

*Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.*  
*Ефективна економіка. 2024. № 7.*

**DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.7.37>**

**УДК 331.1**

*Н. М. Богацька,*

*к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки та міжнародних відносин,  
Вінницький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-  
економічного університету*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7546-7428>*

*О. М. Лозовський,*

*к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту та адміністрування,  
Вінницький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-  
економічного університету*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9979-6832>*

## **УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ**

*N. Bogatska,*

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of  
Economics and International Relation, Vinnytsia Trade and Economy Institute of  
State Trade and Economic University*

*O. Lozovsky,*

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of  
Management and Administration, Vinnytsia Trade and Economy Institute of State  
Trade and Economic University*

## **REVENUE MANAGEMENT OF TRADE ENTERPRISES**

*У статті було проаналізовано та розглянуто поняття доходу підприємства з поглядів різноманітних наукових течій, шляхи його формування та інші аспекти, які стосуються досліджуваної теми. Отже, дохід виступає як ключова категорія, яка визначає можливість продовження діяльності бізнесу і впливає на всі інші показники підприємства.*

*Також, було зроблено наступні висновки про те, що компанії, які використовують ефективні інструменти управління доходами, можуть досягти стабільності і успішності на ринку, підвищити стійкість компанії та зберегти конкурентні переваги. Досягнення цих цілей вимагає регулярного вдосконалення стратегій управління доходами, проведення маркетингових досліджень, використання аналітичних інструментів та впровадження кращих управлінських практик.*

*В статті було визначено, що доходи підприємства залежать від двох основних груп факторів ендогенних і екзогенних.*

*Досліджено методи підвищення доходів на підприємстві торгівлі. У ході аналізу було віднайдено певну кількість потенційних методів, які можуть бути використані для підвищення доходів підприємства. Також було зазначено, що для впровадження методів підвищення доходів підприємства потрібно отримання інформації необхідної для аналізу ситуацій, контролю над їх виконанням і прийняттям рішень.*

*Загалом, впровадження ефективних стратегій управління доходами, використання програмного забезпечення та правильне прогнозування можуть сприяти досягненню довгострокової стабільності та успішності підприємства. Поліпшення стратегії управління доходами може допомогти підприємству торгівлі ще ефективніше використовувати свій потенціал та зміцнити свої позиції на ринку.*

*In, the article was analyzed and considered the concept of the company's income from the point of view of various scientific currents, ways of its formation and other aspects related to the researched topic. From the obtained studies, it can be understood that income acts as a key category that determines the possibility of continuing business activities and affects all other indicators of the enterprise.*

*Also, the following conclusions were made that companies that use an effective tool and revenue management, can achieve stability and success in the market, increase the sustainability of and maintain competitive advantages. Achieving these goals requires regularly improving revenue management strategies, conducting market research, using analytical tools, and implementing best management practices. In general, revenue management is a complex and multifaceted task, but if approached correctly, it can bring significant benefits, to trading businesses.*

*In the article it was determined that the company's performance depends on two main groups of endogenous and exogenous factors. Endogenous factors include internal aspects of the enterprise, such as the level of its economic activity, the effectiveness of leadership and management, the competitiveness of products or services on the market, the level of wages, changes in the cost of production, the level of prices for sold products and many others. Exogenous factors, on the contrary, are external to the enterprise and do not depend on its internal activities. These factors include aspects such as the level of resource prices, barriers to entry into the sales market, the tax system in general, the economic policies of government authorities, as well as political and social changes in the country and many other external factors .*

*Investigated to date and increased revenues in the business trading . During's analysis, found a certain number of potential methods that could be used to increase the company's revenue. It was also stated that in order to implement the methods of increasing the company's income, it is necessary to obtain information necessary for analyzing situations, controlling 's performance and making decisions. Forecasting methods have also been considered, which are also an important element in revenue management, correct forecasting gives an opportunity for the enterprise to at least roughly plan its activities.*

*Overall, implementing effective revenue management strategies, using software, and proper forecasting can contribute to the long-term stability and success of an enterprise. Improving the revenue management strategy can help the trading business even more effectively use its potential and strengthen its position in the market.*

**Ключові слова:** дохід, управління доходом підприємства, управління доходами торговельного підприємства, прибуток, прибутковість.

