

області, на території якої підприємство здійснює господарську діяльність та до якої відносяться ринки залучення фінансових ресурсів та реалізації продукції, по-друге, оцінки загального рівня розвитку галузі та аналогічних підприємств сировинно-продуктового комплексу, а надалі розгляду основних фінансово-економічних показників діяльності конкретного суб'єкта господарювання, що суттєво спричиняють вплив на їх інвестиційну привабливість [4, с.59].

Оцінка інвестиційної привабливості підприємства, що являє собою інтегральну характеристику суб'єкта господарювання як об'єкта інвестування в майбутньому із врахуванням сукупності впливових зовнішніх та внутрішніх факторів, перспективних аспектів розвитку та можливостей залучення інвестиційних ресурсів [3, с.199] потребує розробки і використання певних методик, які нададуть інвестору фінансово-економічну характеристику об'єкта майбутнього інвестування. Ідентифікатором доцільності вкладення коштів можуть служити результати застосування методу рейтингової оцінки (на основі даних фінансової звітності) та інтегральної оцінки (затвердженої наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій).

Список використаних джерел

1. Буряк А. В. Інвестиційно-інноваційне прискорення розвитку аграрних підприємств : монографія / А. В. Буряк. 2011. 204 с.
2. Davydenko N., Skrypnyk H. Titenko Z. (2019) Investment attractiveness of agricultural enterprises. Economic Science for Rural Development Conference Proceedings . 2019, Issue 52, p242-247. 6p.
3. Davydenko, N. M., Skrypnyk, H. O., Titenko, Z. M., and Zhovnirensko, O. V. (2019). Modeling of the optimum level of financial provision of Ukrainian enterprises innovative activities. Global Journal of Environmental Science and Management, vol.5(SI), pp.197–205. <https://doi.org/10.22034/GJESM.2019.05.SI.22>.
4. Davydenko N., Buryak A., Demyanenko I., Buryak M. (2021) Assessment of the Components of Financial Potential of the Regions of Ukraine. Journal of Optimization in Industrial Engineering, Vol.14, Issue 1, Winter&Spring 2021, 57-62 DOI: 10.22094/JOIE.2020.677816

Вишневецька М. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОБґРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Кожний економічний суб'єкт ставить за мету своєї діяльності отримання стійкої ринкової позиції за забезпечення стратегічного розвитку. Успішна підприємницька діяльність базується на розробці ефективної стратегії, яка у довгостроковому періоді забезпечить фінансову стійкість підприємства у сучасному ринковому середовищі та її конкурентоспроможність за рахунок покращення основних показників діяльності. Можна стверджувати, що рівень

прибутковості впливає на рівень конкурентоспроможності, інвестиційну привабливість, фінансовий стан та ділову активність підприємства. Отже, прибутковість підприємства є важливим показником його розвитку.

У сучасному середовищі прибуток є стимулом для кожного підприємства, тому головним завданням для підприємця є розробка стратегії формування прибутку, управління ним та збільшення прибутковості підприємства.

Прибутковість – це «економічне явище, яке виникає внаслідок отриманого позитивного фінансового результату від здійснення підприємницької діяльності, в цілому, це перевищення доходу над здійсненими витратами в достатньому розмірі для ефективного подальшого функціонування» [1].

Щоб надалі розвиток підприємства був зростаючим та успішним, треба його забезпечити ефективною стратегією підвищення прибутковості. Для цього важливо визначити фактори впливу на показники прибутковості та розробити стратегію орієнтовану на підвищення прибутку.

Під стратегією підвищення прибутковості розуміють невід’ємну складову системи організації підприємницької діяльності. Вона є сукупністю взаємопов’язаних та взаємозалежних етапів, які мають чітко сформульовані цілі, завдання, функції, методи, інструменти, які допомагають досягнути тактичних (забезпечення та підтримання прийнятого рівня прибутковості) та стратегічних цілей (збільшення прибутковості).

Для обґрунтування стратегії підвищення прибутковості повинні бути виконані певні етапи, які зображені на рис. 1.

Також існують три основні типи стратегій, на основі яких розробляється індивідуальна стратегія для підприємства:

1. Наступальна або агресивна стратегія. Ця стратегія має за мету забезпечити збільшення рівня реалізованої продукції (робіт, послуг) через стимулювання збуту та стабільного рівня витрат, після чого буде спостерігатися підвищення прибутковості.

2. Захисна стратегія. Ця стратегія має за мету забезпечити контроль витрат, їх зниження для підвищення прибутку суб’єкта господарювання. Стратегія має ефективний результат у довгостроковій перспективі.

3. Диверсифікована стратегія. Ця стратегія виступає проміжним варіантом між наступальною та захисною стратегіями. Вона допомагає обрати переваги та усунути недоліки двох стратегій.

Також щоб збільшити прибутковість підприємства, можна використовувати додаткові стратегії, які направлені на кінцевого покупця продукції. Адже між покупцем та підприємцем повинен бути взаємозв’язок, який допоможе контролювати обсяг продажів у майбутньому та який дає змогу створити постійну базу покупців. Контакт з покупцем завжди дозволить перенаправити потік з клієнтами до певних дистриб’юторів і не втратити продажі, якщо трапиться розрив поставок з певною роздрібною мережею. Стратегічні підходи з орієнтування на клієнта дадуть змогу посилити

конкурентоспроможність, заволодіти новими ринками збуту, збільшити продажі і за підсумком всіх цих дій збільшити прибутковість підприємства.



