

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975) [www. economy.nauka.com.ua](http://www.economy.nauka.com.ua) | № 12, 2020 | 24.12.2020 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2020.12.76](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.12.76)

УДК 657:339

Є. В. Талавіра,
к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту,
Державний університет інфраструктури та технологій, м. Київ
ORCID ID: 0000-0002-1261-8321
М. О. Рогів,
магістрант кафедри фінансів і кредиту,
Державний університет інфраструктури та технологій, м. Київ
ORCID ID: 0000-0002-0806-6544

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

E. Talavira
PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Finance and Credit,
State University of Infrastructure and Technologies, Kyiv
M. Rogiv
Master's student of the Department of Finance and Credit,
State University of Infrastructure and Technology, Kyiv

CONCEPTUAL STEPS TO THE MANAGEMENT OF THE PRIBUTKY OF THE TRADING STAFF

У статті досліджено поняття «прибуток», «управління прибутком підприємства», визначено, що прибуток є позитивним фінансовим результатом, який відображає успіх щодо основної діяльності підприємства. Розглянуто особливості формування прибутку торговельних підприємств. Досліджено роль прибутковості торговельних підприємств, підкреслена необхідність забезпечення зацікавленості його власників у необхідності ефективного та безперервного управління прибутком, що представляє собою процес прийняття управлінських рішень за основними аспектами його формування, розподілу та використання на підприємствах. Розглянуто тактичні та стратегічні завдання, які виступають одними із основних елементів системи управління, що, в свою чергу, надасть можливість здійснювати моделювання різноманітних альтернативних варіантів у концепції управління прибутком із загальною системою управління підприємством. Виділені шляхи підвищення ефективності управління прибутком торговельних підприємств на сучасному етапі.

The article examines the concept of "profit", "profit management", it is determined that profit is a positive financial result that reflects the success of the main activities of the enterprise. Peculiarities of profit formation of trade enterprises are considered. The role of profitability of commercial enterprises is studied, the need to ensure the interest of its owners in the need for effective and continuous profit management, which is a process of management decisions on the

main aspects of its formation, distribution and use in enterprises. The need to manage the profits of retail enterprises for the short term is emphasized, which will allow to determine the profitability of the enterprise, which is able to ensure the volume of sales of goods, in accordance with the purchasing power of the population. Tactical and strategic tasks are considered, which are one of the main elements of the management system, which, in turn, will provide an opportunity to model various alternatives in the concept of profit management with a common enterprise management system. The main purpose of profit management of a trading company is to maximize and optimize the amount of net profit, as well as its stable formation in time. Among the main positions on the formation of the profit management system are the following elements, including: management of the sale of goods; supply management. The priority tasks of profit management of a trading company included: development of strategic actions for profit management; introduction of methods of profit formation of a commercial enterprise; taking into account such factors as planning and forecasting; use of effective information systems; introduction of organizational structures that will help in making management decisions. Organizational support is one of the main tasks for the development of profit management strategy of a trading company, which is necessary for the effective adoption and implementation of management decisions. This mechanism should include the formation of information systems with the possibility of applying variations of management decisions. Changes in the organization of accounting to meet the needs of internal users - managers-recommended to improve the management system of profits in a commercial enterprise in modern business conditions. Ways to increase the efficiency of profit management of commercial enterprises at the present stage are identified.

Ключові слова: фінансовий результат; прибуток; управління прибутком; управлінські рішення; торгівельне підприємство.

Keywords: financial result; profit; profit management; management decisions; trading company.

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки основною структурною ланкою діючого державного механізму господарювання стає підприємство. Криза в сучасному економічному житті зумовлює суб'єктів господарювання піднімати і вирішувати серйозні питання щодо прийняття раціональних та оптимальних рішень в сфері своєї діяльності, для покращення результативності та підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Основною метою будь-якого суб'єкта господарювання на ринку є отримання фінансового результату, а саме прибутку, в тих оптимальних розмірах, які могли б задовольнити потреби його власника.

В умовах реформування економіки маємо тенденцію до значного зниження рівня рентабельності, що зумовлює підприємств отримувати значні збитки. Отже, задля здійснення ефективного управління функціонування підприємства необхідно здійснювати прогноз його прибутковості, вдосконалювати методологію щодо оцінювання його результативності, що безпосередньо буде актуальним для подальшої діяльності та розвитку даного суб'єкта господарювання.