**Keywords:** income, enterprise income management, trade enterprise income management, profit, profitability.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** У сучасних умовах глобалізації, конкуренції та швидкої зміни ринкових умов, управління доходами торговельних підприємств стає одним з ключових факторів їхньої успішної діяльності та стійкості на ринку. Підвищення ефективності торговельної діяльності є важливим завданням для забезпечення сталого розвитку підприємств. У сучасних умовах торговельні підприємства зіштовхуються з зростаючими вимогами до своїх доходів. Ринкові умови постійно змінюються через розвиток технологій, зміни в споживчому попиті, зміни у державному регулюванні та через інші фактори. Торговельні підприємства повинні бути готові швидко адаптуватися до цих змін і ефективно управляти своїми доходами.

Отже, актуальність теми управління доходами торговельного підприємства очевидна через зростаючу складність функціонування на ринку та необхідність ефективного використання ресурсів для забезпечення прибутковості та сталого розвитку бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Тема управління доходами торговельних підприємств досліджувалась такими авторами як Шмиголь Н.М., Балака Т., Павелко О. В., Кнейслер О.В., Кулик А. В., Мулик Т. О., Подолянчук О. А., ці і ще багато інших авторів приділили значну увагу темі доходу підприємства і дослідили її у безлічі наукових робіт. Вітчизняні та закордонні науковці та практики постійно звертають увагу на важливість оптимізації та підвищення доходів та контролю над ними. Проте, з огляду на швидкі зміни ринкових умов, впровадження нових технологій та стратегій

управління, ця тема постійно вимагає подальших досліджень і вдосконалення підходів.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою даного дослідження роботи є розгляд і аналіз теоретичних аспектів ефективного управління доходами підприємства торгівлі, а також дослідження ефективного управління доходами та удосконалення методів покращення управління та використання доходів на підприємстві, з урахуванням актуальних економічних та бізнес-тенденцій у сфері діяльності підприємства.

Для досягнення даної мети було визначено наступні завдання:

- провести аналіз наукових публікацій та досліджень із сфери управління доходами підприємств для усвідомлення актуальних тенденцій та методології;
- розглянути та дослідити основні аспекти управління доходами включаючи стратегії, інструменти та методи;
- на основі отриманих знань та аналізу розробити рекомендації для торговельних підприємств щодо покращення управління доходами та підвищення їхньої ефективності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Зростання продуктивності торговельних підприємств є важливою умовою їхнього розвитку. Одним з основних показників, що відображає ці зміни у функціонуванні підприємств, є їх дохід. Саме тому дохід привертає увагу великої кількості дослідників, які вивчають його з різних ракурсів. З часів своєї появи до сучасності ця категорія постійно трансформувалась під впливом різноманітних економічних течій, таких як класична, маржиналістська, неокласична та інші. Кожна з цих економічних течій розглядає дохід зі свого власного ракурсу, виділяючи для них важливі аспекти цього поняття.

Навіть на сучасному етапі розвитку економіки вивчення доходів підприємства залишається актуальним завданням для дослідників. Вони надають власні визначення, публікують наукові роботи і роблять висновки, базуючись на дослідженні колишніх економічних течій, та паралельно

аналізуючи сучасний стан та кон'юнктуру ринків, підприємств та змін у їхньому розвитку. Цей неперервний інтерес свідчить про постійну еволюцію підходів до розуміння та аналізу економічного доходу.

Повернувшись назад, слід відмітити, що дослідження вчених колишніх епох у галузі доходів характеризуються недостатньою повнотою, оскільки вони фокусувалися на окремих аспектах, які властиві даній категорії. Часто різні економісти висловлювали різні точки зору на сутність доходів, інколи суперечачи один одному.

Деякі дослідники вважають, що аналіз поняття «дохід» має свої коріння у класичних дослідженнях, оскільки попередні представники історії економічної науки не створили систематичної концепції цього поняття.

