

***С.О. ВАСИЛЬЦОВА, Р.Г. МАЙСТРО, К.С. ЛИТВИН***

### **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

У статті проаналізовано сутність таких важливих категорій як прибуток та рентабельність. Були виявлені фактори як зовнішні так і внутрішні, які мають великий вплив на ці категорії. Були розглянуті умови сучасного ринку та ситуацією, викликаною пандемією COVID-19. Спад економіки, скорочення купівельної спроможності, відсутність підтримки (або її неефективність) з боку держави призвели до скорочення виробництва, або навіть зупинки цілих галузей господарства. Головною метою дослідження є виявлення, яким чином пандемія COVID-19 та карантинні обмеження вплинули на показники виручки, обсяг наданих послуг, тощо; які заходи було вжито для збільшення прибутку у бізнесі; які ризики можливо очікувати внаслідок повторного введення локдауну в Україні. Аналіз рентабельності реалізованої продукції дозволило зрозуміти, на які товари потрібно звертати особливу увагу при їх продажі або взагалі вивести з реалізації, щоб скоротити витрати на їх виробництво враховуючи потреби сучасного ринку. Аналіз рентабельності продажів в рамках комплексної оцінки ефективності результатів підприємства дає можливість розглянути прибуток в декількох її видах. Співвідношення валового прибутку і виручки показує, яку суму від продажу продукції організація може використовувати, що покрити комерційні та управлінські витрати. У зв'язку з цим, підвищення рентабельності організації буде ключовим напрямком діяльності в сучасних умовах, пов'язаних з оптимізацією наявних витрат і підвищенням передбачуваних доходів. Зробивши певний аналіз середнього рівня рентабельності, з'являється можливість визначити, яка саме продукція і які конкретно підрозділи підприємства створюють необхідний рівень прибутковості, а які призводять до збитків. Подібна інформація в умовах особливо конкурентної ринкової економіки є найбільш важливою, так як фінансові показники напряму залежатимуть від спеціалізації і концентрації виробництва. Зроблено висновок, що підвищення рентабельності підприємств в сучасних умовах набуває першорядну роль, і керівництву організації 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.

**Ключові слова:** прибуток; рентабельність; фактори; підприємство; ринок; продукція

***С.А. ВАСИЛЬЦОВА, Р.Г. МАЙСТРО, К.С. ЛИТВИН***

### **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛЬНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

В статье проанализированы сущность таких важных категорий как прибыль и рентабельность. Были выявлены факторы как внешние так и внутренние, которые имеют большое влияние на эти категории. Были рассмотрены условия современного рынка и ситуация, вызванная пандемией COVID-19. Спад экономики, сокращение покупательной способности, отсутствие поддержки (или ее неэффективность) со стороны государства привели к сокращению производства, или даже остановки целых отраслей хозяйства. Главной целью исследования является выявление, каким образом пандемия COVID-19 и карантин повлияли на показатели выручки, объем предоставленных услуг и т.д.; какие меры были приняты для увеличения прибыли в бизнесе; риски можно ожидать в результате повторного введения локдауну в Украине. Анализ рентабельности реализованной продукции позволяет понять, на какие товары нужно обращать особое внимание при их продаже или вообще вывести из реализации, чтобы сократить затраты на их производство учитывая потребности современного рынка. Анализ рентабельности продаж в рамках комплексной оценки эффективности результатов предприятия дает возможность рассмотреть прибыль в нескольких ее видах. Соотношение валовой прибыли и выручки показывает, какую сумму от продажи продукции организация может использовать, что покрыть коммерческие и управленческие расходы. В связи с этим, повышение рентабельности организации будет ключевым направлением деятельности в современных условиях, связанных с оптимизацией имеющихся расходов и повышению предполагаемых доходов. Сделав определенный анализ среднего уровня рентабельности, появляется возможность определить, какая именно продукция и какие конкретно подразделения предприятия создают необходимый уровень доходности, а какие приводят к убыткам. Подобная информация в условиях особенно конкурентной рыночной экономики является наиболее важной, так как финансовые показатели напрямую зависят от специализации и концентрации производства. Сделан вывод, что повышение рентабельности предприятий в современных условиях приобретает первостепенную роль, и руководству организации необходимо использовать все возможные пути повышения данного показателя, с целью увеличения прибыли, в итоге скажется на улучшении эффективности деятельности самого хозяйствующего субъекта в целом.

