

these enterprises operate. A structured logical model of the environmental costs classification is worked out. The relationship between costs classification and cost controlling at the enterprises of mining complex is set up.

Key words: *mining complex, patterns of industrial structure, classification, cumulative costs, environmental costs, improvement.*

Цель. *Цель статьи состоит в систематизации современных научных достижений в области группировки общих и экологических затрат предприятий горно-обогатительного комплекса и в усовершенствовании их классификации с учетом отраслевых особенностей.*

Методы. *При подготовке статьи использованы общие и специальные методы научного исследования экономических процессов, в частности обобщения и абстрагирования, индукции и дедукции, сравнения, группировки, анализа и синтеза, логичный метод, исторический метод, диалектический метод и др.*

Результаты. *Определены специфические особенности формирования затрат предприятий горно-обогатительного комплекса. Проведен критический анализ современных научных достижений в области систематизации затрат предприятий данного комплекса. Усовершенствована классификация общих и экологических затрат с учетом отраслевых особенностей функционирования предприятий комплекса. Разработана структурно-логическая модель группировки экологических затрат. Установлена связь между усовершенствованием классификации затрат и улучшением техники управления затратами на предприятиях комплекса.*

Ключевые слова: *горно-обогатительный комплекс, отраслевые особенности, классификация, общие затраты, экологические затраты, усовершенствование.*

УДК 658.1:005.21'51(083.92)(045)

Єрмак С.О.,
канд. екон.наук, доц.¹
Бугаєнко О.В.,
студентка²

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: svetlanaermak@mail.ru¹,
e-mail: canek3003@mail.ru²

СТРАТЕГІЧНЕ ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ЛАКТИС»

Yermak S.,
Candidate of Economics,
Associate Professor¹
Buhaienko O.,
student²

Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,,
e-mail: svetlanaermak@mail.ru¹,
e-mail: canek3003@mail.ru²

STRATEGIC FINANCIAL PLANNING OF INDUSTRIAL ENTERPRISES ACTIVITIES EVIDENCE FROM PJSC «LAKTIS»

Мета. *Метою статті є вивчення теоретичних та практичних аспектів стратегічного планування фінансових результатів виробничих підприємств.*

Методи. *У процесі дослідження були застосовані методи систематизації та узагальнення, стратегічного планування при плануванні фінансового результату, економіко-математичного й економіко-статистичного аналізу при обґрунтуванні конкурентної стратегії.*

Результати. Проаналізовано основні проблеми стратегічного фінансового планування; виявлено принципи, застосування яких є гарантією мінімізації помилок при плануванні; розглянуто переваги стратегічного фінансового планування; заплановано фінансові результати діяльності підприємства із використання різних методів планування: економіко-статистичного, прямого рахунку, нормативного, метода «CVP» та метода цільового моделювання прибутку.

Ключові слова: виробничі підприємства, планування, фінансові результати, молочна галузь, конкуренція, господарська діяльність, методи планування.

Постановка проблеми. Наразі вітчизняним підприємствам не обійтись без планування своєї діяльності для того, щоб мати достатню конкурентоспроможність на ринку. Усі підприємства прагнуть отримання якомога більшого прибутку, тож є нагальна потреба в аналізі діяльності підприємства із визначенням доцільності витрат та оптимальності розподілу фінансових результатів. У той же час найважливішою складовою планово-аналітичної роботи підприємств є розробка регулярних виробничих і фінансових планів. Планування сприяє зменшенню нераціонального використання коштів підприємства завдяки своєчасному плануванню господарських операцій, товарно-матеріальних і фінансових потоків, контролю за їх реальним здійсненням.