Так, наприклад, у своїй статті «Дохід підприємства: історичні етапи формування категорії в обліку та економічній теорії» [1] Шмиголь Н.М. і Балака Т. роблять висновки і спираються, у процесі дослідження поняття доходу підприємства, саме на аналіз різноманітних течій. Вони також стверджують, що дохід надзвичайно розповсюджене, широко застосовуване та, у той же час, край багатозначне поняття, уживане в різноманітних значеннях. У широкому змісті слово позначає будь-яке надходження коштів або одержання матеріальних цінностей, що мають грошову вартість. Дохід компанії можна характеризувати як збільшення її активів, або зменшення зобов'язань, що приводять до збільшення власного капіталу. Поняття «дохід» стосовно до держави в цілому (національний дохід), до підприємства, фірми (валовий дохід, чистий дохід підприємства), до окремих осіб (грошові доходи населення, реальні доходи громадян, особистий дохід) [1].

Розгляд поняття «дохід підприємства» в контексті розглянутих наукових робіт та теорій, які висували різні дослідники, дозволяє встановити наступні фундаментальні характеристики поняття доходу підприємства:

1. Дохід підприємства є одним з компонентів фінансового результату підприємства, від його господарської діяльності, охоплюючи конкретний період.

2. Дохід підприємства відображає величину економічних вигід, які підприємство одержує.

3. Головними проявами економічних вигід, що характеризують дохід підприємства, є дохід від реалізації товарів та послуг та грошові надходження від нереалізаційних операцій.

4. Величина економічних вигід, що формують дохід підприємства, вимірюється у грошовому виразі.

Оскільки дохід є показником ефективності діяльності і від нього залежить потенціал подальшого управління підприємством, необхідно налагодити ефективне управління доходами.

Підвищення ефективності торговельних підприємств є ключовим для їхнього розвитку. Економічні показники, зокрема дохід, визначають якість і обсяг змін в функціонуванні підприємства. Розмір доходу є динамічним і змінюється відповідно до розвитку та управління ресурсами підприємства. Для забезпечення ефективності, дохід повинен перевищувати витрати на його отримання, і всі витрати, пов'язані з виробництвом, мають бути окупними, щоб не впливати негативно на прибуток. Такий контекст стимулює дослідження шляхів підвищення прибутковості підприємств науковців і практиків.

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки все складніше стає прогнозувати кінцеві результати діяльності підприємств, саме тому стратегічне управління дозволяє застосувати нові методи та технології в системі управління підприємством. Стратегічне управління налаштоване на постійний процес розвитку підприємства, передбачає формування та реалізацію нових методів управління, що підходять для конкретного підприємства та враховують унікальні аспекти його діяльності. Саме таким методом і виступає маркетинговий менеджмент, що формує ринкову орієнтацію діяльності підприємства. До основних завдань маркетингового управління торговими підприємствами можна віднести [2]:

- аналіз діяльності;
- контроль виконання поставлених задач;

- планування та реалізацію поставлених цілей.

Важливою задачею є формування оптимального доходу підприємства у такому розмірі, який дозволить покрити поточні витрати, сплатити податки і забезпечити отримання прибутку, необхідного для здійснення розширеного відтворення. Ця умова стає обов'язковою для ефективного функціонування будь-якої бізнес-організації.

Компанії з високим рівнем організації та управління є більш успішними, ніж їхні конкуренти. Тому важливо мати правильну систему управлінського контролю як частину загальної системи управління.

Отже, стратегія аналізу доходів передбачає:

- створенні інформаційної бази для прийняття управлінських рішень;
- проведення аналізу обсягу та складу оптимальних доходів, чинників, які визначають їх розмір та рівень достатності отримання доходів, для забезпечення самофінансування;
- формування політики отримання доходів та вибір інструментів і важелів їх реалізації;
- розробка прогнозу можливих варіантів отримання доходів за видами діяльності та проведення експертизи щодо їх реалізації;
- формування оптимального варіанта плану доходів підприємства [2].

Також слід відзначити, що оцінка організаційно-економічних механізмів управління ефективною діяльністю торговельних підприємств потребує динамічного підходу, який дозволяє враховувати тенденції в системі представлених показників. Один з ключових динамічних показників для оцінки ефективності діяльності торговельних підприємств – це темп зростання товарообороту. Він дозволяє визначити, наскільки результативно розвиваються такі аспекти, як потенційні витрати, заробітна плата та торговельна площа, серед інших. Обрання товарообороту, як ключового показника для оцінки організаційно-економічних механізмів управління ефективною діяльністю торговельного підприємства обумовлено тим, що він є загальним індикатором діяльності підприємства.