**Ключевые слова:** прибыль; рентабельность; факторы; предприятие; рынок, продукция

***S.O. VASYLTSOVA, P.G. MAISTRO, K.S. LITVIN***

### **WAYS TO INCREASE THE PROFITABILITY OF THE ENTERPRISE IN MODERN CONDITIONS**

The article analyzes the essence of such important categories as profit and profitability. Factors, both external and internal, have been identified that have a large impact on these categories. The conditions of the modern market and the situation caused by the COVID-19 pandemic were considered. The main purpose of the study is to identify how the COVID-19 pandemic and quarantine restrictions affected revenue, service delivery, etc.; what measures have been taken to increase profits in business; what risks can be expected due to the re-introduction of lockdown in Ukraine. The analysis of profitability of the realized production will allow to understand, to what goods it is necessary to pay special attention at their sale or in general to withdraw from realization to reduce expenses for their manufacture considering needs of the modern market. The analysis of profitability of sales within the limits of a complex estimation of efficiency of results of the enterprise gives the chance to consider profit in several its kinds. The ratio of gross profit and revenue shows how much from the sale of products the organization can use to cover commercial and administrative costs. In this regard, increasing the profitability of the organization will be a key area of activity in today's environment, associated with the optimization of existing costs and increase projected revenues. Having made a certain analysis of the average level of profitability, it is possible to determine which products and which specific units of the enterprise create the required level of profitability, and which lead to losses. Such information is most important in a particularly competitive market economy, as financial performance will depend on specialization and concentration of production. It is concluded that increasing the profitability of enterprises in modern conditions is of paramount importance, and management needs to use all possible ways to increase this indicator, in order to increase profits, which will ultimately affect the efficiency of the business entity as a whole.

The economic downturn, reduced purchasing power, lack of support (or inefficiency) from the state have led to a reduction in production, or even the shutdown of entire sectors of the economy.

**Keywords:** profit; profitability; factors; enterprise; market, products

Вступ. У зв'язку ситуацією, викликаною пандемією COVID-19, українські підприємства у 2020 – 2021 рр. опинилися на межі виживання. Спад економіки, скорочення купівельної спроможності, відсутність підтримки (або її неефективність) з боку держави призвели до скорочення виробництва, або навіть зупинки цілих галузей господарства.

В цих умовах держава запровадила жорстку регуляторну політику, що створила перепони для роботи, знижуючи рентабельність бізнесу. Насамперед під загрозою опинилися малі та середні підприємства. Великі корпорації також змушені скорочувати штат, відправляючи працівників у безкоштовні відпустки.

Одже, дуже важливо отримати інформації від власників та топ-менеджменту українських компаній: яким чином пандемія COVID-19 та карантинні обмеження вплинули на показники виручки, кількість контрактів і клієнтів, обсяг наданих послуг, тощо; які заходи було вжито для зменшення впливу кризи на бізнес; як відбувалася трансформація операційної діяльності; які ризики очікуються внаслідок повторного введення локдауну в Україні.

Аналіз стану питання. Пандемія COVID-19 змінила весь світ, і Україна не є винятком. Найбільш негативні наслідки через обмеження пересування, самоізоляцію, запровадження режиму карантину у країні відчули наступні внутрішньо-орієнтовані галузі: транспорт (в першу чергу, авіаційний), туризм (зовнішній і внутрішній), інші послуги (зокрема, організація харчування, спорт, розваги, мистецтво та відпочинок).

