

**Д-р екон. наук Семенча І. Є., Ярошенко К. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних умовах ринку прибуток підприємства є ключовим показником його фінансової стійкості та ефективності. Ефективне стратегічне управління прибутком дозволяє: забезпечити стабільність фінансових результатів; планувати розвиток підприємства у коротко- та довгостроковій перспективі; оптимізувати витрати та підвищити рентабельність; адаптуватися до змін економічного та конкурентного середовища. Особливо актуальним стратегічне управління прибутком стає в умовах нестабільної економіки, інфляції, війни або глобальних криз, коли підприємство має планувати не лише зростання, а й захист від фінансових втрат.

За останні роки українські науковці Савицька Г. В., Кузьмін О. Є., Якимчук І. М. підкреслюють, що стратегічне управління прибутком потребує комплексного підходу, інтеграції фінансового та маркетингового планування та контролю за витратами.

Метою дослідження стало визначення ключових аспектів стратегічного управління прибутком підприємства, аналіз факторів впливу на фінансові результати щодо підвищення прибутковості в умовах нестабільного ринку.

Стратегічне управління прибутком – це система планування, контролю та аналізу доходів і витрат підприємства, спрямована на досягнення довгострокової фінансової стійкості та підвищення рентабельності. Необхідними ключовими складовими є: планування прибутку – прогнозування доходів та витрат, визначення цільових показників прибутковості; контроль та аналіз – порівняння фактичних результатів з планом, виявлення відхилень; оптимізація витрат – скорочення непотрібних витрат, підвищення ефективності ресурсів; фінансова стратегія – прийняття рішень щодо інвестицій, дивідендів, резервів. Важливо враховувати [1]: зовнішні фактори впливу, от як макроекономічні коливання, ринкові ціни, конкуренція, законодавство; внутрішні фактори, от як структура витрат, ефективність виробництва, фінансовий менеджмент, диверсифікація продукції. Узагальнимо основні фактори впливу на прибуток підприємства (табл. 1).

**Основні фактори впливу на прибуток підприємства**

<b>Фактор</b>	<b>Логіка впливу</b>	<b>Приклади</b>
Рівень попиту	Вищий попит, отже збільшення доходів	Продаж продукції
Витрати на виробництво	Зростання витрат, отже зменшення прибутку	Енергоносії, сировина
Конкуренція	Зниження ціни, отже зменшення маржі	Локальні та міжнародні конкуренти
Податкове навантаження	Вищі податки, отже менший чистий прибуток	ПДВ, прибутковий податок
Інвестиції	Зростання прибутку у перспективі	Нове обладнання, маркетинг

Методи стратегічного управління прибутком: фінансове планування та прогнозування – бюджетування, прогнозування доходів і витрат; контроль прибутку – внутрішній аудит, аналіз відхилень, контроль фінансових потоків; оптимізація витрат – використання програм енергоефективності, скорочення постійних витрат; цінова стратегія – гнучке ціноутворення, акційні пропозиції, сегментація ринку; диверсифікація доходів – нові продукти, вихід на нові ринки, партнерські проекти [2]. Наприклад, на одному з виробничих підприємств Дніпропетровщини до війни плановий прибуток – 15 млн грн на рік. У 2023 р. через перебої з поставками прибуток зменшився на 35 %. Використано стратегічне управління: оптимізація витрат, зміна постачальників, вихід на новий ринок.

Фінансове, маркетингове та антикризове управління взаємопов'язані та доповнюють одне одного: фінансове управління забезпечує ресурси та контроль за прибутковістю. Маркетингове управління формує доходи через правильне позиціонування продукції та зростання продажів. Антикризове управління зменшує ризики втрат та дозволяє адаптуватися до змін ринку. Комплексний підхід забезпечує: стабільний прибуток навіть у складних умовах; довгострокове зростання фінансової стійкості; гнучку адаптацію до змін економічного середовища; збереження конкурентоспроможності підприємства на ринку [3]. Наприклад, виробниче підприємство використовує фінансове управління для контролю витрат і інвестицій у нові лінії; реалізує маркетингову стратегію через вихід на нові ринки та онлайн-продажі; застосовує антикризові заходи, створюючи резерви та альтернативні постачальницькі канали. В результаті прибуток зростає на 15-20% на рік, підприємство зберігає ліквідність та конкурентоспроможність навіть у періоди економічної нестабільності.

Отже, проаналізовано систему зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на формування прибутку підприємства, логіку цього впливу, також основні методи стратегічного управління прибутком, зокрема взаємопов'язані між собою фінансове, маркетингове та антикризове управління.

#### **Список використаних джерел:**

1. Морозов О. А. Стратегічні підходи до максимізації прибутковості підприємств. *Агросвіт*. 2024. № 15. С. 89-95.
2. Ляміна Ю. Ю., Буняк Н. М. Напрями підвищення ефективності стратегічного управління розвитком автотранспортного підприємства. Сучасні технології менеджменту: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 15 листопада 2023 р. Відп. ред. проф. Л. Черчик. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2023. 383 с. С. 198-200.
3. Перерва І. О., Єдинак В. Ю. Стратегічне управління підприємством як основний інструмент в руках сучасного керівника. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 3. С. 159-164.

**Скібіцька Д. Ф.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ЛІДЕРСТВА В МІЖНАРОДНИХ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЯХ**

Ми живемо в час постійних змін. Ці зміни є невизначеними, складними та нестабільними. У таких умовах традиційне керівництво та лідерство вже не є ефективним, воно втрачає свою силу. Колишнє уявлення про лідера як всезнаючого та всемогутнього провідника вже не відповідає реальності.

Лідерство – це багатоаспектне поняття, є різні підходи до його визначення та аналізу. Визначення поняття «лідер» ще у 1948 р. виклав Р. Стогділл. Лідер – це людина, яка береться за справу сама або розподіляє завдання між членами групи так, щоб кожен з них міг виявити ініціативу. Це людина, яка бачить конкретну мету та шляхи її досягнення, а також має досить сил і можливостей це зробити. Слово лідер означає «той, хто веде за собою, очолює» [2, с. 8].

Світова економіка характеризується інтенсивними процесами глобалізації, цифровізації та інтеграції ринків. Міжнародні бізнес-організації функціонують у середовищі високої конкуренції, швидких технологічних змін і постійної геополітичної нестабільності. За таких умов особливого значення набуває проблема ефективного лідерства.