

УДК 338.439

Легеца Д.Г., д.е.н., доцент  
Таврійський державний агротехнологічний університет  
dlegeza78@gmail.com

## УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

**Анотація.** У статті проаналізовано науково-теоретичні питання управління прибутком підприємств. Автор визначає основні особливості управління прибутком на підприємствах хлібопекарської галузі. Запропоновано основні підходи розподілу прибутку в умовах маркетингової товарної політики підприємства. Проаналізовано економічні результати діяльності підприємств в залежності від умов розподілу прибутку. У дослідженні визначено вплив збутових витрат на рентабельність підприємств хлібопекарської галузі.

**Ключові слова:** управління прибутком, хлібокомбінат, хлібопекарська галузь, витрати на збут, рентабельність, прибутковість

**JEL code classification:** D3, E25

*Legeza Darya G., DocEcSc, Assoc Prof  
Tavria State Agrotechnological University*

## INCOME MANAGEMENT IN BAKERY ENTERPRISES

**Abstract.** The paper presents the vital issues of income management, formed in a bakery, in Ukraine. The author opens up the market forces influencing on net income and their affecting on further profit formation. Income management plays an important role in economic status of enterprise and economics of a nation. While income forms the part of taxes, a state gets monetary funds from the taxes. In the last few years, there has been a growing interest in income formation, but scientists has shown a tiny interest in income sharing out which make a lot of Ukrainian enterprises nonprofit. A key limitation of this research is that lack of financial reports of bakery to make deep-in results.

The aim of the issue is to examine income sharing in bakeries and to evaluate its efficiency according to marketing principles. Several practical questions arise when dealing with income management. It is important to identify the particular ways of income sharing. It is a vital to reveal the main factors, which influence on income changing. It is key to predict an effect on enterprises profitability while size of income is diminishing. In this article the author explores the peculiar possibilities how distribution cost influence income. We used a new marketing approach to evaluate the distribution costs and profitability. The method was used on two regional bakeries, which have 15% of total market share in the South part of Ukraine. The analysis indicates that distribution costs do not meet volume of production to increase the market share. One of the surprised results of the research is that the more distribution cost managers spend, the more profitability the enterprise has. The finding was quite unexpected that the changings of assortment structure is directly proportional to profit changings. This paper is a modest contribution to the ongoing discussions about income management in bakeries and its effect on marketing activities.

**Key words:** profit management, bakery, distribution costs, efficiency, profitability.

**Постановка проблеми.** Управління прибутком є основою економічної діяльності будь-якого підприємства. В умовах кризи або нестабільного економічного стану країни прибутковість підприємств харчових галузей значно знижується за рахунок фінансових, виробничих та ринкових факторів. Одним із ключових елементів зниження прибутковості є негативний вплив фінансових важелів та зниження купівельної спроможності населення. Сьогодні навіть соціальні продукти харчування, такі як хліб та молоко, мають порівняно менший попит на споживчому ринку, що зменшує їх пропозицію на ринку.

Внаслідок цього зменшується дохід від реалізації, прибуток і в результаті – знижується рентабельність виробництва. Збільшуючи ціну реалізації, виробники втрачають свою частку ринку, і, навпаки, при зниженні ціни вони ризикують недоотримати заплановані кошти для покриття виробничих витрат. З одного боку, ця тенденція негативно впливає на результативність окремо взятого підприємства, з іншого – недоодержання податків, які пов'язані із реалізацією готової продукції, тягнуть за собою зменшення обсягів поповнення місцевих бюджетів. Отже, проблема прибутковості харчових

підприємств, які зазвичай не є державними, стає актуальною для формування та функціонування національної економіки та забезпечення продовольчої безпеки країни.