Внаслідок уповільнення розвитку світової економіки через пандемію, а також відповідного падіння цін та попиту на світових ринках негативні ефекти відчули і ряд експортно-орієнтованих галузей економіки, зокрема металургія, машинобудування.

Вторинні ефекти від суттєвого зниження споживчої активності населення та відповідно уповільнення динаміки розвитку економіки в цілому відчувають такі сфери як фінансова діяльність та операції з нерухомим майном, роздрібна торгівля непродовольчими товарами та відповідно промислові виробники непродовольчих товарів.

Скорочення попиту з боку країн-світових лідерів, а саме зміна кон'юнктури зовнішнього ринку під впливом пандемії напряму, вплинуло на діяльності добувних галузей по всьому світу, а не лише в Україні. Отже саме це, а не якісь особливі внутрішні проблеми, спричинили суттєве падіння добувної, а також частини переробних галузей (в першу чергу, металургії – падіння на 11,7% за січень-жовтень 2020 року). До проблем переробних галузей, створених під впливом світової паузи під час карантину, також слід додати перебої і логістичні проблеми із постачанням проміжної продукції, необхідної для виробництва.

Тому зараз дуже важливо зробити правильні висновки підприємствам з ситуації, що склалася і розробити певну методику поведінки для реагування на подібні випадки в майбутньому

Мета роботи. Головною метою дослідження є виявлення, яким чином пандемія COVID-19 та карантинні обмеження вплинули на показники виручки, обсяг наданих послуг, тощо; які заходи було вжито для збільшення прибутку у бізнесі; які ризики

можливо очікувати внаслідок повторного введення локдауну в Україні.

Метою даної статті є дослідження теоретичних і практичних засад підвищення прибутковості підприємств в умовах, що склалися ринку.

Аналіз основних досягнень і літератури. Підсумковим, важливою ознакою загальної віддачі від виробництва в умовах економіки вільного ринку виступають прибутковість і рентабельність. Управління рентабельністю (планування, об'рунтування та аналіз-контроль) є одним із головних завдань підприємства. Даний показник дозволяє виявити помилки в господарській діяльності, вказати керівництву на шляху подальшого розвитку та виявити резерви максимального збільшення прибутку [2]. Актуальність даної теми визначена тим, що в сучасних умовах без якісного аналізу рентабельності діяльності підприємства і виявлення чинників, які впливають на цей показник, неможливо підвищити рівень одержуваних доходів.

У науковій літературі для визначення рентабельності склалося два основних підходи.

Перша група економістів об'єднує рентабельність з категорією прибутку. «Безпосередньо з категорією прибутку, – відзначає Атлас М.С., – пов'язано використання в соціалістичному суспільстві іншої вартісної категорії – рентабельності».

Основне питання полягає в неможливості існування без прибутку поняття рентабельності як фінансового співвідношення.

Цаголова Н.А., Черковца В.Н., Медведєва В.А., Дзарасова С.С і багато інших вчених-економістів звужили поняття рентабельності, визначивши його системою господарювання і прибутковістю підприємства. Але, на сьогоднішній день мало проводиться досліджень з питань шляхів підвищення рентабельності підприємств в сучасних умовах.

Викладення основного матеріалу дослідження. В даний час економічна ситуація в світі змінюється практично щодня. Підприємцям постійно доводиться думати, як максимізувати свій прибуток, складаючи тактичні і стратегічні плани. Ситуацію ускладнює те, що кожна галузь має свої індивідуальні особливості збільшення прибутку і немає єдиної відповіді, як домогтися високої рентабельності підприємства.

Джерелами прибутку в організації можуть бути:

- а) зниження собівартості продукції;
- б) диверсифікація виробництва;
- в) впровадження бюджетування і фінансового планування;
- г) зниження витрат;
- д) відкриття нових ринків збуту;
- е) конкурентна перевага;
- ж) збільшення обсягів реалізованої продукції;
- з) продаж або здача в оренду невикористаного майна;
- и) впровадження новітніх технологій і обладнання на виробництві;
- к) реструктуризація.