Найбільш гостро стоїть проблема впровадження ефективної системи аналізу й планування перед промисловими підприємствами. У промисловості цикл обороту капіталу є найбільш «представницьким» у порівнянні з усіма іншими галузями економіки. Він містить і стадію постачання (закупівля матеріальних ресурсів), і стадію виробництва, і стадію зберігання та збуту виробленої продукції, а також розрахунків із контрагентами як на залучені сировини і матеріали, так і з реалізованої продукції. Цим промислові підприємства відрізняються від торгових та підприємств банківської сфери, де виробничий процес відсутній. Стратегічне, як і оперативне, фінансове планування вимагає ведення ефективного управлінського обліку і планування руху товарно-матеріальних і фінансових ресурсів підприємства на всіх стадіях фінансового циклу. Кожна стадія фінансового циклу є одним із факторів утворення кінцевих фінансових результатів (прибутку) підприємства, і чим більше «ланок» в кругообігу капіталу підприємства, тим більш детальною і розгорнутою повинна бути система стратегічного фінансового планування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сутність, формування та планування фінансових результатів підприємства розглядалася багатьма вченими, тому ця тема є важливою для кожного підприємства та для держави в цілому. Упродовж тривалого часу такі вчені, як: П. Самуельсон, Й. Шумпетер, Т. Мен, У. Петті, А. Сміт та інші торкалися у своїх роботах понять «прибуток», «збиток». Також вивченню фінансових результатів підприємств та питанням стратегічного фінансового планування приділяли увагу такі вітчизняні вчені, як: О. Бабіцька, Ю. Греченко, Р. Криницький, Л. Лахтіонова, П. Попович, О. Олійник, А. Шеремет, О. Висока, Л. Сук, М. Дем'яненко, В. Швець та інші.

Мета статті. Метою статті є вивчення теоретичних та практичних аспектів стратегічного планування фінансових результатів виробничих підприємств.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі економічного розвитку України в умовах реальної самостійності суб'єктів господарювання все більшого значення набуває реалізація принципів самоокупності та самофінансування. Основним чинником їх реалізації є формування таких фінансових результатів, які одночасно завершують цикл діяльності підприємства та виступають в якості необхідної умови наступного циклу. Провідна роль фінансових результатів полягає в тому, що вони забезпечують зміцнення бюджету держави, сприяють інвестиційній привабливості, діловій активності підприємств у виробничій та фінансовій сферах. Кожне підприєм-

ство, яке здійснює фінансово-господарську діяльність, повинне самостійно фінансувати всі напрямки своїх витрат відповідно до виробничих планів, розпоряджатися наявними фінансовими ресурсами, вкладаючи їх у виробництво продукції з метою одержання кінцевого результату – прибутку [1, с. 188].

Низький рівень якості стратегічного фінансового планування в Україні призводить до прийняття неналежно обґрунтованих управлінських рішень, а отже, до неочікуваних і, нерідко, небажаних результатів. виправити таке становище у стратегічному фінансовому плануванні можна лише у разі чіткого дотримання принципів. До таких принципів належать [2, с. 30]:

1. Цільова спрямованість, тобто ті цілі та програми, які відображають основну мету функціонування підприємства.

2. Принцип системності, його суть полягає в тому, що планування має охоплювати всі сфери діяльності підприємства, всі тенденції, зміни та зворотні зв'язки в його системі.

3. Принцип безперервності означає підтримування безперервної планової перспективи, формування і періодичну зміну горизонту планування, що залежить від загальних соціально-політичних та економічних передумов, темпів науково-технічного прогресу в галузі, тривалості впливу управлінських рішень, ступеня передбачуваності майбутнього.

4. Забезпечення оптимальності використання наявних ресурсів. Використання ресурсів підприємства має орієнтуватися на потреби, умови і кон'юнктуру ринку, інтенсифікацію виробництва, впровадження досягнень науково-технічного прогресу, максимально повну реалізацію існуючих резервів, краще застосування предметів і знарядь праці, організацію виробництва тощо.

5. Принцип збалансованості, тобто необхідна і достатня кількісна відповідність між взаємопов'язаними розділами і показниками плану. Він вимагає також планування ресурсного забезпечення готовності до швидкої та адекватної реакції на зміни в умовах господарювання.

6. Принцип адекватності, тобто, в умовах ринкового середовища, методи планування, показники та розділи планів, організація самого процесу їх розробки повинні постійно переглядатися, а в разі необхідності – формуватися і застосовуватися поліпшені чи принципово нові методи і процедури планування.