З цієї причини управління прибутком забезпечує економічно обґрунтоване формування прибутку та його розподілу. Розподіл прибутку відбувається в умовах виплати податків, відсотків за запозичений фінансовий капітал та спрямування витрат на технологічне оновлення виробництва. Однак, це не завжди враховується в системі розподілу прибутку. Харчові підприємства стикаються з проблемами збуту продукції через формування логістичних та маркетингових принципів постачання продукції. І зазвичай, саме своєчасність доставки, широкий асортимент та повнота інформації сприяє зростанню прибутковості підприємства. У післякризові роки (2010-2014 рр.) харчові підприємства здійснили ряд заходів щодо удосконалення асортиментної структури, стабілізації надходження виручки та формування прибутку. Однак ряд питань, пов'язаних з розв'язанням цієї проблеми, нині не вирішено, зокрема: не визначено вплив маркетингових факторів на результативність підприємства, не обґрунтовано наслідки змін маркетингової товарної політики на покращання економічної ефективності підприємства, не визначено вплив величини збутових витрат на валовий прибуток.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Фундаментальні засади управління прибутком піднімались у працях В.М. Жмайлова та інших авторів [1], які розглядають прибуток як відображення фінансового результату діяльності підприємства і пов'язують його із створенням доданої вартості продукції. Взагалі, основою формування прибутку та його управлінням у вітчизняній літературі є саме фінансова складова, яка пов'язана з доходами та витратами підприємства. Досліджуючи питання управління прибутком, Н. Г. Пігуль визначає, що основною управлінням формуванням прибутку є п'ять складових: доходи, витрати, податкові платежі, ресурси та ризики [2, С. 83]. За запропонованою схемою автора, управління розподілом полягає в економічному механізмі сплати податкових зобов'язань та капіталізації частини прибутку. В той же час,

ефективне управління економічними результатами, крім інвестиційної та фінансової діяльності, має враховувати ще комерційну особливість розвитку підприємства, на що наголошують А. С. Андріяш та А. Ю. Могилова [3, С. 68]. Розкриваючи вимоги забезпечення ефективного управління підприємством вчені підкреслюють орієнтованість на стратегічні цілі підприємства щодо відповідності таких цілей місії підприємства. З цього приводу Л. І. Гладка та М. О. Домашенко підкреслюють, що у сучасних економічних умовах, які склалися в Україні, при управлінні прибутком підприємства окрему увагу необхідно приділити його зваженому розподілу через урахування зовнішніх факторів, таких як місткість ринку та платоспроможність населення [4]. У результаті досліджень економічної діяльності підприємств А. В. Висоцька та Ю. В. Гончаров визначили, що для покращання прибутковості підприємства основними заходами є зростання місткості підприємства на ринку через збільшення обсягів реалізації та зміна складу асортименту продукції, який відповідатиме вимогам споживчого ринку [5, С. 7].

Шляхи покращання управління прибутковістю підприємства мають бути спрямовані на врахування особливостей галузі, будь-то харчова, промислова, сільськогосподарська тощо. Так, Є. Ю. Ткаченко наголошує, що на промисловому підприємстві машинобудівної галузі вкрай необхідно виділяти три центри структурного управління: центри витрат, прибутку, та інвестицій [6, С. 273-274]. При управлінні торговельним підприємством ключовим питанням постає розробка зовнішньої стратегії підприємства з урахуванням життєвого циклу товарів, а отже, проблема управління прибутком зводиться до обґрунтування впливу кризових явищ на результати роздрібного підприємства [7]. З причини особливостей діяльності сільськогосподарських підприємств, а саме не відірваність від земельних ресурсів, сезонність виробництва та необхідність фінансового забезпечення у період польових робіт вимагає зосередження уваги на своєчасному забезпеченні позиковим капіталом. Проблеми управління прибутком у сільськогосподарських підприємств розкривались у працях вчених Сумського національного аграрного

університету [1, 8].