Можливо виділити такі шляхи, методи і способи збільшення прибутку компанії:

Мотивація співробітників є одним з найдієвіших способів збільшення прибутку. Необхідно показати

працівникам, що їх особистий дохід залежить від рентабельності підприємства. Це підштовхне їх до того, щоб якомога більше зусиль вкладати в свою роботу.

Впровадження нових технологій, автоматизація виробництва призведе до можливості скорочення штату співробітників, а відповідно, зменшить витрати на заробітну плату.

Найризикованішим способом буде збільшення цін. Для використання цього методу виробник повинен бути впевнений в тому, що покупці готові купувати товар, навіть при підвищенні цін.

Ще один шлях – зниження собівартості. Але, важливо розуміти, що зниження собівартості завжди веде до зниження якості продукції. Через це велика частина покупців може піти до конкурентів. Даний спосіб більше підходить для масового виробництва.

Є також багато фактори які дозволяють знайти резерви збільшення прибутку і рентабельності фірми. І не завжди можна точно оцінити ступінь впливу того чи іншого фактора.

Можна розділити фактори, що впливають на величину прибутку, на внутрішні і зовнішні.

До зовнішніх (неконтрольованим) факторів належать:

- а) надзвичайні події (наприклад, пандемія COVID-19);
- б) політичні зміни в країні;
- в) зміни в законодавстві;
- г) конкуренти;
- д) соціальні умови в державі;
- е) інфляційні процеси;
- ж) зміни в банківському і фінансовому секторі економіки;
- з) постачальники і партнери;
- и) покупці.

Внутрішні (контрольовані) фактори:

- а) фінансова політика всередині підприємства;
- б) соціальні (тренінги та курси для працівників підприємства);
- в) впровадження нових технологій;
- г) випуск нової продукції.

Збільшення валового прибутку за рахунок збільшення товарообігу неминує веде до збільшення валового прибутку підприємства. З цієї причини важливо відстежувати динаміку і стежити за тим, щоб обсяги виробництва були стабільними. Негативно впливає нереалізована продукція, що лежить на складі. Щоб цьому запобігти, можна реалізовувати продукцію зі знижками.

Аналіз рентабельності реалізованої продукції дозволить зрозуміти, на які товари потрібно звертати особливу увагу при їх продажу або взагалі вивести з реалізації, щоб скоротити витрати на їх виробництво.

Оцінка основних фондів дозволить зрозуміти, чи приносять вони валовий прибуток. В іншому випадку, нерентабельні основні фонди краще буде розпродати.

До основного заходу щодо збільшення прибутку можна віднести планування прибутку.

Планування прибутку можна здійснити трьома різними методами:

- а) прямого рахунку;
- б) взаємозв'язку виручки;

в) аналітичного підходу.

Перший метод є найпоширенішим в організаціях. Суть методу в тому, що прибуток обчислюється як різниця між виручкою від продажу товарів і її повною собівартістю.

Суть другого методу полягає в угрупованні витрат на постійні і змінні.

Аналітичний метод застосовується як доповнення до методу прямого рахунку і застосовується в основному при великому асортименті продукції, що реалізовується.

Існує кілька стратегій щодо збільшення прибутку:

- а) створення нових товарів. Дозволяє розширити коло клієнтів і розширити сферу бізнесу;
- б) система перехресних продажів. Даний спосіб актуальний в інтернет-магазинах. Коли покупець вибирає товар, то у нього спливають рекомендації схожого товару, який його міг би зацікавити;
- в) система регулярних торкань. Більшість підприємств сповіщають своїх клієнтів про знижки або випуску нових товарів 2-3 рази. Якщо клієнт після цього нічого не купив, то його вносять до списку безнадійних. Але, як показує досвід багатьох компаній, якщо оповіщати клієнта 7-8 разів, то відсоток продажів істотно зростає;
- г) навчальний маркетинг. Суть цього методу полягає в тому, що перш ніж щось продати своєму потенційному клієнтові, спочатку його потрібно навчити чомусь корисному, що допоможе вирішити його проблеми.