Дослідження показали, що на сучасних вітчизняних підприємствах існують такі проблеми, пов'язані з організацією системи фінансового планування [3, с. 22–23]:

- нереальність фінансових планів, що викликано, як правило, необґрунтованими даними щодо збуту, питомої ваги коштів у розрахунках, заниженими термінами погашення дебіторської заборгованості, надмірними потребами у фінансуванні;

- оперативність складання планів, це спричинено відсутністю чіткої системи підготовки і передачі планової інформації з відділу до відділу, необхідністю тривалих процедур їх ітераційного узгодження, недостовірністю інформації; внаслідок відсутності чітких внутрішніх стандартів формування фінансових планів виникає третя проблема – «непрозорість» планів для керівництва;

- відрив довгострокових фінансових планів від короткострокових;

- реалізація планів та їхня комплексність. Реалізація планів – ступінь їх виконання з точки зору забезпечення необхідними фінансовими і матеріальними ресурсами, відсутність дефіцитів. Комплексність планів означає, що, крім фінансових розділів плану за доходами і витратами, необхідні також реальні плани за прибутками і збитками, рухом заборгованості, плановим балансом.

Але поряд із недоліками існують істотні переваги стратегічного фінансового планування, згідно із роботами зарубіжних дослідників основними є такі:

- можливість обрати нову логіку майбутнього розвитку;

- використовується як ефективний спосіб підвищення здатності організації

долати зміни;

- поліпшує координацію діяльності підприємства та мінімізує нераціональні дії щодо подолання несподіваних змін;
- забезпечує більш ефективний розподіл ресурсів;
- сприяє цілісному, комплексному підходу до підприємства і його оточення;
- надає співробітникам бачення перспективи підприємства;
- поділяє відповідальність не лише за напрямками діяльності, а й за поточною та майбутньою діяльністю [4, с. 149].

Важливим для стратегічного планування є характеристика та оцінка конкурентних переваг підприємства, тобто його сильних сторін, які забезпечують перевагу над конкурентами і є дуже важливими для цільового ринку.

Виділяють три основні конкурентні переваги:

- організаційні (досвід маркетингової діяльності; оргструктура управління маркетингом, умови ефективної взаємодії маркетингової служби з іншими структурними підрозділами і т. п.);
- функціональні (знання споживачів, їхніх запитів і переваг у розрізі цільових ринків (сегментів); конкурентоспроможність товарів, ефективний розподіл, ефективна збутова політика, гнучка політика цін, дійова комунікаційна політика тощо);
- засновані на взаємовідносинах із зовнішнім середовищем, які можна досягти, якщо сформовано відносини оптимальної взаємодії із чинниками як макросередовища, так і чинниками мікросередовища безпосереднього оточення [5].

Практичне застосування стратегічного планування продемонструємо на прикладі підприємства ТОВ «ЛАКТИС»

У ході дослідження було виявлено, що серед основних стратегій розвитку ПАТ «ЛАКТИС» слід обрати стратегію внутрішнього зростання, оскільки головною ідеєю даної стратегії є поліпшення характеристик свого продукту або вироблення нового, не змінюючи при цьому галузі. Серед базових стратегій підприємству слід дотримуватись стратегії оптимальних витрат, яка дозволяє створювати винятково цінні для покупців товари, балансує між стратегіями низьких витрат і диференціації. Підприємству слід застосовувати стратегію конкурентної боротьби – мешканця ринкової ніші. Альтернатива положенню послідовника на великому ринку – лідерство на відносно обмеженому ринку або в ринковій ніші. Невеликі компанії, як правило, уникають конкуренції з компаніями-лідерами, обживаючись на ринках, що не являють особливого інтересу для гігантів. Для наглядного зображення розробленого набору базових стратегій підприємства побудуємо стратегічний куб ПАТ «ЛАКТИС» зображений на рисунку 1.