Доходи підприємства залежать від двох основних груп факторів ендогенних і екзогенних. Ендогенні фактори включають в себе внутрішні аспекти підприємства, такі як рівень його господарської діяльності, ефективність керівництва і менеджменту, конкурентоспроможність продукції або послуг на ринку, рівень заробітної плати, зміни в собівартості продукції, рівень цін на реалізовану продукцію і багато інших [3].



**Рис. 1. Зовнішні та внутрішні фактори впливу на доходи [4]**

Екзогенні фактори, навпаки, є зовнішніми для підприємства і не залежать від його внутрішньої діяльності. Ці фактори включають в себе такі аспекти, як рівень цін на ресурси, у тому числі енергетичні, конкурентне середовище на ринку, бар'єри для входу на ринок збуту, податкову систему загалом і рівень податкового навантаження на підприємство, економічну політику державних органів управління, а також політичні та соціальні зміни в країні та багато інших зовнішніх факторів [3].

Таким чином, велика кількість різноманітних факторів впливає на формування фінансових результатів підприємства. Ці фактори характеризують

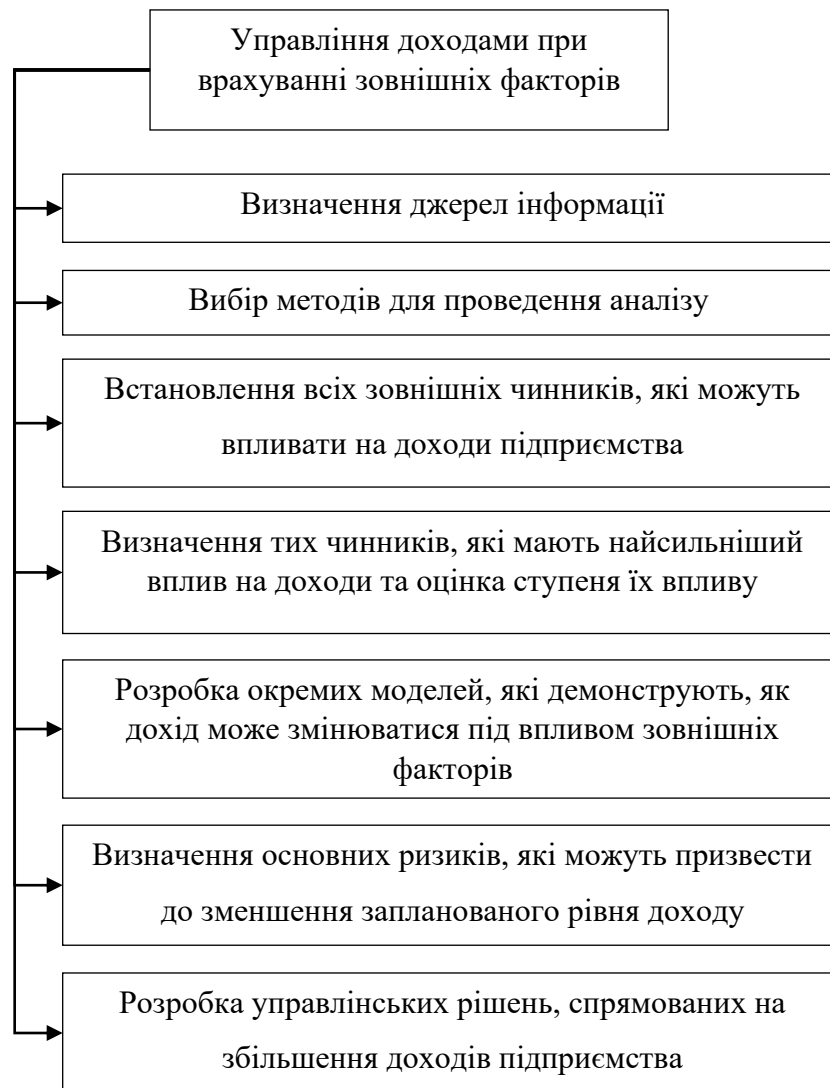
фінансово-господарську діяльність підприємств з різних боків. Детального аналізу вимагає отриманий підприємством дохід, не тільки з метою виявлення його динаміки, але й виявлення можливих чинників (резервів), які сприятимуть його зростанню у перспективі. При цьому недоцільно і неможливо поділяти ці фактори на головні та другорядні. Необхідно розглядати та аналізувати систему факторів в цілому [4].

