

АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ СУБ'ЄКТА ГОПОДАРИЮВАННЯ НА ПРОМИСЛОВОМУ РИНКУ

Комерціалізація господарської діяльності докорінно змінює підходи до формування прибутку і пошуку нових каналів його отримання [1]. Основними джерелами формування прибутку на промисловому ринку є варіювання номенклатури і асортименту вироблених товарів і управління ринковою діяльністю [2-4].

Метою даного дослідження є формування прикладної рамки пошуку суб'єктами промислового ринку варіацій урізноманітнення джерел прибутку.

Дослідження показали, що основними питаннями управління джерелами прибутку для суб'єктів господарювання є нестійкий попит, скорочення ланцюгів постачання, збільшення вартості зростання логістичних витрат та посилення екологічних викликів [5]. У відповідь на це підприємства обирають диверсифікацію – збільшення номенклатури продукції, знаходження нових ринків збуту та методи взаємодії з контрагентами, як базовий інструмент стабілізації прибутковості.

Для досягнення поставленої мети дослідження, автори застосували інструменти портфельної логіки із обмеженнями у горизонтах планування. Дослідження показало, що такі обмеження можуть бути успішно реалізовані на промисловому ринку через концентрування на сфері сервітизації процесів. Формування додаткової вартості товару за рахунок сервісних послуг дозволяє оптимізувати витрати на варіативність і диверсифікацію портфеля. Додаткові опції і сервісні пакети до промислової продукції збільшують додану вартість, причому процес ціноутворення послуг є складним і важким до обґрунтування і контролю. Таким чином, переведення процесу формування портфелю із сфери товарного обігу до сфери послуг дозволяє сформувати посилені фінансові потоки надходжень і тим самим без зміни фактичного джерела надходження прибутків (цільовий споживач) варіювати густину потоку надходжень.

В умовах формування ринків персоналізованих товарів актуальним напрямом диверсифікації джерел прибутковості є пошук неординарних рішень між ринкових трансформацій і переходів: вхід у суміжні види економічної діяльності, трансфер між B2B і B2C, партнерські колаборації, тощо. Для визначення ефективності трансформацій науковці [6] рекомендують формувати карти маржі за ринками і товарами для визначення місць втрат і перетоків з урахуванням бар'єрів входу. Подібні варіативності не повинні перевищувати 5-10 % виробничих потужностей, що зменшує ризики порушення операційної стійкості базового портфеля. [7].

Ще одним цікавим напрямом управління прибутковістю є оптимізація господарського портфелю виробництва: оптимізація вільних потужностей, баланс між консервацією і завантаженням додатковими замовленнями, оптимізація через аутсорсинг, тощо. Такі процеси реалізують через матеріальні баланси, розсинхронізацію потоків ($p \leq 0,3$) [8], контроль точки беззбитковості та формування товарних резервів.

Таким чином, дослідження показало, що при формуванні прикладної рамки пошуку суб'єктами промислового ринку варіацій урізноманітнення джерел прибутку варто дійсно систематизувати напрацювання підходів, методик та інструментів у формі матриць складного профілю з урахуванням перетинів і перетоків.

Перелік посилань:

1. Про особливості регулювання діяльності юридичних осіб окремих організаційно-правових форм у перехідний період та об'єднань юридичних осіб. Закон України від 09.01.2025 № 4196-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4196-20#n174>
2. Підлісна, О. А. Саліх Х. М. А управління прибутковістю підприємства *Сучасні проблеми економіки і підприємництва : збірник наукових праць*. 2018. Вип. 22. С. 267–272.
3. Мартиненко В. П., Григоренко О. В. Система управління прибутком промислових підприємств в сучасних умовах розвитку економіки. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2023. № 2. С. 57–62.
4. Манасенко І. М., Кондратюк А. А. (2018). Теоретичні засади диверсифікації діяльності підприємства в умовах нестабільного бізнес-середовища. *Вчені записки Таврійського національного університету імені ВІ Вернадського. Серія: Економіка і управління*, 2018. № 29 (68). № 5, С. 15–19
5. Панін А. С., Бояринова К. О. Економічна диверсифікація як основа розвитку підприємства URL: <https://confmanagement-proc.kpi.ua/article/view/230512/229479>
6. Сімоненко Т.Г., Бойко Л.О. Сервітизація промисловості – доходи за допомогою послуг. Стратегія фінансово-економічного розвитку підприємницьких структур в умовах глобалізації: зб. тез Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, (м. Херсон, 19 жовтня 2021 р.). Херсон: ХДАЕУ, 2021. С. 46–48.
7. Смерічевський С., Захаринін С., Маркетингова стратегія просування інноваційних продуктів" *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Том 6 № 1. С. 21–31 <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/165>
8. Єпіфанова, І. ., Дзеджула, В. . Оптимізація виробничих процесів промислового підприємства. *Innovation and Sustainability*, 2024. №2, С. 6–10. <https://doi.org/10.31649/ins.2024.2.6.10> <https://ins.vntu.edu.ua/index.php/ins/article/view/246>