Застосування та удосконалення системи управління прибутком на торговельному підприємстві в сучасних умовах господарювання потребує, в обов'язковому порядку, впровадження кардинальних змін в організації бухгалтерського обліку задля задоволення потреб внутрішніх користувачів – управлінців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні, методичні та практичні аспекти управління формуванням та використанням прибутку торговельних підприємств представлені в наукових працях таких вітчизняних економістів, як: І.К.Балабанов, І.О.Бланк, В.І.Блонська, М.М.Бердар, Н.Б. Бідник, А.В. Бондарюк, Л. О.Лігоненко, А.Р.Мазаракі, Л.В.Семерунь, А.М. Поддєрьогін., В.В.Худа та ін.

Метою статті є дослідження економічного змісту поняття «прибуток», «управління прибутком підприємства», визначення концептуальних підходів та особливостей формування і використання прибутку торговельного підприємства, а також надання рекомендацій щодо запровадження схеми ефективного управління ним.

Виклад основного матеріалу. Останніми роками Україну, як і інші держави, інтегровані в світову економіку, охопила світова криза, наслідком якої стало зниження економічної активності підприємств та рівня життя населення. В цих умовах прибуток торговельного підприємства слугує не лише джерелом фінансування його розвитку, чи засобом ведення подальшої господарської діяльності, а й є тією рушійною силою, що здатна підвищити рівень життя суспільства через задоволення потреб усіх зацікавлених груп впливу. Проблематика щодо ефективного управління прибутком торговельних підприємств на сьогоднішній момент є актуальною в сучасних дослідженнях, адже вона прагне до забезпечення стабільності господарської діяльності

та конкурентоспроможності самого підприємства.

Безперечна впливовість прибутковості займає особливу роль у системі безпосереднього управління підприємством. Прийняття рішень у сфері організації виробництва, технічного оснащення та розвитку підприємства, розширення діяльності, управління кадровим персоналом, фінансового управління і виконання поточних завдань, в будь-якому разі знаходять своє відображення у змінах розміру прибутку.

В таких умовах господарювання безпосередній процес управління прибутком виходить на перший план основних завдань в роботі торговельного підприємства і потребує постійного вдосконалення та адаптації до швидкозмінного ринкового середовища.

В процесі розвитку економічної думки торговельний прибуток розглядався представниками багатьох наукових шкіл.

Велику роль у розробці теорії прибутку відіграли представники класичної політекономії А. Сміт і Д. Рікардо. Вони відокремили поняття прибутку в особливу економічну категорію. Так, А. Сміт розглядав прибуток як результат праці найманих робітників.

Д. Рікардо на мав ціль з'ясувати проблему пошуку джерел прибутку, мав схильність до ототожнення понять «додаткова вартість» та «середній прибуток».

А. Сміт ототожнював прибуток і дохід, порівнював його з винагородою за надані послуги з капіталу (тобто засобів виробництва). Концепція прибутку не мала цілісних обрисів.

Поддерьогін А.М. визначав прибуток як частину заново створеної вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу. Таким чином, ставиться наголос на необхідність процесу реалізації виробленого продукту за кошти [7, с.95].

Отже, прибуток – це найважливіший показник, що характеризує фінансовий результат діяльності підприємства. Всі учасники торговельного виробництва зацікавлені у збільшенні рівня прибутковості. Якщо відбувається зростання прибутку, то це напряму має вплив на зростання потенційних потужностей, підвищує його ділову активність. Прибуток дозволяє визначити частку доходів засновників та власників підприємства, безпосередній розмір дивідендів, який буде отриманий власниками акцій. Також дозволяє визначити рентабельність власних і залучених коштів, авансованого капіталу, основних засобів. Прибуток виступає вимірником фінансового здоров'я підприємства, так як дає можливість оцінити рентабельність вкладень засобів в активи підприємства.

Якщо торговельне підприємство втратить інтерес до збільшення прибутковості, це стане тривожним сигналом та може призвести до зменшення податкових платежів у бюджет, що, відповідно, відобразиться на заробітній платі, та на використанні капіталу такого підприємства.

Тактика та стратегія управління повинні стати об'єктом дослідництва у сфері управління прибутком торговельних підприємств.