Визначення шляхів і стратегії розвитку підприємства має спиратися на об'єктивні й достовірні оцінки його стану як у справжньому, так і в майбутньому. Найважливішою складовою такої оцінки є рівень конкурентоспроможності підприємства на існуючих ринках, що розвиваються [5].

Хоч підприємство не може впливати на зовнішні фактори, воно цілком здатне їх врахувати. Управління доходами підприємства, враховуючи вплив зовнішніх факторів, може бути здійснене шляхом виконання завдань зазначених на рисунку 2.

Правильна побудова структури управління, як частини загальної системи менеджменту є складним, але необхідним завданням для бізнесу. Перш за все, система управління доходами повинна відповідати наступним принципам:

- повнота прогнозування,
- достовірність,
- самодостатність,
- самоокупність,
- порівнянність,
- фінансова стабільність,
- зацікавленість власників у системі управління доходами,
- забезпечення фінансової стійкості,
- своєчасність [3].

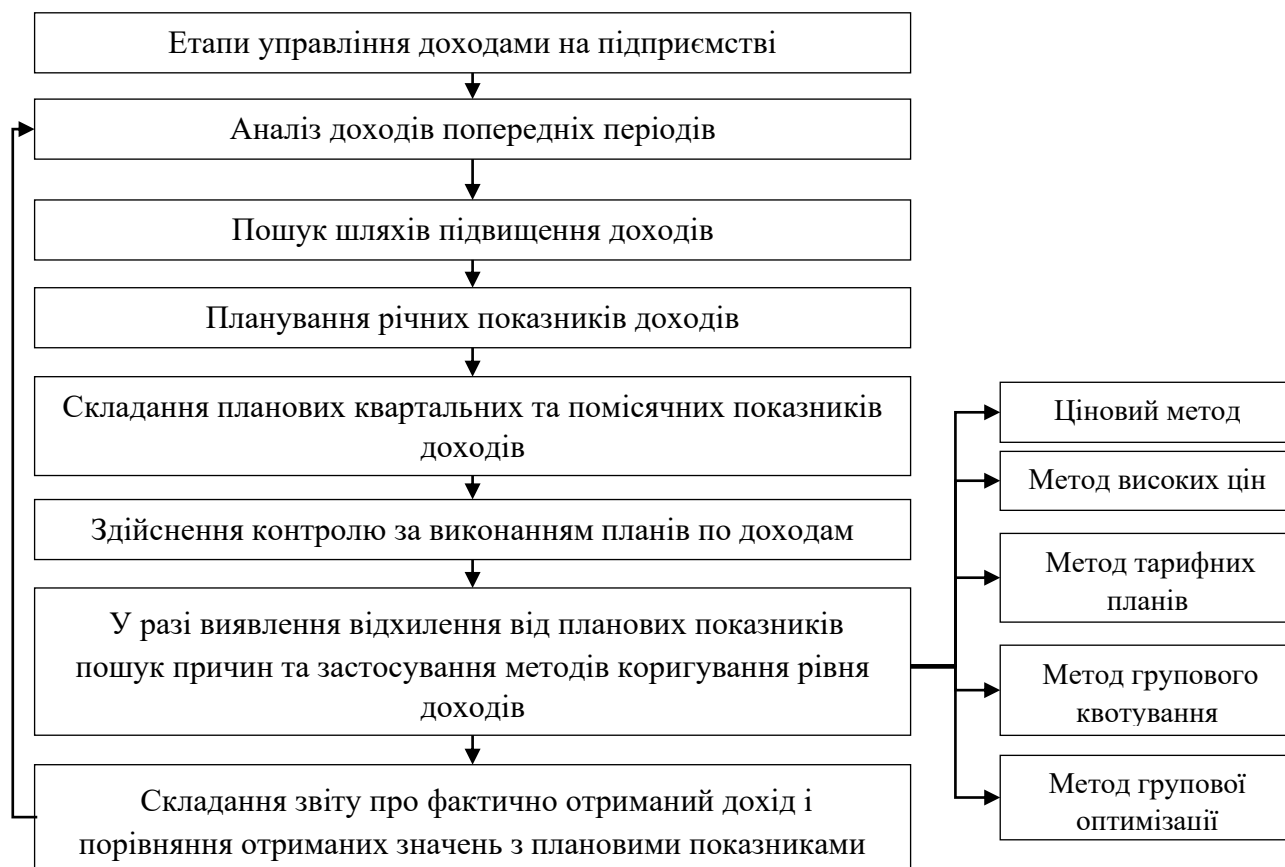


**Рис. 2. Управління доходами підприємства, враховуючи вплив зовнішніх факторів [2]**

Керування доходами підприємств у галузі торгівлі є необхідним компонентом успішного управління бізнесом. У сучасних умовах глобалізації та зростання конкуренції на ринку, доходи підприємств торгівлі стають все важливішим чинником, який визначає їхню успішність. Отже, питання ефективного управління доходами на торговельних підприємствах залишається актуальним і вимагає детального розгляду. На рисунку 3 зображено ілюстрацію етапів управління доходами на підприємстві.

Основою стратегічного управління доходами є розроблення стратегії їх розвитку. Стратегія формування доходу є логічно побудованою програмою перспективних заходів, спираючись на яку підприємство зможе досягти

поставлених цілей. Така стратегія передбачає розроблення правил і прийомів, за допомогою яких досягається основна мета підприємництва – отримання прибутку. Основу стратегічного управління доходами становить розроблення стратегії їх розвитку, яку підприємству пропонується послідовно здійснювати за відповідними етапами [6].



**Рис. 3. Етапи управління доходами на підприємстві [3]**

Всі організації та підприємства, які існують в наш час виробляють продукцію, надають послуги та роботи, створюють товари, які потім реалізуються на ринку збуту, після чого отримують дохід. Тому розробка та впровадження стратегії управління доходами є важливим і актуальним завданням.