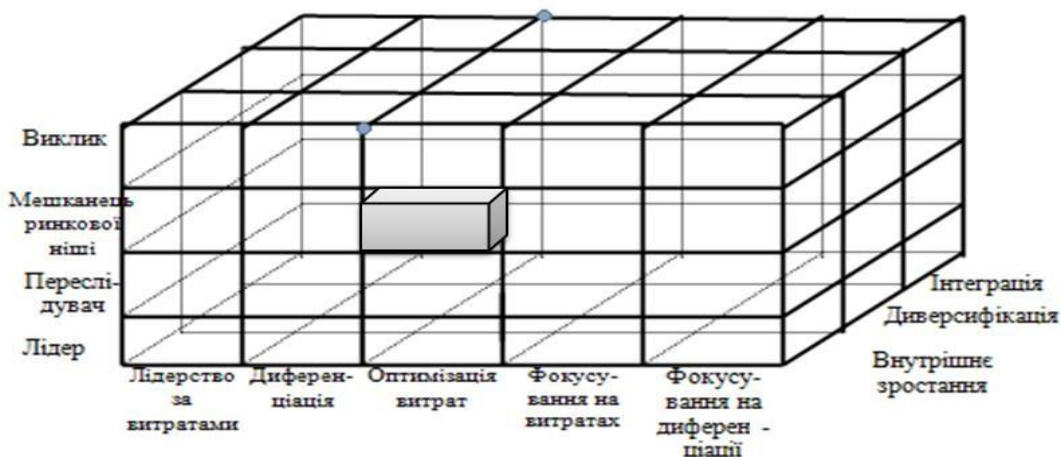


Рисунок 1. Стратегічний куб ПАТ «ЛАКТИС»

«Стратегічна поляна» являє собою «поле стратегічних рішень» щодо отримання певних, попередньо визначених результатів, в межах обраної стратегії. Верхня межа діаграми дає подання за запланованим значенням збільшення обсягу прибутку підприємства на попередні роки, нижня межа – фактичне значення обсягу реалізації. Поле між верхньою й нижньою межами діаграми є «полем стратегічних рішень» підприємства, тобто рішень, які повинні прийняти керівники підприємства для розв’язання проблем з метою наближення наявних тенденцій в бажані параметри розвитку підприємства (рис. 2). Вихідні дані згруповано в таблиці 1.

Таблиця 1 – Вихідні дані для визначення «стратегічної поляни»

Показники	Од. вим.	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Прибуток від операційної діяльності	тис. грн.	3120	-1399	-1555	1311	-1227	-3280
Необхідний мінімальний прибуток	тис. грн.	4000	3500	3500	3000	3000	3000
Стратегічна прогалина	тис. грн.	880	4899	5055	1689	4227	6280

Поле стратегічних рішень позначене лініями між прогнозованим розвитком і величиною зростання прибутку при реалізації стратегічного плану. Отже, для заповнення «стратегічного пробілу» керівництву ПАТ «ЛАКТИС» необхідно здійснити певний перелік заходів стратегічного характеру.

