

УДК 005.3:658.155

Маржинальний прибуток як основа прийняття рішень в адміністративному менеджменті

Велика Олена Юріївна,

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту,
логістики та інновацій, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: bumerang_911@ukr.net

Сучасні умови господарювання характеризуються високою динамікою зовнішнього середовища, що посилює невизначеність управлінських рішень. Традиційні показники бухгалтерського обліку та фінансової звітності не завжди дозволяють оперативно оцінити вплив окремих факторів на результати діяльності підприємства. Тому зростає значення управлінських інструментів, таких як маржинальний прибуток [1–3]. На відміну від показника чистого прибутку, маржинальний прибуток фокусується на взаємозв'язку між доходами (виручкою від реалізації) та змінними витратами підприємства, що дозволяє більш точно виявити внесок кожного товару, підрозділу чи проекту у покриття постійних витрат та у формування кінцевого фінансового результату. Маржинальний підхід дозволяє виділити ключові елементи, що впливають на прибутковість бізнесу в короткостроковій перспективі та сприяють формуванню гнучкої моделі управління витратами.

Метою цього дослідження є обґрунтування ролі маржинального прибутку в системі адміністративного менеджменту та визначення напрямів його практичного застосування при прийнятті управлінських рішень.

Маржинальний прибуток відображає ступінь участі конкретного виду товару у формуванні загального фінансового результату підприємства. Його особливість полягає у тому, що він не враховує розмір постійних витрат, що надає менеджменту гнучкий інструмент для аналізу рентабельності окремих напрямів діяльності.

.....

Маржинальний прибуток (contribution margin) визначається як різниця між виручкою та змінними витратами і відображає внесок конкретного товару, підрозділу або проекту в покриття постійних витрат і формування прибутку підприємства. Концепція широко застосовується в системі директ-костингу (direct costing), відмінною особливістю якої є включення до собівартості товару виключно змінних витрат.

Використання маржинального підходу при прийнятті рішень в адміністративному менеджменті дозволяє вирішувати низку ключових завдань, а саме:

- визначати оптимальний асортимент продукції;
- формувати гнучку цінову політику;
- оцінювати ефективність використання виробничих ресурсів;
- проводити аналіз чутливості прибутку до змін обсягів випуску та продажу.

Таким чином, маржинальний прибуток виступає не лише розрахунковою категорією, але й інструментом стратегічного та оперативного управління. Він дозволяє перейти від статичного оцінювання загальної рентабельності до динамічної системи прийняття рішень в умовах обмежених ресурсів і постійних змін у зовнішньому середовищі.

Маржинальний прибуток у системі адміністративного менеджменту використовується не просто як фінансовий показник, але є також і ключовим чинником при визначенні ефективності основних напрямків управлінських дій. Адміністративний менеджмент орієнтується на забезпечення раціонального функціонування підприємства за рахунок ефективного розподілу ресурсів, оптимізації бізнес-процесів і підвищення конкурентоспроможності товарів та самого підприємства. Використання маржинального прибутку при прийнятті рішень в адміністративному менеджменті дозволяє вирішити такі питання, як:

- Таким чином, маржинальний прибуток є ключовим індикатором, який забезпечує обґрунтованість управлінських рішень в адміністративному менеджменті. Він дозволяє перейти від аналізу загальних

фінансових результатів до оцінювання ефективності окремих напрямів діяльності, що підвищує прозорість процесів управління. Використання цього підходу сприяє оптимізації асортименту, зниженню ризиків та формуванню гнучкої стратегії підприємства в умовах конкурентного середовища. Перспективним напрямом подальших досліджень є інтеграція аналізу маржинального прибутку з цифровими системами управлінського обліку, що дозволить автоматизувати процес прийняття рішень і підвищити його оперативність.

Література

1. Отенко І. П. Ефективність як основне поняття та критерій діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. № 6. С. 190–195.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-6-190-195>

2. Сотник А., Бірюченко С. Бізнес-діагностика комерційної діяльності промислового підприємства. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48.

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-88>

3. Строченко Н., Ковальова О. Маржинально-ціловий підхід планування ефективності підприємницької діяльності. *Київський економічний науковий журнал*. 2024. № 4. С. 223–229.

DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-4-31>