Таблиця 1.
Визначення поняття «прибуток» різними авторами

Автори	Визначення поняття «прибуток»
Податковий Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-УІ. Дата оновлення 14.10.2020.	Прибуток із джерелом походження з України та за її межами - визначається шляхом зменшення суми доходів звітного періоду (визначених згідно зі статтями 135 - 137 Податкового Кодексу), на собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг та суму інших витрат звітного податкового періоду (визначених згідно зі статтями 138 - 143 Податкового Кодексу), з урахуванням правил, встановлених статтею 152 Податкового Кодексу [8]
П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати»	Прибуток - сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати
Мних Є.В.	Прибуток - це сума коштів, на яку дохід підприємства перевищує витрати
Бандурка О.М.	Прибуток підприємства - це перевищення доходів, від його діяльності над сумою видатків, він являє собою єдину форму його власних нагромаджень
Заруба О.Д.	Прибуток - це економічна категорія, різниця між валовим виторгом (без податку на додану вартість і акцизного збору) та витратами на виробництво і реалізацію продукції
Савицька Г.В.	Прибуток - це частина чистого доходу, створеного в процесі виробництва та реалізованого в сфері обігу, який безпосередньо отримують підприємства

На думку В.І. Блонської та П.П. Адамовича під управлінням прибутком підприємства потрібно розуміти побудову системи управління, що враховує тактичні та стратегічні аспекти управління, спрямована на підвищення кінцевих результатів діяльності суб'єкта господарювання, яка розглядається як сукупність взаємопов'язаних елементів, кожен з яких виконує певну роботу, спільна дія котрих забезпечує досягнення механізму отримання прибутку заданої величини [5].

Взагалі, під управлінням розуміється сукупність прийомів, форм і методів цілеспрямованого впливу на об'єкт з метою досягнення конкретних цілей [4, с.126]. Деталізоване дослідження вже існуючих підходів до

основних аспектів специфіки управління прибутком на торговельних підприємствах дає можливість зазначити, що ця сфера на сьогодні являється дискусійною (таблиця 2).

Таблиця 2.
Трактування терміну «управління прибутком» вітчизняними науковцями

Автор	Трактування поняття
Блонська В.І.	Представляє побудову системи управління, що враховує тактичні та стратегічні аспекти управління, спрямована на підвищення кінцевих результатів діяльності суб'єкта господарювання, яка розглядається як сукупність взаємопов'язаних елементів, кожен з яких виконує певну роботу, спільна дія котрих забезпечує досягнення механізму отримання прибутку заданої величини [5, с.171].
Бланк І.О.	Процес розроблення і прийняття управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу і використання [4, с.48]
Худа В.В.	Являє собою цілеспрямований, систематичний процес підготовки, оцінки, відбору та реалізації альтернативних управлінських рішень з усіх питань його формування, розподілу та використання на конкретному торговельному підприємстві» [9, с.12]

Джерело: [на основі даних 4,5,9]

Також, варто врахувати думку М. Бердара [2], що «прибуток настільки складний, інтегральний, багатоаспектний економічний об'єкт, що залежить від впливу великої кількості факторів, тому система формування і розподілу прибутку має враховувати всі теоретичні підходи».

Якщо говорити про концептуальні підходи до управління прибутком торговельного підприємства, то доречно виділити: системний, ситуаційний та процесний підходи. Це підкреслить значимість управління прибутком торговельного підприємства на всіх етапах його формування і використання, а також наголосить на необхідності враховувати такі фактори, як ризикованість та вплив зовнішніх загроз.

Отже, основною ціллю управління прибутком торговельного підприємства потрібно визначити максимізацію та оптимізацію величини чистого прибутку, а також стабільне його формування у часовому розрізі.

Загалом, система управління прибутком торговельних підприємств, має складну структуру, яка характеризується різноманітними елементами та досить обтяжливими взаємозв'язками між ними, постійними змінами підсистем, на які безпосередній вплив мають умови зовнішнього середовища, цілі підприємства, мотиваційні механізми в діяльності підприємства. Центральний механізм управління прибутком виступає як центральний елемент системи управління прибутком.

Отже, до пріоритетних завдань управління прибутком торговельного підприємства відносять:

- розробку стратегічних дій щодо управління прибутком;
- впровадження методів формування прибутку торговельного підприємства;
- врахування таких чинників, як планування та прогнозування, надання оцінки та впровадження контрольних дій щодо формування, розподілу та використання прибутку;
- використання дієвих інформаційних систем, задля забезпечення обґрунтованих управлінських рішень та пошуку альтернативних варіантів;
- запровадження організаційних структур, які допоможуть у прийнятті управлінських рішень щодо питань формування та використання прибутку торговельних підприємств.

