

### Література:

- Базака Р. В., Яковенко Р. В., Нестеренко Т. С., Тертиця О. О. Спільноти за інтересами в системі маркетингових комунікацій. *Агросвіт*. 2023. № 13. С. 39-45. DOI: 0.32702/2306-6792.2023.13.39.
- Вертегел С. Я. PR-технології : сучасна специфіка комунікацій. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2018. № 2 (37). С. 257–262.
- Зеліч В. В. Використання PR-технологій як інструмент маркетингових комунікацій у просуванні компанії. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2022. № 1 (124). С. 77–82.
- Королько В. Г. Основи публік рилейшнз : посіб. Київ : [б.в.], 1997. 334 с.
- Рябов І. Б., Шевкопляс І. М. Особливості та сучасні тенденції застосування системи digital-маркетингу на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12\\_2020/95.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/95.pdf) (дата звернення: 20.03.2023).

**Барабаш М.В.**

здобувач гр. МЕ-22М

**Горпинченко О.В.**

канд. екон. наук., доцент

Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький, Україна

## ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ВИКЛИКИ ТА РЕЗЕРВИ

Сучасний етап розвитку вітчизняної економіки має дуже негативну тенденцію. Для підприємств у такій ситуації характерне зниження ділової активності, поширення тінізації, скорочення та заморожування інвестиційних проектів, припинення діяльності загалом. Крім цих факторів, існує ряд чинників, які впливають на прибутковість підприємств.

Кінцеві результати організаційної діяльності, такі як обсяг виробництва, собівартість, прибуток, рентабельність і стабільність фінансового стану, значною мірою залежать від якості і собівартості продукції, технічного рівня оснащення підприємства, ефективності виробництва, використання основних засобів. З огляду на це, підвищення прибутковості підприємств є одним із головних завдань на сучасному етапі розвитку українського ринку. Від вирішення цього завдання залежить фінансове становище як самого підприємства та конкурентоспроможність його продукції на ринку, так і фінансове становище та конкурентоспроможність країни в цілому.

Прибутковість підприємства виступає одним із найважливіших показників його діяльності, оскільки практично всі комерційні підприємства створюються з метою отримання прибутку. Якщо підприємство отримує чистий прибуток, воно має додаткові ресурси для інвестування у власну діяльність, оновлення основних фондів, розширення виробництва, виплату дивідендів, а тому є більш привабливим для інвестування.

У цьому випадку держава отримує додаткові надходження до бюджету у вигляді податкових надходжень і збільшення кількості зайнятих робочих місць, що в результаті також призводить до поповнення місцевих бюджетів за рахунок відповідних податкових відрахувань.

Таким чином, можна сказати, що прибутковість бізнесу важлива не тільки для самого бізнесу, а й для території його базування: від селища до країни в цілому.

На основі аналізу теоретичних основ підвищення прибутковості підприємства, попереднього аналізу українського ринку та комплексного аналізу фінансово-господарської

діяльності досліджуваних підприємств [1] нами було визначено ключові фактори підвищення прибутковості підприємства.

Варто зазначити, що для кожного підприємства кількість факторів, які можна використовувати у якості резервів для підвищення прибутковості підприємства, різна, залежно від конкретних умов і особливостей його функціонування та можливостей керівництва та персоналу зокрема.

Поряд із тим, до найбільш поширених резервів підвищення прибутковості підприємства слід віднести:

1) Фактори, пов'язані з продажем продукції:

- підвищення ефективності діяльності підприємства з продажу продукції. Перш за все, слід приділяти більше уваги підвищенню швидкості руху оборотних коштів, скороченню різного роду запасів, досягненню якнайшвидшої доставки готової продукції від виробників до споживачів;

- впровадження ефективної цінової політики та диференціація певної категорії покупців;

- суворе дотримання укладених договорів на поставку продукції;

- удосконалення рекламних кампаній і підвищення ефективності окремих рекламних заходів;

- підвищення відпускної ціни при поліпшенні якості продукції.

2) Фактори, пов'язані з використанням виробничого обладнання, сировини та основних засобів:

- збільшення виробництва продукції за рахунок більш повного використання виробничих потужностей підприємства;

- зниження собівартості продукції за рахунок підвищення продуктивності праці та раціонального використання обладнання, сировини, матеріалів, палива, електроенергії;

- використання найсучасніших засобів механізації та автоматизації виробництва продукції;

- позбавлення від зайвого та невстановленого обладнання шляхом продажу чи оренди;

- впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, підвищуючи тим самим продуктивність праці.

3) Фактори, пов'язані з використанням трудових ресурсів:

- реалізація масштабної та ефективної політики у сфері підготовки персоналу, яка є особливою формою капіталовкладень;

- проведення заходів, спрямованих на поліпшення трудового клімату в колективі.

Отже, варто відзначити, що вищезгадані фактори можуть позитивно вплинути на прибутковість підприємства, що актуалізує їх використання в якості резервів для будь-якого підприємства незалежно від масштабів діяльності. Більше того, підприємствам необхідно одночасно використовувати можливості як всередині підприємства для підвищення продуктивності, так і адаптуватися до зовнішніх впливів і використовувати їх задля підвищення продуктивності.

Таким чином, ефективне управління факторами та їх поєднання в продуманих стратегіях дозволить максимізувати прибутковість будь-якого бізнесу.

### **Література:**

1. Портал відкритих даних. URL: [https://data.gov.ua/dataset/24069422-5825-41f6-81f7-89567e5e2ac9?fbclid=IwAR3KdGE\\_Xl5mjtFVYqkwjiQYuZJiqM9W1VB9PpjgbrRPbVbVRh4x2sWO0k0](https://data.gov.ua/dataset/24069422-5825-41f6-81f7-89567e5e2ac9?fbclid=IwAR3KdGE_Xl5mjtFVYqkwjiQYuZJiqM9W1VB9PpjgbrRPbVbVRh4x2sWO0k0) (дата звернення 10.12.2023)