Результатом оцінки результативності управління прибутком є аналіз ефективності використання витрат (управління формування прибутком) та доходів (управління розподілом прибутку). Теоретично-методичні питання підвищення ефективності управління прибутком розкриваються у роботах вітчизняних вчених [1, 8, 9, 10]. Так, О. О. Бабицька розглядає ефективність управління прибутком через фінансово-економічну стійкість підприємства, яка включає коефіцієнт ліквідності, автономії, оборотності активів підприємства [8, С. 121]. У такому випадку не враховується фактор стратегічного розвитку підприємства, вплив зовнішніх ринкових факторів на економічні та фінансові результати підприємства [9, 10]. Виділяючи 7 принципів управління прибутком, В. М. Жигалкевич наголошує на підходах до управління, орієнтуючись на постійні зміни зовнішніх і внутрішніх факторів з урахуванням стратегічних цілей підприємства [9, С. 147]. Це потребує розробки механізму управління методами і важелями, що забезпечують зростання прибутку підприємства з одночасною оптимізацією витрат. Питання дії системи та механізм управління піднімалися у працях таких авторів як Л. О. Денисенка, В. В. Лойка, О. Ю. Мірошніченко, О. В. Проскуровича, В. Хачатрян, Л. В. Юрчишеної [11-16]. Однак, більшість робіт розкривають механізм управління через фінансові важелі, не торкаючись питання товарного розподілу продукції та впливу ринкових факторів на її розподіл, які формують ціну реалізації та обсяги реалізованої продукції. Так, В. Хачатрян та Л. О. Денисенко розглядають механізм управління через вплив на зміну інвестиційного та ресурсного потенціалу [11, 14]. У той же час, В. В. Лойко, який запропонував структурно-логічну схему управління прибутком, визначає, що основними важелями збільшення економічних результатів виступають збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції, зростання цін, зниження собівартості та оновлення асортименту [12, С. 69]. Таким чином, визначено, що основними методами впливу на результати діяльності підприємства є вплив збутових внутрішніх факторів підприємства, а важелями виступають рин-

кові економічні фактори. Отже, управління прибутком – це механізм, який включає формування прибутку та його розподіл з метою ефективного стратегічного управління з урахуванням зовнішніх та внутрішніх ринкових факторів. Дискусійний характер теоретико-практичних підходів до розподілу прибутку за умов впливу зовнішніх ринкових факторів свідчить про об'єктивну необхідність проведення досліджень піднятої проблеми.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є визначення принципів розподілу прибутку та факторів, що впливають на прибутковість підприємств хлібопекарської галузі. Об'єктом дослідження є процес розподілу прибутку в сучасних економічних умовах на підприємствах хлібопекарської галузі. Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних засад управління прибутком у підприємствах хлібопекарської галузі.

Згідно поставленої мети обґрунтовані наступні завдання: визначити сутність поняття управління прибутком, розкрити основні фактори, що впливають на зміну прибутковості підприємства, визначити вплив маркетингових факторів на зміну рентабельності підприємства, визначити ступінь взаємозв'язку витрат на збут, чистого прибутку та рентабельності виробництва. У статті використані загальні статистико-економічні методи дослідження: а саме ряди динаміки з метою встановлення ступеню зміни валового та чистого прибутку на досліджених підприємствах, факторний та кореляційний аналіз для визначення ступеню та тісноти зв'язку маркетингових факторів та прибутковості підприємства. Для дослідження результатів ефективного управління прибутком щодо питань його розподілу було застосовано показники розмірів валового прибутку, чистого прибутку, витрат на збут, показники рентабельності продукції, структури реалізації продукції, частки підприємства у роздрібній торгівлі України.

**Виклад основного матеріалу.** З часів фінансової кризи 2008 року економічні результати діяльності вітчизняних харчових підприємств суттєво знизились: зменшились обсяги реалізації у роздрібній торгівлі, знизились запаси готової продукції, збільшились закупівельні ціни на сировину та до-

поміжні матеріали, що значно вплинуло на зниження прибутковості підприємств. Особливо відмічається негативний вплив інфляції на розвиток хлібопекарської галузі, яка є основою продовольчої системи України. За 2008-2015 роки обсяги продажу хлібобулочних виробів вітчизняними підприємствами через роздрібну мережу в Україні зменшились на 24%, і дорівнювали у 2015 році 457,7 тис. тонн, що в середньому склало 10,7 кг на особу. Середня ціна реалізації зернових та зернобобових культур сільськогосподарськими підприємствами за досліджуваний період збільшилась з 778,6 грн./т (2008 р.) до 2912,1 грн./т (2015р.), що більше у 3,7 разів. Збільшення закупівельних цін обумовило зростання ціни на хлібобулочні вироби та зниження купівельної спроможності населення.