Аналізуючи теоретичні концепції та практичні засади щодо управління підприємствами, необхідно дотримуватися наступних принципів [1]:

- принцип об'єктивної необхідності;
- принцип безперервності;
- принцип системності;
- принцип інтеграції;
- принцип оптимальності;
- принцип відповідальності. ;
- принцип інформаційної забезпеченості.

Система управління прибутком має орієнтуватись на зростання вартості підприємства та наголошувати на послідовному виокремленні факторів вартості, які є головуючими для торговельного підприємства та, які поділяються за трьома рівнями управління: 1 – загальний (підкреслюється залежність рентабельності інвестицій від прибутку та показника інвестованого капіталу); 2 – специфічний (відповідає рівню самого підприємства); 3 – оперативний (узгоджуються вплив факторів вартості з рішеннями менеджерів середньої та низової ланки).

Таке виокремлення факторів встановлює зв'язок між фінансовими показниками, дозволяє дослідити та оцінити їхню динаміку та безпосередній вплив на вартість підприємства.

Отже, орієнтація торговельного бізнесу на максимізацію вартості підприємства може кардинально змінити вектор управління прибутком на всіх етапах формування фінансової стратегії підприємства.

Система управління прибутком торговельного підприємства формується у внутрішньому середовищі самого підприємства, і визначає основні аспекти прийнятих управлінських рішень. Формування, розподіл та використання прибутку може визначатися безпосередньо вимогами статуту, внутрішніми нормативами, тобто цільовою

управлінською політикою в сфері управління прибутковістю.

Розробка альтернативних варіантів тактичних і стратегічних завдань виступає одним із основних елементів системи управління, що дає можливість здійснювати моделювання різноманітних альтернативних варіантів у концепції управління прибутком із загальною системою управління підприємством.

Підприємства роздрібно́ї торгівлі здійснюють управління прибутком, як правило, на короткостроковий період. Це дає можливість визначити прибутковість підприємства, яка в змозі забезпечити обсяг реалізації товарів відповідно до купівельної спроможності населення.

У процесі здійснення його торговельної діяльності, підприємство витрачає різні види ресурсів, серед яких: матеріальні, нематеріальні, трудові та фінансові. До операційних активів можна віднести: матеріальні, нематеріальні та фінансові активи і вони являють собою майно підприємства, яке належить самому підприємству на правах власності або контролюється ним.

Безпосередньо «жива праця» необхідний елемент для життєдіяльності підприємства, тому частина в концепції управління ресурсами по праву належить управлінню персоналом, метою якого є формування складу, а також чисельності працівників, які повинні відповідати напрямку та обсягу діяльності самого підприємства, а також повинні сприяти виконанню основних завдань та розвитку підприємства в майбутньому.

При формуванні системи управління прибутком виокремлені наступні елементи: управління процесом реалізації товарів; управління постачанням.

Управління процесом реалізації товарів є одним із основних елементів системи управління прибутком торговельного підприємства.

Управління постачанням – це раціональна організація постачання і збуту, значною мірою зумовлює на підприємстві підвищення оборотності товару, зростання продуктивності праці, зниження ціни реалізації товарної продукції, збільшення прибутку та рентабельності.

Основним завданням підприємства з організації та управління постачанням є своєчасне, безперебійне та комплексне постачання підприємства всіма необхідними матеріальними ресурсами для здійснення торговельного процесу. При цьому сам процес постачання має здійснюватися при мінімальних транспортно-складських витратах і найкращому використанні матеріальних ресурсів на підприємстві.

Щоб допомогти торговельному бізнесу та підвищити ефективність його роботи пропонується застосувати наступні заходи, такі як:

1. Управління процесом ціноутворення. Цінова політика є не тільки однією зі складових системи управління прибутком підприємства, але і найважливішим механізмом, що забезпечує багато пріоритетів його економічного розвитку. Від цінової політики залежить формування іміджу підприємства серед споживачів, обсяг його товарообігу, а також рівень його фінансового стану загалом. Цінова політика – це дієвий інструмент конкурентної боротьби на ринку роздрібно́ї торгівлі. Конкретний рівень цін на продукцію, встановлений у процесі формування цінової політики, прямо впливає на суму прибутку від реалізації.

У процесі формування цінової політики підприємству необхідно дотримуватися основного принципу – забезпечення її зв'язку із загальною політикою управління прибутком і пріоритетними цілями здійснення діяльності, отже, цінова політика повинна розглядатися як найважливіша частина загальної політики управління підприємством на окремих етапах її реалізації, а її цілі повинні відповідно кореспондувати з обраними пріоритетними цілями розвитку діяльності підприємства.