Рис. 1. Етапи обґрунтування стратегії підвищення прибутковості [2]

Отже, прибутковість підприємства характеризується здатністю отримувати прибуток та ефективним відтворенням використаних ресурсів, тому в умовах нестабільного розвитку економіки на підприємствах стоїть стратегічне завдання збільшення прибутковості. При розробці стратегії підвищення прибутковості необхідно чітко сформулювати цілі підприємства, його специфіку розвитку, обґрунтувати кожен етап стратегії, на якому важливо враховувати всі фактори подальшого розвитку для оптимального визначення прибутковості.

Список використаних джерел

1. Єпіфанова І.Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. Економіка та суспільство. 2016. №3 С. 189-192.
2. Талавіра Є.В., Золотарьова А.В. Розробка стратегії управління прибутком торговельних підприємств. Ефективна економіка. 2019. № 7. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.7.34
3. Усатюк В.В., Мартиненко В.П. Напрями підвищення прибутковості підприємства. Актуальні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць молодих вчених. 2015. № 9. С. 43-48.

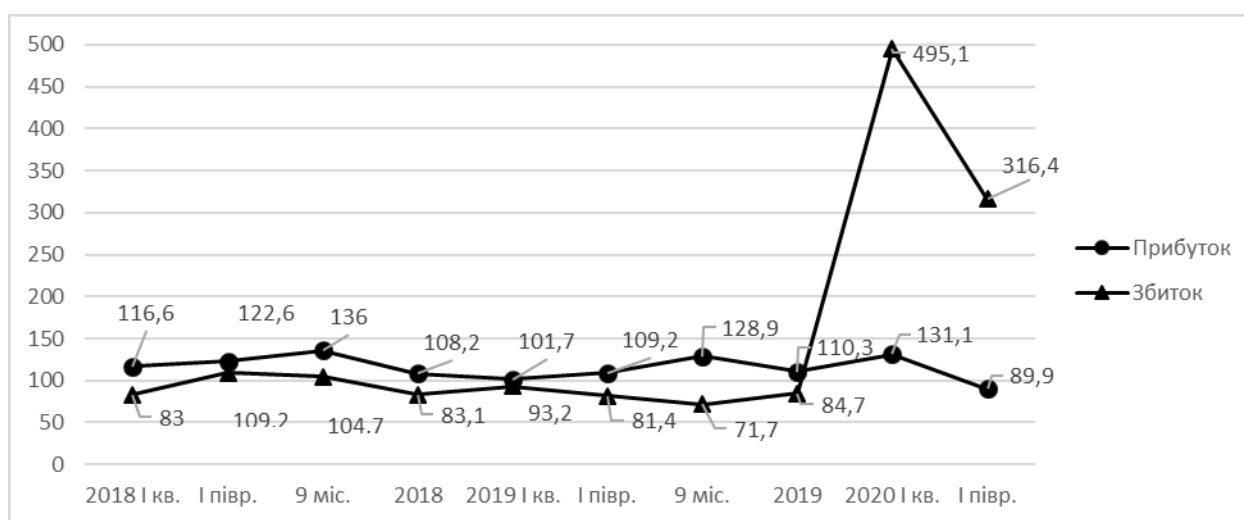
- Гринько Т.В. Формування стратегії розвитку вітчизняних підприємств / Т.В. Гринько // Прикладна статистика: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць, К.: ТОВ «Видавничо-поліграфічний дім «Формат», 2013. – Випуск 13. – С. 67-72.
- Гринько Т.В. Обґрунтування стратегії зниження витрат підприємства / Т.В. Гринько // Економічний вісник «Запорізької державної інженерної академії», 2016. – Вип. 2. – С. 102-105.

Вишневецька М. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)
**ОСОБЛИВОСТІ ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА
В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ**

Рік тому пандемія вплинула на всі сфери життя людини, особливо вона залишила відбиток на діяльності підприємств. Майже кожне підприємство зазнало великих збитків, тому що не змогло відразу переорієнтуватися на нові умови життя. Відповідно показники прибутковості підприємств знижались, що свідчило про не ефективність діючої стратегії в умовах пандемії.

За статистичними відомостями фінансовий результат до оподаткування українських підприємств за січень-червень 2020 року становив 29,2 млрд. грн. Це в 7,5 разів менше, ніж за перше півріччя 2019 року, коли прибуток підприємств склав 218,1 млрд. грн [1]. Також можна побачити в динаміці темпи зростання та зниження прибутку та збитків українських підприємств на рисунку 1.



**Рис. 1. Темпи зростання (зниження) прибутку та збитків
(у % до відповідного періоду попереднього року) [1]**

За статистичними відомостями прибуток підприємств у січні-березні 2020 року склав 262,4 млрд. грн, що на 29,4% більше, ніж у першому кварталі 2019 року. Однак сума збитків за перший квартал 2020 року склала 233,2 млрд. грн, що на 401,9%