Поступове зниження попиту за рахунок

зниження купівельної спроможності та чисельності населення за регіонами обумовило зменшення обсягів замовлення готової продукції торговельними підприємствами, призвело до згортання виробництва вітчизняними підприємствами, зменшило їх прибутковість. Однак, однакові зовнішні економічні умови по-різному вплинули на результати економічної діяльності підприємств хлібопекарської галузі. Нами проведений аналіз діяльності двох хлібозаводів (ПАТ «Запорізький хлібозавод №5» та ПАТ «Запорізький хлібозавод №3»), які розташовані в одному географічному просторі, а отже потенційно мають єдину частку ринку. Результати свідчать, що при однакових ринкових важелях одержаний різний розмір прибутку (рис. 1).

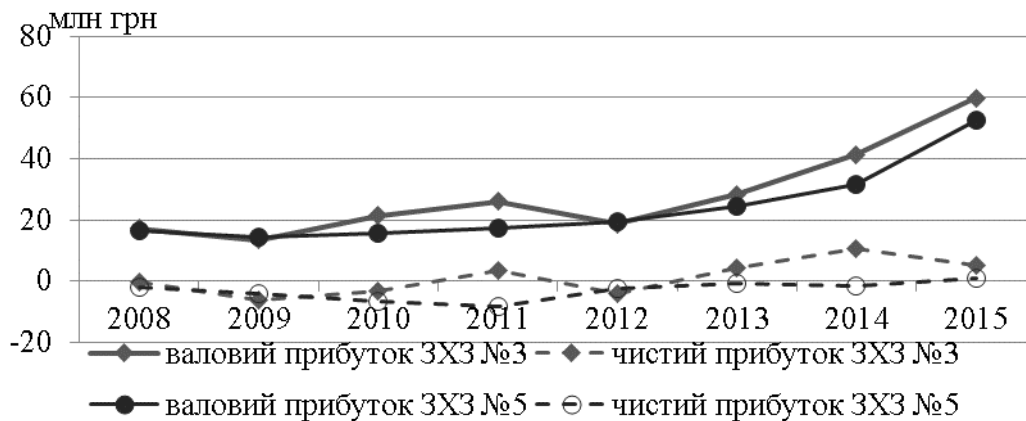


Рис. 1. Ряди динаміки чистого та валового прибутку Запорізьких хлібозаводів, 2008-2015 рр.  
Джерело: розраховано автором за даними річних звітів підприємств

Результати аналізу свідчать, що розміри валових прибутків запорізьких хлібозаводів мають тенденцію до збільшення. При цьому, у 2010-2011 рр. та у 2013-2015 рр., валові прибутки Запорізького хлібозаводу №3 були більшими на 5-10 млн. грн., що дало можливість в ці роки одержати позитивний чистий прибуток. У той же час, результати економічної діяльності ПАТ «Запорізького хлібозаводу №5» були менш ефективними та у своїй більшості збитковими. Лише у 2015 р. у даному підприємстві був одержаний чистий прибуток у розмірі 837 тис. грн. Аналіз економічної діяльності ПАТ «Запорізького хлібозаводу №5» свідчить, що до 2013 р. були одержані збитки у розмірі від 0,4 до 6,0 млн. грн. Максимальне значення розміру чистого прибутку було досягнуто у 2014 р., що

відповідно складало 10,5 млн. грн.