Оптимізуючи використання інструментів управління доходами, компанії можуть досягти стійкості та успіху на ринку, підвищити прибутковість і зберегти конкурентні переваги. Досягнення цих цілей вимагає регулярного

вдосконалення стратегій управління доходами, проведення маркетингових досліджень, використання аналітичних інструментів та впровадження кращих управлінських практик. Загалом управління доходами є складним і багатогранним завданням, але за умови правильного підходу воно може принести значні вигоди для підприємств торгівлі.

Дохід підприємства є важливим показником, який використовують як внутрішні менеджери, так і зовнішні користувачі фінансової інформації. Для внутрішніх менеджерів дохід є важливим інструментом для оцінки ефективності діяльності підприємства та прийняття управлінських рішень. Для зовнішніх користувачів, таких як інвестори та кредитори, дохід є важливим фактором для оцінки інвестиційних ризиків і прийняття рішень про надання кредитів.

Метою стратегії та тактики управління будь-яким підприємством є досягнення стійкого доходу та задовільного рівня прибутку. Ця мета реалізується в процесі фінансово-господарської діяльності підприємства, яка неможлива без ефективного управління доходами. Оцінка ефективності управління доходами визнається однією з вирішальних стадій у фінансовому управлінні підприємством.

Отже, дохід є важливим показником для оцінки фінансової діяльності підприємства. Він відображає загальну суму грошових коштів, які отримало підприємство від своєї діяльності за певний період часу. Дохід є основним джерелом фінансування діяльності підприємства, показником ефективності його діяльності та важливим фактором конкурентоспроможності.

Методи збільшення доходів це заходи, які допомагають їх раціонально використовувати та примножувати, забезпечують формування планів та стратегій для ефективного використання ресурсної бази, які мають призвести до поліпшення стану фінансових показників в майбутньому. Перед тим, як розробляти стратегії, необхідно здійснити детальне дослідження процесу формування доходів, дізнатися, які фактори впливають на цю величину, здійснити аналіз ефективності виробництва. Це дасть можливість виявити

основні проблеми, які негативно впливають на виробничі процеси і тим самим зменшують рівень економічних показників. Ефективна стратегія дає можливість підприємству розвиватися і правильно розпоряджатися вже наявними ресурсами [7].