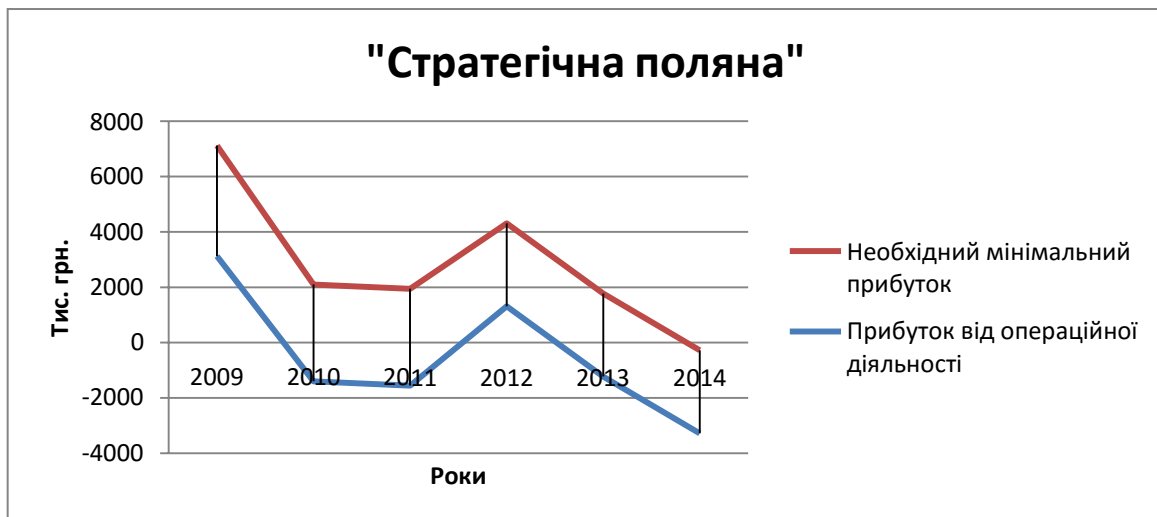


Рисунок 2. «Стратегічна поляна» ПАТ «ЛАКТИС»

Далі перейдемо до аналізу діяльності підприємства за допомогою методу SPACE з використанням довірчих інтервалів та визначимо характер стратегій підприємства (табл. 2 та рис. 3).

Для визначення характеру стратегій в системі координат побудуємо трикутник, вершинами якого будуть початок координат, точки $P_1(x_1; y_2)$ та $P_2(x_2; y_1)$. Визначення координат точок здійснюється за формулами:

$$P_1(x_1; y_2) = [ПГ_1; ПГ_2] - [КП_1; КП_2]$$

$$P_2(x_2; y_1) = [ФС_1; ФС_2] - [СГ_1; СГ_2]$$

Таблиця 2 – Визначення характеру поведінки ПАТ «ЛАКТИС» на ринку

Критерії	Оцінка в балах (1-10)	Вага	Зважена оцінка в балах
<i>Фінансова сила підприємства</i>			3,6-4,6
Рентабельність вкладеного капіталу	4-5	0,3	1,2-1,5
Стабільність отримання прибутку	3-4	0,4	1,2-1,6
Ліквідність	4-5	0,3	1,2-1,5
<i>Конкурентоспроможність підприємства</i>			2,5-3,5
Частка підприємства на ринку	2-3	0,3	0,6-0,9
Можливість активного впливу на рівень цін і витрат	2-3	0,2	0,4-0,6
Рентабельність продажу	3-4	0,5	1,5-2,0
<i>Привабливість галузі</i>			6,3-7,6
Характеристика конкурентної ситуації	6-7	0,4	2,4-2,8
Стадія життєвого циклу галузі	6-8	0,3	1,8-2,4
Залежність розвитку галузі від кон'юнктури	7-8	0,3	2,1-2,4
<i>Стабільність галузі</i>			6,0-7,4
Тривалість життєвого циклу галузі	7-8	0,3	2,1-2,4
Ступінь інноваційності галузі	5-6	0,3	1,5-1,8
Маркетингові та рекламні можливості	6-8	0,4	2,4-3,2

За даними таблиці 3 розрахуємо значення координат точок P_1 та P_2 :

$$P_1(x_1; y_2) = [6,3; 7,6] - [2,5; 3,5] = [3,8; 4,1]$$

$$P_2(x_2; y_1) = [3,6; 4,6] - [6,0; 7,4] = [-2,4; -2,8]$$



Рисунок 3. Визначення характеру стратегії ПАТ «ЛАКТИС» методом SPACE

Отже, відповідно з розрахованими координатами вершин, трикутник потрапив до квадрантів «агресивна стратегія» та «захисна стратегія», що є свідченням того, що підприємство на даний момент використовує агресивну та захисну стратегії в залежності від зони діяльності.