Такий стан на запорізьких хлібозаводах не дає можливості ефективно розпоряджатися своїми доходами та своєчасно оновлювати технологію виробництва. У той же час, у 2011 році ПАТ «Запорізький хлібозавод №3» увів в експлуатацію машин та обладнання на суму 7,6 млн. грн., у 2014 р. – на 1,1 млн. грн., відповідно ПАТ «Запорізький хлібокомбінат №5» – на 7,1 та 9,6 млн. грн., що значно підвищило продуктивність праці на підприємствах. Серед основних споруд було оновлено тістозакаточні, тістомісильні та пакувальні машини, автомобільний парк, тощо. Технологічні зміни спричинили зменшення запасів готової продукції та частоту поставок на місця роздрібної торгівлі. Незважаючи на збитковість підприємств, ефективний опе-

раційний менеджмент дає можливість поступово нарощувати технологічний потенціал та збільшувати рівень рентабельності виробництва.

Було визначено ступінь зміни рентабельності виробництва протягом 2008-2015 років (рис. 2).

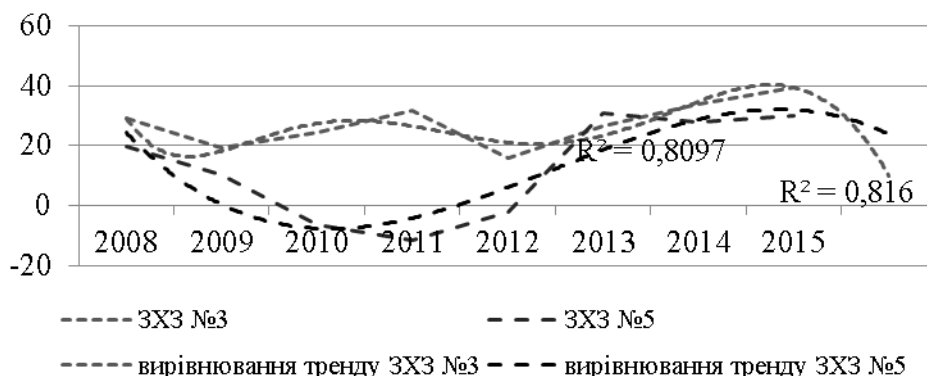


Рис. 2. Вирівнювання трендів рентабельності виробництва хлібопродуктів Запорізькими хлібозаводами

Джерело: розраховано автором за даними річних звітів підприємств

Максимальний рівень рентабельності у ПАТ «Запорізький хлібо завод №3» було одержано в 2015 році, він склав 39,5%. Коливання рентабельності відбувалось у межах від 15,9 до 39,5%. Максимальний рівень рентабельності у ПАТ «Запорізький хлібокомбінат №5» був у 2013 р. і склав 30,8%. Коливання рентабельності відбувалось у межах від 11,5 до 30,8%. При проведенні вирівнювання поліноміальним методом встановлено, що величина достовірності результатів по ПАТ «Запорізький хлібо завод

№3» та ПАТ «Запорізький хлібо завод №5» відповідно становить 0,816 та 0,8097, що свідчить про достовірність прогнозу. Таким чином, за результатами проведеного аналізу можна зробити висновки, що у наступних роках рівень рентабельності знизиться відповідно на 20 та 7 пунктів.

Позитивні та негативні зміни рентабельності обумовлюються ринковими факторами. Було досліджено вплив управління розподілом товарної продукції на прибутковість досліджених підприємств (табл. 1).

Таблиця 1

**Результати економічної діяльності Запорізьких хлібо заводів, 2013-2015 рр.**

Показники	Запорізький хлібо завод №3				Запорізький хлібо завод №5			
	2013	2014	2015	Відн. 2015 р. до 2013 р., %	2013	2014	2015	Відн. 2015 р. до 2013 р., %
Частка основного продукту* у структурі реалізації, %	25,51	26,62	28,09	2,58	13,65	12,32	13,50	-0,15
Частка підприємства у роздрібній торгівлі хлібопродуктів України, %	3,18	3,69	3,37	0,19	2,43	2,73	2,9	0,47
Частка витрат на збут у собівартості реалізованої продукції, %	16,35	18,34	27,62	11,27	19,89	27,73	30,14	10,25
Валовий дохід, тис грн.	28306	41397	59862	211,48	24371	31416	52477	215,33
Чистий дохід, тис грн.	4284	10516	5328	124,37	-547	-1406	837	*
Рентабельність виробництва, %	26,5	33,62	39,51	13,01	30,8	27,3	30,14	-0,66