Такий показник як рентабельність допомагає оцінити ефективність управління підприємством, отже, високий прибуток і прибутковість підприємства багато в чому обумовлено раціональністю управлінських рішень, що приймаються на підприємстві. Звідси, про рентабельність можна говорити як про один із критеріїв якості управління.

Рентабельність можливо розглядати як двокомпонентну складову [6]:

- а) рентабельність господарської діяльності, що представляє собою результат від операційної діяльності (на рентабельність впливає облікова політика);
- б) потенційна рентабельність, представлена у вигляді доходу від володіння цінними паперами, довгостроковими зобов'язаннями і товарно-матеріальних цінностей.

Тому, підприємство є рентабельним в тому випадку, якщо виручка від реалізації продукції більше витрат виробництва, а також формується необхідна маса прибутку для безперервної діяльності організації. Показники рентабельності схильні до менш спотворює впливу інфляції, ніж показники прибутку, так як рентабельність являє собою відношення результату і ресурсів.

Аналіз рентабельності продажів в рамках комплексної оцінки ефективності результатів підприємства дає можливість розглянути прибуток в декількох її видах. Співвідношення валового прибутку і виручки показує, яку суму від продажу продукції організація може використовувати, що покрити комерційні та управлінські витрати. Якщо розглядати прибуток від продажів виручки, то отримуємо «чистоту

аналітичного експерименту», тобто цей показник не схильний до впливу таких статей як інші доходи і витрати.

Даний показник допомагає оцінити ефективність управління продажами продукції. У разі співвідношення прибутку до оподаткування і виручки враховується вплив інших факторів, в тому числі податкового. Також буде знижуватися «якість» прибути при сильнішому впливі інших витрат. Використовуючи суму чистого прибутку в розрахунку, отримуємо завершальний показник в системі показників рентабельності продажів, що відображає вплив всієї сукупності доходів і витрат.

У зв'язку з цим, підвищення рентабельності організації буде ключовим напрямком діяльності в сучасних умовах, пов'язаних з оптимізацією наявних витрат і підвищенню передбачуваних доходів.

Одним з подібних шляхів збільшення рентабельності на підприємстві є фінансовий контролінг. Дана система забезпечує зосередження вирішальних дій з головних напрямків фінансової системи підприємства, яка дозволяє виявити відхилення фактичних результатів від нормативних, і використання грамотного менеджменту з метою підвищення ефективності діяльності підприємства. Саме контролінг забезпечує керівництво організації потрібними інформаційними даними. На будь-якому підприємстві контролінг включає такі елементи як планування, постановка цілей, контроль за виконанням, а також прийняття рішень [9]. Підтримка ліквідності – головне завдання фінансового контролінгу, що позначає готовність підприємства погасити заборгованості в будь-який момент. Стійка платоспроможність досягається разом з необхідним рівнем рентабельності.

Підвищення рентабельності в умовах підвищеної конкуренції – першорядне завдання підприємства. Основним джерелом вільних грошових коштів організації є виручка, отримана підприємством у результаті реалізації виробленої продукції. Звідси, головний напрямок діяльності господарського суб'єкта це, перш за все, підвищення рентабельності, використовуючи метод зниження можливих витрат і дотримуючись відповідний режим економії і більш ефективно використовуючи ресурси, що знаходяться в розпорядженні організації. Даніми витратами визначається рівень доходів і структура собівартості. Так як витрати на сировину займають значну частку в структурі, то підвищення рівня рентабельності підприємства і зменшення вартості продукції, що випускається помітно вплинуть і на розмір отриманого прибутку. Це дає можливість отримати збільшену прибуток, що, безумовно, позитивно позначиться на показнику беззбиткової роботи підприємства.

