Для того, щоб мати змогу бути конкурентним та мати можливості для розвитку, підприємство повинне управляти стратегічними змінами. Стратегічні зміни притаманні всім сферам діяльності підприємства та є рушійною силою для його розвитку. Із стрімким розвитком економічного простору виникає необхідність в ефективному управлінні стратегічними змінами задля досягнення системи цілей підприємства, що визначені в стратегії.

Стратегічні зміни на підприємстві – це низка процесів, які можуть бути зумовлені впливом як зовнішнього, так й внутрішнього середовищ і таких, що реалізуються з метою досягнення стратегічних цілей.

Управління стратегічними змінами передбачає впровадження інших практик функціонування підприємства задля коригування ведення його господарської діяльності. Зазвичай впровадження змін має на меті підвищення ефективності роботи підприємства.

До управління стратегічними змінами на підприємстві пред'являються певні вимоги [1, 200]: необхідно визначитися у необхідності впроваджувати зміни; потрібно чітко продумувати зміни; зміни необхідно спочатку обговорити неформально для того, щоб усі працівники взяли участь у впровадженні змін та зрозуміти всі заперечення стосовно впровадження змін; необхідно бути готовим до змін; контроль та фіксація результатів впровадження змін, а також можливих відхилень.

Традиційно управління стратегічними змінами містить такі елементи: управлінське рішення; методичний інструментарій (підходи, методи, методики, програми тощо); функції управління; суб'єкти та об'єкти; стратегічний потенціал підприємства.

Зазвичай процес управління стратегічними змінами складається з таких основних етапів їх впровадження: усвідомлення необхідності змін; створення робочої команди; розробка плану впровадження змін; вибір типу змін; вибір моделі та методів управління змінами; контроль та коригування змін. У разі позитивного проходження цих етапів даний алгоритм управління