\* за основний товарний продукт взято батон «Олександрівський», питома вага якого у структурі реалізації складає 15%

Джерело: розраховано автором за даними річних звітів підприємств

Формування прибутку підприємств забезпечується за рахунок великого асортименту

продукції. Так, у ПАТ «Запорізький хлібозавод №3» налічується 23 вида хліба, 12 видів булочних виробів та 19 видів здобних виробів, у той час як у ПАТ «Запорізький хлібозавод №5» асортимент продукції налічує понад 100 найменувань. Основним видом продукції, який має найбільшу частку у структурі реалізації в обох підприємствах, є батон «Олександрійський», від реалізації якого у 2015 р. до ПАТ «Запорізький хлібозавод №3» надходить 28,09% валового доходу. В той же час зазначений продукт займає порівняно меншу частку у структурі реалізації (13,5%) на ПАТ «Запорізький хлібозавод №5» оскільки там більш широкий асортимент хлібопродуктів (119 позицій).

Дослідження свідчать, що потенціал ринку ПАТ «Запорізький хлібозавод №3» та ПАТ «Запорізький хлібозавод №5» у роздрібній торгівлі України у 2015 р. відповідно дорівнював 3,34 та 2,9%. Підприємства реалізують свою продукцію через національні торговельні мережі: ТОВ «АТБ-Маркет», ТОВ «Фоззі-Фуд» та ТОВ «Економ-плюс». Поглиблені дослідження результатів реалізації продукції свідчать, що частка експорту в загальному обсязі продажу ПАТ «Запорізький хлібозавод №3» у 2015 р. складає 17,3%, або 36,5 млн. грн. Також, у ПАТ «Запорізький хлібозавод №5» сума експорту дорівнювала у 2015 р. 30,2 млн. грн., або 17% загальної виручки.

Значна географічна мережа реалізації продукції обумовлює великі витрати на збут продукції, які по двох підприємствах за 2013-2015 рр. не були меншими 16,4%. Максимальна частка витрат була досягнута у 2015 р. і дорівнювала 27,62% у ПАТ «Запорізький хлібозавод №3» та 30,14% у ПАТ «Запорізький хлібозавод №5». Спрямування витрат на збут дає можливість підприємствам реалізовувати продукцію за межами Запорізької області та збільшувати збут за рахунок реалізації в інших областях, де здійснюють свою діяльність торговельні мережі, з якими встановлені економічні відносини. Однак, для покращання логістики постачання готової продукції, оптимізації транспортних витрат більш ефективно було б здійснювати завантажувально-розвантажувальні роботи та транспортування продукції за рахунок сторонніх ор-

ганізацій на засадах аутсорсингу. Нами було визначено ступінь взаємозв'язку між витратами на збут та рентабельністю виробництва. Встановлено, що тіснота зв'язку між показниками становить 63,5% у ПАТ «Запорізький хлібозавод №3» та 21,7% у ПАТ «Запорізький хлібозавод №5».

При одержанні негативних фінансових результатів після оподаткування підприємств, рентабельність виробництва залишається у 2013-2015 рр. позитивною і перевищує межу 26,5%. Необхідно зазначити, що за останні три роки рівень рентабельності виробництва зріс на 13,01 пункту у «Запорізький хлібозавод №3», в той час як у ПАТ «Запорізький хлібозавод №5» рівень рентабельності зменшився на 0,66 пункту.

