

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.

Логістичне управління відрізняється системним, цілісним підходом до того, як організовуються та здійснюються переміщення сировини і готової продукції на всіх етапах, починаючи виготовленням і закінчуючи споживанням [1].

Завдяки логістичному підходу можливо спостерігати за тим, як рухається вантаж від місця поставок до місця споживання в комплексі, що поєднує взаємодіючі логістичні ланцюги.

Системні категорії визначають логістичну концепцію баченням і вимагають трактувати логістичні завдання як комплекс взаємозалежностей, а логістику – як єдиний замкнений в собі простір настанов виробництва. Теорія керування підприємствами характеризує таку сферу настанов важливою функцією підприємства.

На підставі якісного та кількісного аналізу системи збуту можна зробити висновки про збутової стратегії компанії і її політиці в області прийняття рішень по збуту, про ефективність існуючої системи збуту і які проблеми в області збуту мають місце в компанії [3].

Основні цілі збутової політики:

- збільшення обсягів продажів;
- збільшення ринкової частки компанії;
- збільшення прибутку від каналів збуту;
- збільшення мережі обхвату каналів збуту;
- утримання старих клієнтів.

При плануванні обсягів збуту на майбутній рік використовується метод експертних оцінок. В якості експертів виступають співробітники відділу продажів, керівники компанії, сторонні фахівці. Складається анкета, в якій просять вказати прогноз продажів у відсотках до минулого періоду.

Щоб зберігати товар після виготовлення і до того, як відвантажити його замовнику, у якості одного з етапів у процесі руху товарів, потрібно відповісти на питання: яким характеристикам повинні відповідати склади; яка кількість складів необхідна; у якому місці потрібно розташувати склади.

Складами можуть володіти виробники, посередники або фірми, що надають послуги з оренди складських приміщень. Складуванню можна надати два типи структури: склади з довгостроковим зберіганням, коли збереження товарів відбувається тривалий час, та розподільчі центри у певному регіоні, якими торгові посередники користуються, щоб переміщати товари швидко, а не зберігати їх.

При виконанні логістичної функції, пов'язаної з розподілом, існує типова проблема: як планувати запаси, що в оборотних коштах складають майже 30% в їх загальному обсязі. Існує певний ряд переваг та недоліків при великому обсязі замовлень. Перевагами є: при підготовці замовлень зменшуються витрати; дефіцит запасів зменшується; знижуються транспортні витрати. Недоліки: збільшуються витрати, щоб зберегти запаси; збільшується потрібний капітал; моральний та фізичний знос товару є високо ймовірним.

Рішення про товарний запас приймаються, щоб підтримати їх оптимальну величину. При малих запасах існує ймовірність несвоєчасно виконати замовлення споживача,

що приведе до його незадоволеності. При великих – запаси утримуються з великими витратами. Оптимальний варіант, коли замовляється в такому обсязі, при якому заказ формується, транспортується та зберігається з мінімальною величиною в загальних витратах [2].

**Список використаних джерел:**

1. Забуранна, Л.В. Логістичне управління підприємством: сутність та передумови розвитку / Л.В. Забуранна // Сталий розвиток економіки. – 2010. – № 7. – С. 120–123.
2. Васелевський М. Системи забезпечення ланцюгів поставок у машинобудуванні: монографія / Мирослав Васелевський. – Л. : Львівська політехніка, 2014. – 312 с.
3. Мала Н.Т. Економічний розвиток підприємства: планування та моделювання / Н.Т. Мала // Вісник НУ «Львівська Політехніка». – Л.: Видавництво Львівської політехніки. – 2012. – № 739. – С. 22-30.

**Андросова І. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ВПЛИВ СЕКТОРА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ  
НА РІВЕНЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ**

Цифровізація все глибше припадає в життя суспільства, зачіпає різні його сфери. Економіка теж не стала винятком. З'явився новий термін «цифрова економіка». Оскільки процеси цифровізації є відносно новими, то на сьогоднішній день наукова спільнота ще не визначилося з чітким формулюванням даного терміну.

Всесвітній Банк характеризує цифрову економіку двома визначеннями. З одного боку, цифрова економіка являє собою новий уклад економіки, основою якої виступають знання та цифрові технології, що сприяють формуванню нових цифрових можливостей і навичок у суспільства, бізнесу і держави. З іншого боку, визначення цифрової економіки відображає результати впровадження цифрових технологій в життя суспільства: підвищення продуктивності праці, зниження витрат виробництва, зростання конкурентоспроможності бізнесу, зниження бідності та соціальної нерівності [1].

Згідно з визначенням Європейської комісії, цифрова економіка – це економіка, яка залежить від цифрових технологій. Якщо проаналізувати всі наведені визначення, можна дати наступне визначення цифрову економіку – це економіка, в основі якої лежать цифрові технології. У свою чергу, в загальному розумінні цифрові технології являють собою дискретну систему базування і трансляції інформаційних даних, які дозволяють вирішувати будь-які завдання в короткий період часу.

Цифрові технології – це технології, які дозволяють збирати, зберігати, передавати, обробляти дані в електронному вигляді. Саме цифрові технології будуть визначати формування і розвиток господарської діяльності країн в майбутньому. Для України основою розвитку цифрової економіки, будуть виступати: великі дані, штучний інтелект, квантові технології, нові виробничі технології, промисловий інтелект і інші. Всі ці напрямки отримали назву «наскрізні» технології, тобто технології, які можуть радикально