Є багато способів збільшити доходи, і підприємства можуть скористатися ними за допомогою правильного підходу та методів. Наприклад у таблиці 1 наведено деякі з можливих методів.

**Таблиця 1. Методи підвищення доходів на підприємстві**

Метод	Визначення
1	2
Оптимізація стратегії ціноутворення	Ціноутворення є важливим аспектом бізнесу, оскільки воно безпосередньо впливає на їхні доходи. Навіть незначні зміни цін можуть істотно вплинути на їхні прибутки. Щоб отримати максимальну віддачу від своїх цінових стратегій, власники бізнесу повинні експериментувати з різними моделями.
Розширення цільового ринку	Націлювання на різні групи клієнтів, продажі в нових регіонах і вивчення нових продуктів або зон обслуговування. Це може допомогти охопити більшу клієнтську базу та відкрити нові ринки, що у свою чергу, призведе до збільшення доходів.
Розширення пропозиції продуктів або послуг	Компанії повинні йти в ногу з вимогами клієнтів, щоб залучати більше грошей. Це може означати вдосконалення існуючих продуктів чи послуг або запровадження чогось нового.
Впровадити заходи зі скорочення витрат	Скоротивши витрати, підприємства можуть ефективно збільшити свої доходи. Для цього їм потрібно визначити, де вони витрачають забагато, і придумати способи скорочення, не впливаючи на якість своїх продуктів чи досвід клієнтів. Усунувши непотрібні витрати, бізнес може стати більш прибутковим.
Дослідження нових ринків	Вивчення нових ринків є чудовим способом збільшення потоків доходу. Розширення на місцевому чи міжнародному рівнях може відкрити світ нових можливостей. Потім компанії можуть виявити прогалини на новому ринку та налаштувати свої продукти та послуги відповідно до потреб місцевих клієнтів.
Аналіз даних і звітність	Дані відіграють величезну роль у сучасному світі, і мати правильну інформацію в потрібний час дуже важливо для прийняття рішень. Збір та оцінка даних, робота над статистичним аналізом, створення звітів. У результаті компанії отримують цінну інформацію, що покращує їх ефективність. Вони приймають більш обґрунтовані рішення, що призводить до збільшення доходу.
Впровадження інновацій	Введення нових способів виробництва, оновлення матеріально-технічної бази, знаходження нових каналів для збуту продукції, товарів, послуг сприяють тому, що пришвидшується процес виробництва, надання послуг, поліпшується їх якість, що дозволяє збільшити ціну на такі товари, послуги.

Отже варто зазначити, що впровадження подібних методів можливе лише за умови отримання інформації, необхідної для аналізу ситуацій, контролю над їх виконанням і прийняття рішень, можливе успішне управління підприємством. Відсутність та недостатність необхідної інформації може призвести до прийняття керівниками і менеджерами підприємства неправильних стратегічних рішень. Саме це свідчить про те, що нині існує необхідність удосконалення інформаційного забезпечення управління підприємством, зокрема й управління витратами. Вплив чинників зовнішнього середовища на діяльність підприємства зумовлює також формування особливостей оперативного управління на рівні виробництва: за видами продукції, за центрами відповідальності тощо [8].

Щоб забезпечити необхідні інформаційні ресурси, підприємство може розглядати такі можливості які наведені на рисунку 4.



**Рис. 4. Можливості забезпечення інформаційних ресурсів [9]**

Забезпечення необхідних інформаційних ресурсів дозволить підприємству ефективно реалізувати методи підвищення доходів підприємства,

щоб забезпечити сталу прибутковість в умовах змінного ринкового середовища.

### ***Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.***

Отже, в результаті дослідження можна зробити наступні висновки про те, що компанії, які використовують ефективні інструменти управління доходами, можуть досягти стабільності і успішності на ринку, підвищити стійкість компанії та зберегти конкурентні переваги. Досягнення цих цілей вимагає регулярного вдосконалення стратегій управління доходами, проведення маркетингових досліджень, використання аналітичних інструментів та впровадження кращих управлінських практик. Загалом, управління доходами є складним і багатогранним завданням, але за умови правильного підходу воно може принести значні вигоди, для підприємств торгівлі. Підприємства, які успішно впоралися з цим завданням, мають більше шансів на досягнення стабільності та високих фінансових результатів на ринку торгівлі.