2. Управління структурою і асортиментом товару, що реалізується. Асортиментна політика – це одна з найважливіших складових конкурентної стратегії компанії. Вирішення питання про розширення/звуження асортименту реалізованого товару залежить від низки певних умов: галузь підприємства, сфера діяльності, група товарів та інші кон'юнктурні складові ринку. Але залежності та загальні правила можуть і повинні бути зазначені та сформульовані на підставі аналізу розвитку і стану наявних сегментів ринку (зовнішні чинники) та фінансових змін, які трапляються всередині компанії (тобто внутрішні чинники). Обрання певної асортиментної стратегії повинно здійснюватися на підставі оцінки змін грошових потоків, зумовлених зміною асортименту, а крім того, прогнозу стану грошових потоків у перспективі. Кожне збільшення асортименту в будь-якому разі сприяє зростанню витрат.

Разом із тим, сприятливі фінансові результати від змін в асортименті можуть з'явитися лише у майбутньому. Іноді метою розширення асортименту може бути реклама. У такому випадку розширення асортименту слід розглядати, як і інші операційні витрати – з погляду їх впливу на грошові потоки та фінансові результати [6].

За будь-яких умов головний критерій під час оцінювання рішення стосовно розширення асортименту товарів, які реалізуються (незалежний і новий вид товару чи іміджевий продукт), або щодо зменшення наявної товарної номенклатури – вивчення фінансових результатів і грошових потоків, одержаних завдяки таким змінам.

3. Управління маркетинговою діяльністю. У ринковій економіці необхідність вивчення ринку неможливо переоцінити. Своєчасне отримання інформації про кон'юнктуру товарного ринку дозволяє уникнути збитків і втрачених можливостей, пов'язаних із розширенням ринку збуту товарів. Саме маркетингові дослідження дають найбільш точну інформацію про потреби споживачів у тих чи інших видах продукції і про рівень цін на неї. Ефективне управління маркетинговою діяльністю допомагає скоординувати роботу всього підприємства у цілому та окремих його підрозділів, що безпосередньо впливає на розмір отриманого прибутку.

4. Управління витратами. Торговельна діяльність підприємства з моменту його створення пов'язана зі

здійсненям різноманітних витрат: трудових, матеріаломістких, нематеріальних і фінансових ресурсів у процесі закупівлі чи реалізації товару.

5. Управління ризиками. Торгівельна діяльність підприємства пов'язана з численними ризиками, рівень яких підвищується з розширенням обсягу і диверсифікацією цієї діяльності, з прагненням підвищити рівень прибутку. Ризики, що супроводжують цю діяльність, формують великий портфель ризиків. Ризики – це ймовірність виникнення непередбачених майнових або фінансових втрат, що генерується невизначеністю внутрішніх і зовнішніх умов здійснення торговельної діяльності підприємства. Існування ризиків зумовлює необхідність постійного управління ними. Управління ризиком розглядається як невід'ємна частина всієї системи управління прибутком, що зумовлено високим ступенем зв'язку між рівнем прибутку та рівнем ризиків, які носять прямий характер [6].

Впровадження основних етапів реалізації стратегії управління прибутком торговельного підприємства наведено в таблиці 3.

Таблиця 3.
Розробка стратегії управління прибутком торговельного підприємства

Етапи	Основна характеристика
1 етап	Визначення оптимальної суми прибутку, яка знаходиться у взаємозалежності зі стратегічними завданнями та їх виконанням щодо функціонування підприємства і його перспектив розвитку на майбутнє
2 етап	Удосконалення асортименту продукції, обґрунтування цінової політики, що відповідає потребам і бажанням споживачів і забезпечить максимальний попит
3 етап	Забезпечення необхідного обсягу ресурсів, підтримання мінімального обсягу витрат
4 етап	Управління валовими доходами при застосуванні мінімальних валових витрат
5 етап	Порівняння рівня отриманого прибутку до його оптимального рівня та при позитивному результаті прийняття управлінських рішень щодо виконання стратегії

Джерело: [на основі даних 4]

До основних завдань щодо розробки стратегії управління прибутком торговельного підприємства можна віднести створення організаційного забезпечення, яке необхідне для ефективного прийняття та реалізації здійснення управлінських рішень. Це стосується формування і використання одержуваного прибутку на різних рівнях. Даний механізм повинен включати в себе формування інформаційних систем з можливістю застосування варіацій прийняття управлінських рішень.