**Висновки.** Таким чином, управління прибутком – це механізм, який включає формування прибутку та його розподіл з метою ефективного стратегічного управління з урахуванням зовнішніх та внутрішніх ринкових факторів. Одним з ключових факторів формування прибутку є збутові фактори, які через зміну попиту та пропозиції на ринку обумовлюють коливання обсягів та виручки від реалізації. Виручка від реалізації продукції формується за рахунок узгоджених контрактів з національними торговельними мережами, які ставлять умови поставки через різноманітність позицій товару. У кожному з досліджених підприємств асортимент товару складає понад 50 найменувань. Встановлено, що за досліджуваний період (2008-2015 рр.) чистий валовий прибуток у Запорізьких хлібозаводах коливався у межах 5-10 млн. грн. Дослідження засвідчили, що при тих самих умовах економічної діяльності підприємств прогнозується зниження рентабельності виробництва до 24% у ПАТ «Запорізький хлібозавод №3» та до 10% у ПАТ «Запорізький хлібозавод №5». При цьому вірогідність прогнозу складає відповідно 81,6 та 81,0%. Основною причиною зниження прибутку є надзвичайні витрати на збут, які у досліджених підприємствах становлять понад 26% від загальних витрат. Виявлено, що у ПАТ «Запорізький хлібозавод №3» існує взаємозв'язок між зміною витрат на збут та рентабельністю виробництва, який становить 63,5%.

**Список літератури:**

1. Організаційно-економічні основи управління прибутком сільськогосподарських підприємств: монографія / В.М. Жмайлов, О.Г. Жмайлова, О.О. Бабицька, Ю. І. Данько, Л.В. Слюсарєва – Суми: СНАУ, 2014. – 408 с.
2. Пігуль Н.Г. Управління прибутком підприємства / Н.Г. Пігуль // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: збірник наукових праць. – Суми: УАБС НБУ, 2010. – Вип. 28. – С. 79-85.
3. Андріяш А. С. Особливості управління прибутком підприємства / А. С. Андріяш, А. Ю. Могилова. // Молодий вчений. – 2014. – №6 (9). – С. 68–70.
4. Гладка Л. І. Управління прибутком в сучасних умовах / Л. І. Гладка, М. О. Домашенко, М. В. Ковальова. // Полтавський НТУ. – 2012. – №1. – С. 195–198.
5. Висоцька А. В. Управління прибутком на підприємстві та шляхи його покращення / А. В. Висоцька, Ю. В. Гончаров. // Технології та дизайн. – 2013. – №1 (6). – С. 1–7.
6. Ткаченко Є. Ю. Сучасні підходи до управління прибутком промислового підприємства / Є. Ю. Ткаченко. // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2011. – №47. – С. 270–276.
7. Маркіна І. А. Стратегічне управління прибутком торговельного підприємства з урахуванням стадії його життєвого циклу / І. А. Маркіна, В. Л. Вороніна. // Економіка Крима. – 2013. – №1 (42). – С. 199–204.
8. Бабицька О. О. Ефективність управління прибутком сільськогосподарських підприємств / О. О. Бабицька. // Облік і фінанси. – 2013. – №2 (60). – С. 118–122.
9. Жигалкевич В. М. Система управління прибутком як умова ефективного функціонування підприємства / В. М. Жигалкевич, Е. С. Фісенко. // Економіка і суспільство. – 2016. – №4. – С. 145–148.
10. Блонська В. І. Вдосконалення системи управління розподілом та використанням прибутку підприємства / В. І. Блонська, П. П. Адамович. // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – №20 (7). – С. 91–96.
11. Денисенко Л. О. Шляхи поліпшення процесу управління прибутком на підприємстві / Л. О. Денисенко, Ю. О. Кучерявенко. // Вісник КНУТД. – 2014. – №1. – С. 14–153.
12. Лойко В. В. Шляхи збільшення обсягу прибутку та підвищення дієвості управління прибутком промислового підприємства в сучасних умовах господарювання / В. В. Лойко, Є. С. Несенюк. // Міжнародний науковий журнал. – 2015. – №7. – С. 68–71.
13. Мірошніченко О. Ю. Механізм управління прибутком вітчизняних підприємств / О. Ю. Мірошніченко, Ю. В. Корконос. // Бізнесінформ. – 2014. – №5. – С. 280-285.
14. Хачатрян В. Формування механізму внутрішнього контролю за використанням прибутку торговельних підприємств / В. Хачатрян. // Економічний аналіз. – 2011. – №8. – С. 355–357.
15. Проскурович О. В. Моделювання адаптивного управління прибутком підприємства / О. В. Проскурович, В. А. Бойчук. // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №1. – С. 71–76.
16. Денисенко Л. О. Моделювання прибутку на підприємстві / Л. В. Юрчишена. // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – №2 (3). – С. 88–93.