На основі аналізу усіх даних можна розробити практичні реалізації щодо вдосконалення та розвитку конкурентної стратегії ПАТ «ЛАКТИС» і його взаємодії на ринку молочних продуктів. Для збільшення обсягів реалізації, збуту, покращення іміджу підприємства та розробки нової маркетингової політики доцільно:

- змінити функціонально-організаційну структуру відділів маркетингу, збуту та реклами;
- підвищити рекламну політику, вводячи нові рекламні проекти, та різновиди реклами;
- провести нову корпоративну стратегію зовнішнього оточення, яка дасть змогу задовольнити потреби споживачів, та вийти на нові ринки збуту;
- розширити асортимент продукції, ввести нові товари;
- зміцнити довіру до молочного товару у споживачів.
- Проаналізувавши та дослідивши основні показники, було заплановано фінансовий результат діяльності підприємства із використанням різних методів (табл.6).

Таблиця 6 – Прогноз фінансового результату на 2016 рік

Найменування методу	Звітний рік	Прогноз	Відхилення (тис.грн) (+,-)
Економіко-статистичний метод:			
- з використанням ковзної середньої	-4174	-1266,569	2907,431
- при використанні економетричної моделі	-4174	-2616,7	1557,3
- при використанні функції експоненціальне згладжування	-4174	-1654,344	2519,656
Метод прямого рахунку	-4174	-3356	818
Нормативний метод:			
- при нормі прибутку на власний капітал	-4174	-5986,9	-1812,9
- при нормі прибутку на оборотні активи	-4174	-4174,72	-0,72
- при нормі прибутку на одиницю реалізованої продукції	-4174	-4583,5	-409,5
Метод «СVP»	-4174	-6621,8	-2447,8
Метод цільового формування прибутку	-4174	-682,9	3491,1

Таким чином, дослідження показали, що різними методами можна отримати результат із досить суттєвою розбіжністю, що підтверджує розрахунок відхилення – від 3491,1 тис.грн до -2447,8 тис.грн. У той же час усі методи планування підтверджують, що у плановому році підприємство понесе збитки.

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що підприємство втрачає свої позитивні сторони ведення бізнесу, несе все більші втрати і подальша його діяльність буде нерентабельна, якщо керівництво підприємства своєчасно не застосує заходи щодо докорінної зміни політики виробництва, маркетингу, збуту продукції тощо.

Тож отримані результати дослідження можуть слугувати прикладом невдалого ведення бізнесу. Отже, важливість стратегічного фінансового планування діяльності набагато більше, ніж вважають деякі підприємці. Перевагою стратегічного планування є обґрунтованість запланованих показників, а також реалізація на практиці запланова-

них показників. Стратегічне планування дає змогу чітко розуміти куди вести свій бізнес, зменшує ризики у діяльності підприємства та інтегрує діяльність окремих підрозділів підприємства. У подальших дослідженнях доцільно зосередитись на розробці реальних заходів, спрямованих на покращення становища підприємства.

Список літератури / References

1. Дробишева О.О., Рижков А. Управління фінансовими результатами діяльності промислового підприємства / О.О. Дробишева, А. Рижков // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2013. – Випуск 5. – С. 188–196. – Режим доступу: <http://www.zgia.zp.ua/>.
 - Drobysheva, O.O., Ryzhkov A. (2013). *Upravlinnia finansovymy rezul'tatamy diial'nosti promyslovoho pidpriemstva* [Financial results of industrial enterprises activities management], *Ekonomichnyj visnyk Zaporiz'koi derzhavnoi inzhenernoi akademii*, issue 5, pp. 188-196. Available at: <http://www.zgia.zp.ua/>.
 2. Марцин В.С. Планування як основна складова процесу фінансової діяльності / В.С. Марцин // Фінанси України. – 2008. – № 4. – С. 23–31.
 - Martsyn, V.S. (2008). *Planuvannia yak osnovna skladova protsesu finansovoi diial'nosti* [Planning as a basic component of financing activities process], *Finansy Ukrainy*, no. 4, pp. 23–31.
 3. Жовновач Р.І. Планування діяльності підприємства / Р.І. Жовновач // Фінанси України. – 2004. – № 1. – С. 21–27.
 - Zhovnovach, R.I. (2004). *Planuvannia diial'nosti pidpriemstva* [Planning of the company activities], *Finansy Ukrainy*, no. 1, pp. 21–27.
 4. Квасній Л.Г. Теоретичні аспекти стратегічного управління підприємствами в умовах ринкової економіки. Науковий вісник національного лісотехнічного університету України : збірник науково-технічних праць / Квасній Л.Г. // Львів : НЛТУ України, 2008. — С. 149.
 - Kvasnij, L.H. (2008). *Teoretychni aspekty stratehichnoho upravlinnia pidpriemstvamy v umovakh rynkovoї ekonomiky* [Theoretical aspects of strategic management in terms of market economy], *Naukovyj visnyk natsional'noho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy: Zbirnyk naukovo-tekhnichnykh prats'*, L'viv, NLTU Ukraine, p. 149.
 5. Балабанова Л.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – К. : ВД Професіонал, 2006. – 448 с.
 - Balabanova, L.V. (2006). *Stratehichne upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv* [Strategic management competitiveness of enterprises], Kyiv, VD Profesional, p. 448.
- Дата надходження рукопису 10.04.2016 р.