Функціонування даної стратегії є ефективним в умовах постійної взаємодії як внутрішнього, так і зовнішнього середовища торговельного підприємства.

Висновки. Прибуток підприємства представляє собою економічну величину, яка виступає основною метою діяльності підприємств будь-якої форми власності. При розробці стратегії управління прибутком особливо важливо враховувати всі фактори подальшого розвитку для оптимального і обґрунтованого визначення величини прибутку та забезпечення його повноти.

Управління прибутком – це процес вироблення і прийняття управлінських рішень, які виходять саме з його формування, розподілу та використання на підприємстві. Необхідність ефективного й безперервного управління підприємством здебільшого залежить саме від наявності і величини прибутку в його подальшому розвитку й забезпеченні зацікавленості як власників, так і працівників.

Отже, основною метою системи управління прибутком є забезпечення та утримання добробуту власників підприємства у поточному і майбутньому періодах.

Список літератури.

1. Баранцева С. Стратегія управління прибутком як регулятор діяльності підприємства / С. Баранцева // Торгівля і ринок України. – 2008. – № 14. – Т. 2. – С. 81–86.
2. Бердар М.М. Формування механізму управління прибутком підприємства / М.М. Бердар // Управління проектами, системний аналіз і логістика. – 2008. – № 5. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Upsal/2008_5/08bmmmie.pdf
3. Бідник Н.Б. Стратегія управління прибутком підприємства / Н.Б. Бідник // Економіка України. – 2009. – № 7. – Т. 2. – С. 97–99.
4. Бланк І.А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 2007.–768 с.
5. Блонська В.І. Вдосконалення системи управління розподілом та використанням прибутку підприємства / В.І. Блонська, П.П.Адамович // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип.20.7 –С. 92–104.
6. Верхоглядова Н. І. Зміст та значення прибутку як головної рушійної сили ринкової економіки / Н.І.Верхоглядова, С. Б. Ільїна, В. П. Шило // Економічний простір. – 2008. – № 18. – С. 237–245.
7. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств / А.М. Поддєрьогін. – К.: КНЕУ, 2002.–571 с.
8. Податковий кодекс України. Закон України від 02.12.2010 №2755-VI. Дата оновлення 14.10.2020. Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2755-17>(дата звернення 28.10.2020).
9. Худа В.В. Управління прибутком торговельних підприємств: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 – "Економіка та управління підприємствами" / В.В. Худа. – К.: Вид-во "Лібра", 2007. – 22 с.

References.

1. Barantseva, S. (2008), "Profit management strategy as a regulator of enterprise activity", *Torhivlia i rynek Ukrainy*, issue 14, vol. 2, pp. 81–86.
2. Berdar, M.M. (2008), "Formation of the mechanism of profit management of the enterprise", *Upravlinnia proektamy, systemnyi analiz i lohistyka*, vol. 5, [Online], available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Upsal/2008_5/08bmmmie.pdf (Accessed 28 Oct 2020).
3. Bidnyk, N.B. (2009), "Profit management strategy of the enterprise", *Ekonomika Ukrainy*, issue 7, vol. 2, pp. 97–99.
4. Blank, I.A. (2007), *Upravlenie pribyl'ju* [Profit management], Nika-Centr, Kyiv, Ukraine, P. 768.
5. Blonska, V.I. and Adamovych, P.P. (2010), "Improving the management system of distribution and use of enterprise profits", *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, vol.20.7, pp. 92–104.
6. Verkhohliadova, N. I. Ilina, S. B. and Shylo, V. P. (2008), "The content and significance of profit as the main driving force of the market economy", *Ekonomichnyi prostir*, vol. 18, pp. 237–245.
7. Poddierohin, A.M. (2002), *Finansy pidpriemstv* [Finance of enterprises], KNEU, Kyiv, Ukraine, P. 571.
8. The Verkhovna Rada of Ukraine (2010), The Law of Ukraine "Tax Code of Ukraine", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2755-17> (Accessed 28 Oct 2020).
9. Khuda, V.V. (2007), "Profit management of trade enterprises", Ph.D. Thesis, 08.00.04 – "Economics and management of enterprises", Vyd-vo "Libra", Kyiv, Ukraine, P.22.

Стаття надійшла до редакції 29.11.2020 р.