**References:**

1. Pihul, N.H. (2010) Upravlinnia prybutkom pidpriemstva. *Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy: zbirnyk naukovykh prats*, Vyp. 28, p. 79-85.
2. Zhmailov, V., Zhmailova, O., Babytska, O., Danko, Y. and Sliusareva, L. (2014). *Orhanizatsiino-ekonomichni osnovy upravlinnia prybutkom silskohospodarskykh pidpriemstv: monohrafiia*. Sumy: SNAU, p.408.
3. Andriiash, A. S. (2014) Osoblyvosti upravlinnia prybutkom pidpriemstva. *Molodyi vchenyi*, 6 (9), p. 68–70.
4. Babytska, O. O. (2013) Efektyvnist upravlinnia prybutkom silskohospodarskykh pidpriemstv. *Oblik i finansy*, 2(60), p.118–122
5. Blonska, V. I. and Adamovych, P. P. (2010) Vdoskonalennia systemy upravlinnia rozpodilom ta vykorystanniam prybutku pidpriemstva. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, 20 (7), p. 91–96.
6. Vysotska A. V. and Honcharov, Yu. V. (2013) Upravlinnia prybutkom na pidpriemstvi ta shliakhy yoho pokrashchennia. *Tekhnologii ta dyzain*, 1 (6), p. 1–7.
7. Hladka, L. I., Domashenko, M. O., and Kovalova, M. V. (2012) *Upravlinnia prybutkom v suchasnykh umovakh*. *Poltavskiy NTU*, 1, p.195–198.
8. Denysenko, L. O. and Kucheriavenko Yu. O. (2014) Shliakhy polipshennia protsesu upravlinnia prybutkom na pidpriemstvi. *Visnyk KNUVD*, 1, p. 143–153.
9. Zhyhalkevych, V. M. and Fisenko, E. S. (2016) Systema upravlinnia prybutkom yak umova efektyvnoho funktsionuvannia pidpriemstva. *Ekonomika i suspilstvo*, 4, p. 145–148.
10. Loiko, V. V. and Nesenjuk, Ye. S. (2015) Shliakhy zbilshennia obsiahu prybutku ta pidvyshchennia diievosti upravlinnia prybutkom promyslovoho pidpriemstva v suchasnykh umovakh hospodariuvannia. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal*, 7, p. 68–71.
11. Markina, I. A. and Voronina, V. L. (2013) Stratehichne upravlinnia prybutkom torhovelnoho pidpriemstva z urakhuvanniam stadii yoho zhyttievoho tsyklu. *Ekonomika Kryma*, 1 (42), p. 199–204.
12. Miroshnychenko, O. Yu. and Koronos, Yu. V. (2014) Mekhanizm upravlinnia prybutkom vitchyznianskykh pidpriemstv. *Biznesinform*, 5, p. 280-285.
13. Proskurovych, O. V. (2010) Modeliuvannia adaptivnoho upravlinnia prybutkom pidpriemstva. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, 1, p. 71–76.
14. Tkachenko, Ye. Yu. (2011) Suchasni pidkhody do upravlinnia prybutkom promyslovoho pidpriemstva. *Humanitarnyi visnyk ZDIA*, 47, p. 270–276.
15. Khachatryan, V. (2011) Formuvannia mekhanizmu vnutrishnoho kontroliu za vykorystanniam prybutku torhovelnykh pidpriemstv. *Ekonomichniy analiz*, 8, p. 355–357.
16. Yurchishena, L.V. (2011) Modeliuvannia prybutku na pidpriemstvi. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, 2(3), p.88–93.