Objective. *The objective of the article is to study the theoretical and practical aspects of the strategic planning of financial results of production plants.*

Methods. *In the course of the study methods of ordering and generalization of strategic planning in the planning of financial results, economic-mathematical, economic and statistical analysis of the justification of competitive strategy are used.*

Results. *The main problems of strategic financial planning are analysed; principles, the application of which is the guarantee of minimizing errors in planning are developed; the advantages of strategic financial planning are considered; financial results of the company for the use of different methods of planning are planned: economic and statistic, the direct account, regulatory, method of «CVP» and method of target profit simulation.*

Key words: *industrial enterprises, planning, financial results, the dairy products industry, competition, operations, planning methods.*

Цель. *Целью статьи является изучение теоретических и практических аспектов стратегического планирования финансовых результатов производственных*

предприємств.

Методика. В процесі дослідження були применені методи систематизації і обобщення, стратегічного планування при плануванні фінансового результату, економіко-математичного і економіко-статистичного аналізу при обґрунтуванні конкурентної стратегії.

Результати. Проаналізовані основні проблеми стратегічного фінансового планування; виявлені принципи, застосування яких є гарантією мінімізації помилок при плануванні; розглянуті переваги стратегічного фінансового планування; заплановано фінансові результати діяльності підприємства за використання різних методів планування: економіко-статистичного, прямого счета, нормативного, методу «СVP» і методу целевого моделювання прибутку.

Ключові слова: виробничі підприємства, планування, фінансові результати, молочна галузь, конкуренція, господарська діяльність, методи планування.

УДК 336.22

Каминський П.Д.,
канд. екон. наук, доц.

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: kaminsky75@ukr.net

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Kamynskyi P.,
Candidate of Economics,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and
Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: kaminsky75@ukr.net

EARNING POWER SURETY

Мета. Метою статті є дослідження теоретичних підходів до тлумачення економічної сутності прибутковості підприємства, та формулювання на цій основі практичних рекомендацій щодо розробки стратегії забезпечення прибутковості підприємства.

Методика. У процесі дослідження використано комплекс загальнонаукових методів гносеології: методи теоретичного узагальнення і порівняння, аналізу і синтезу (для уточнення змісту поняття «прибутковість підприємства»).

Результати. На підставі проведеного дослідження уточнено поняття «прибутковість підприємства», розглянуто показники прибутковості підприємства, сукупність яких всебічно відбиває ефективність операційної, інвестиційної і фінансової діяльності підприємства, розглянуто модифіковану факторну модель прибутковості власного капіталу фірми «Du pont». Для підвищення результативності діяльності підприємства запропоновано модель стратегічного управління прибутковістю підприємств з позиції економічної збалансованості.

Ключові слова: прибутковість підприємства, прибуток, рентабельність, управління прибутком, стратегія.

Постановка проблеми. В умовах ринкових відносин кожне підприємство повинне прагнути до одержання максимального прибутку. Прибутковість підприємства є одним з найголовніших показників, що відображають фінансовий стан підприємств.