

and timely to identify deviations (shortcomings) and quickly take measures to eliminate them with minimal losses.

For this purpose, the indicators of sales activities that directly affect the work of the company are investigated, and their analysis shows the difficulties that arise [3].

The organization of sales is determined by the main factors: market factors (market conditions, the nature of demand and development trends, the nature of consumption, etc.); the nature and level of competition; product factors (product range and its main properties, shelf life, price, life cycle); factors of the enterprise and its sales system (financial and resource aspects of the company and its potential; competitive, organizational and functional capabilities of the sales system and efficiency – alternative intermediaries).

Sales, as mentioned above, is an important aspect of the entire enterprise. As it aims to increase the efficiency of the entire enterprise, it needs to be given sufficient attention to ensure stable operation, maintain a stable position and competitive advantage.

References:

1. Tetyana Grynko, Tetyana Gviniashvili. Organisational and economic mechanism of business entities' innovative development management. *Економічний часопис-XXI*. 2017. № 165 (5-6). С. 80-83.
2. Velychko L. Innovative approaches to management of production-distribution activity of an enterprise. *Formation of organizational-economic mechanism of management and logistics of business entities in the system of economic security of Ukraine*: Collective monograph. Praha: OKTAN PRINT, 2019. С. 8 – 27.
3. Ахметова А. Р. Разработка технологии сбыта и реализации продукции *Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития*. 2013. № 5. С. 230-237.

Ага Д. А. Н.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Пошук резервів збільшення прибутку і рентабельності – один з найефективніших способів оптимізації роботи сучасних підприємств. Під резервами зростання прибутку розуміють можливості його збільшення, що мають кількісну характеристику.

Існує спеціалізована методика для пошуку, розрахунку та застосування на практиці резервів підвищення прибутковості. Даний підхід складається з трьох послідовних етапів [1]:

1. Аналітичний – пошук і розрахунок резервів.
2. Організаційний – підготовка системи заходів, що дозволяють застосувати знайдені резерви.
3. Функціональний – впровадження інструментів збільшення прибутку підприємства і контроль досягнутих результатів.

Збільшення прибутковості підприємства може бути організовано за рахунок наступних резервів:

1. Зростання обсягів продажів товарів, робіт, послуг. Для розрахунку приросту прибутку за рахунок збільшення продажів потрібно показник резерву збільшення обсягу

продажів помножити на розмір прибутку на одиницю продукції, розраховану на основі даних за звітний період.

2. Зменшення собівартості товарів, робіт, послуг. Знайдений резерв скорочення собівартості по кожній окремій позиції множиться на прогнозний показник обсягу реалізації, розрахований з урахуванням потенційного збільшення виручки.

3. Підвищення якості товарів, робіт, послуг. Для розрахунку резерву збільшення прибутку підприємства ціна кожної позиції множиться на її частку в загальному обсязі, проміжні результати складаються, підсумок множиться на потенційний обсяг продажів.

4. Зростання цін на товари, роботи, послуги. Знайдені значення резервів підвищення цін по кожній позиції множаться на прогнозний обсяг продажів, розрахований з урахуванням потенційного зростання. Підвищення цін може бути забезпечено за рахунок виходу на нові збутові збуту [1].

Ключовими шляхами підвищення прибутковості підприємств є збільшення розміру отриманого прибутку та зменшення усіх видів витрат, що можна досягти шляхом широкого впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, з метою зростання продуктивності та якості праці, скорочення вартості використовуваних у господарській діяльності ресурсів.

Також, необхідно враховувати, що при розробці напрямів зростання рентабельності необхідно враховувати вплив як зовнішніх і так внутрішніх чинників. До зовнішніх належить розширення ринків збуту та збільшення залучених споживачів. Внутрішні – вважають більш значущими, ніж зовнішні. Основними з них є: збільшення обсягів виробництва і реалізації продукції, зменшення її собівартості, підвищення ефективності використання основних засобів й інш.

Важливим напрямком зростання прибутковості можна вважати запровадження інновацій, що дозволит «виробляти новий вид товарів з найкращою якістю, освоювати нові ринки збуту продукції, вводити організаційно-управлінські нововведення і т. д.» [2].

Шляхи підвищення прибутковості за рахунок впровадження інновацій:

- впровадження в виробництво закінчених інноваційних продуктів або послуг;
- технологічні інновації – впровадження інноваційних технологій, що дозволяють підвищити якість виробленої продукції, удосконалити технологічні процеси, надати нові властивості вже виробленої продукції;
- комплексне вдосконалення виробництва;
- підвищення якості управлінських, збутових та інших внутрішніх процесів без прив'язки до конкретних продуктів або послуг;
- організація інноваційного підприємництва;
- модернізація технологій охоплює широкий спектр аспектів, включаючи придбання нового обладнання, впровадження технологічних ліній, оптимізацію виробничих вузлів, реконструкцію виробничих комплексів і т.д.

З метою підвищення прибутковості підприємства, необхідно звернути увагу на скорочення витрат за рахунок їх оптимізації. Можна також сконцентрувати увагу на нові, швидко зростаючі сектори ринку, збільшуючи прибутковість.

Для того щоб підвищити показники прибутковості, варто оптимізувати всі витратні статті, а саме: зменшувати транспортні витрати, налагоджувати систему збуту, підвищувати продуктивність праці, зменшувати витрати на сировину та матеріали, впроваджувати енергозберігаючі технології.

Таким чином, підвищення прибутковості підприємств в сучасних умовах набуває першорядну роль, і керівництву організацій необхідно використовувати всі можливі шляхи підвищення даного показника, з метою збільшення прибутку, що в підсумку позначиться на покращенні ефективності діяльності самого господарського суб'єкта в цілому.

Список використаних джерел:

1. Збільшення прибутковості: розрахунки, методи, приклади URL: <https://sales-generator.ru/blog/uvelichenie-pribyli-predpriyatiya/>
2. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія і практика: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2011. 328 с.
3. Бондаренко Н.С., Тюленева Ю.В. Удосконалення управління прибутком на підприємстві. *Збірник наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КІІ ім. І. Сікорського «Актуальні проблеми економіки та управління»*. 2017. № 11. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102586>
4. Гаватюк Л.С., Дармограй Н.В., Хімійчук Г.М. Прибутковість українських підприємств: реалії сьогодення. *Молодий вчений*. 2016. № 1 (28). С. 40-43.

Андрієнко В. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Охопити ринок можливо за трьома основними стратегіями: інтенсивного розподілу, при якому розподіл товару відбувається на чим більшу кількість точок, що займаються продажами; вибіркового розподілу, при якому розподіл товару стається на обмеженій кількості точок продажів у певних географічних межах; ексклюзивного розподілу, при якому розміщення товару відбувається лише в одній точці продажів у певному географічному кордоні.

Виробниче підприємство, яке керується логістичним управлінням, тобто розглядається як логістична система, тому діяльності його надається фазовий поділ на три блоки. Логістики, що займаються:

- 1) постачанням – в цьому блоці в комплексі планують, управляють та фізично опрацьовують такі потоки, як матеріали, сировина, комплектуючі та відповідний інформаційний потік, починають переміщенням від міста поставки і закінчують початковим виробничим складуванням;
- 2) виробництвом – тут підлягають управлінню виробничі процеси з першого етапу і до етапу, коли продукція передається до сфери збуту;
- 3) збутом – управління охоплюється етап, коли готові вироби переміщуються до міста замовлення.