### **Література**

1. Шмиголь Н.М. Балака Т. Дохід підприємства: історичні етапи формування категорії в обліку та економічній теорії. *Приазовський економічний вісник*. Запоріжжя. 2017, №1 (01). URL: [http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/1\\_01\\_uk/1\\_01\\_2017.pdf](http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/1_01_uk/1_01_2017.pdf)
2. Кузьминчук Н.В. Маркетинговий менеджмент у системі стратегічного управління підприємствами торгівлі. *Modern Economics*. 2021. Т. 28, № 1. С. 47–51. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10291/1/kuzmynchuk.pdf>.
3. Ткаченко Т.П., Тульчинська С.О., Бойчук Д.В. Управління доходами на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2018. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6192>
4. Ситнік О., Юдіна С. Чинники, що впливають на обсяг прибутку підприємства. *Таврійський науковий вісник*. 2020. № 13. С. 184–190. URL: <http://www.tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/293/273>

5. Богацька Н.М. Особливості оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. №4. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4\\_2020/75.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2020/75.pdf)

6. Поліщук О.М. Обліково-аналітичне забезпечення управління доходами в аграрних підприємствах України. *Економічний простір*. 2020. № 154. С. 231–234. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/154-43>

7. Фальченко О.О., Побережна Н.М., Юр'єва І.А. Особливості класифікації доходів торговельних підприємств. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. 2. С. 426-429. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/items/4aabcd9-8eff-4254-a0dc-b53e7bbe495e>

8. Коваль О.А., Літус П.Р. Управління фінансовою стійкістю підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.12.77

9. Муравська Т. Обґрунтування цінової політики підприємства. *Економіка та управління національним господарством*. 2017. № 13. С. 210–214. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/13\\_ukr/35.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/35.pdf)

## References

1. Shmyhol', N.M. and Balaka, T. (2017), “Enterprise income: historical stages of category formation in accounting and economic theory”, *Pryazovs'kyj ekonomichnyj visnyk*, [Online], vol. 1, available at: [http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/1\\_01\\_uk/1\\_01\\_2017.pdf](http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/1_01_uk/1_01_2017.pdf), (Accessed 01 Jul 2024).

2. Kuz'mynchuk, N.V. (2021), “Marketing management in the system of strategic management of trade enterprises”, *Modern Economics*, [Online], vol. 28, available at: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10291/1/kuzmynchuk.pdf> (Accessed 01 Jul 2024).

3. Tkachenko, T.P. Tul'chyns'ka, S.O. and Wojchuk, D.V. (2018), “Income management at the enterprise”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 3, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6192> (Accessed 01 Jul 2024).

4. Sytnik, O. and Yudina, S. (2020), “Factors affecting the amount of profit of the enterprise, *Tavrijs'kyj naukovyj visnyk*, [Online], vol. 13, available at: <http://www.tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/293/273> (Accessed 01 Jul 2024).

5. Bohats'ka, N.M. (2020), “Peculiarities of assessing the competitiveness of the enterprise”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 13, available at: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4\\_2020/75.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2020/75.pdf) (Accessed 01 Jul 2024).

6. Polischuk, O.M. (2020), “Accounting and analytical support for income management in agricultural enterprises of Ukraine, *Ekonomichnyj prostir*, vol. 154. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/154-43>.

7. Fal'chenko, O.O. Poberezhna, N.M. and Yur'ieva, I.A. (2020), “Peculiarities of income classification of trade enterprises, *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, [Online], vol. 2, available at: <https://repository.kpi.kharkov.ua/items/4aabcda9-8eff-4254-a0dc-b53e7bbe495e> (Accessed 01 Jul 2024).

8. Koval', O.A. and Litus, P.R. (2020), “Management of the financial stability of the enterprise”, *Efektivna ekonomika*, vol. 12. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.12.77>.

9. Muravs'ka, T. (2017), “Justification of the price policy of the enterprise, *Ekonomika ta upravlinnia natsional'nym hospodarstvom*, [Online], vol. 13, available at: [https://economyandsociety.in.ua/journals/13\\_ukr/35.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/35.pdf) (Accessed 01 Jul 2024).

*Стаття надійшла до редакції 11.07.2024 р.*