Розрахунок планованої рентабельності проводиться методом зіставлення обсягу валового прибутку або доходу компанії з здійснюваними витратами на виробництво або з об'ємом застосовуваних ресурсів.

Провівши певний аналіз середнього рівня рентабельності, з'являється можливість визначити, яка саме продукція і які конкретно підрозділи підприємства створюють необхідний рівень

прибутковості, а які призводять до збитків. Подібна інформація в умовах особливо конкурентної ринкової економіки є найбільш важливою, так як фінансові показники напряму залежатимуть від спеціалізації і концентрації виробництва.

Для успішного розвитку будь-якого підприємства та забезпечення ефективності його діяльності необхідно постійно працювати над пошуком шляхів підвищення прибутковості підприємства. Дуже важливим моментом у діяльності підприємства є виявлення та кількісне вимірювання впливу факторів на показники прибутковості підприємства, пошук резервів зростання рентабельності роботи підприємства та обґрунтування і розробка заходів щодо використання виявлених резервів

Висновки. Таким чином, підвищення рентабельності 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. Вкрай важливо відстежувати фактори, які надають великий вплив на основні показники діяльності підприємства

З вищезазначеного можна сказати, що для того, щоб збільшити прибутковість підприємства необхідно проводити детальний аналіз внутрішніх можливостей підприємства, тобто розглянути усі резерви зниження собівартості продукції, а також зосередити увагу на взаємодії з ринком, тобто детально аналізувати ситуацію на ньому, знайти «свого» споживача та проводити правильну цінову політику.

#### Список літератури

1. Фінансова аналітика: Шляхи збільшення прибутку на підприємстві [Електронний ресурс]. URL: [www.finalearn.com](http://www.finalearn.com)
2. Шляга О. В. Шляхи підвищення ефективності роботи підприємства. Київ: Кондор, 2012. 352 с.
3. Єпіфанова І. Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. Економіка і суспільство. 2016. №3. С. 189 – 192.
4. Афанасьєв М. В. Економіка підприємства. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2013. 585 с.
5. Кучерява А. С. Прибутковість підприємства та шляхи її підвищення. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. 2015. №40. С. 38 – 41.
6. Мелень О.В. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення. Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр. темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. Харків : НТУ «ХПІ». 2015. №25 С. 123 – 126.
7. Мелень О.В. Актуальність питань розробки напрямів підвищення прибутковості підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. №8. С. 91 – 94.
8. Лойко В.В. Шляхи збільшення обсягу прибутку та підвищення дієвості управління прибутком промислового підприємства в сучасних умовах господарювання. Международный научный журнал. 2015. №7. С. 68 – 71.
9. Системна криза в Україні: передумови, ризики, шляхи подолання : аналіт. доп. / [Я.А. Жаліло, К.А. Кононенко, В.М. Яблонський та ін.] ; за заг. ред. Я.А. Жаліла. Київ : Вид-во НІСД, 2014. 132 с.
10. Романова Т.В. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах. Ефективна економіка. 2015. № 4.
11. Чигрина К.О. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення. Науковий огляд. 2015. № 12
12. Ярошевич Н.Б. Фінанси підприємств: [навч. посіб.]. Київ, 2012. 341 с.

13. Офіційний сайт Державної служби статистики [Електронний ресурс]. URL.: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

#### References (transliterated)

1. Fininsova analitika: Shliakhy zbilshennia prybutku na pidpriemstvi [Financial analytics: The girls who arrive at the enterprise]. Available at: URL: [www.finalearn.com](http://www.finalearn.com)

2. Shliaha O. V. Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti roboty pidpriemstv [Shlyakhi for the arrival at the enterprises]. Kiev: Kondor, 2012. 352 s.

3. Iepifanova I. Yu. Prybutkovist pidpriemstva: suchasni pidkhody do vyznachennia sutnosti [Welcome to the enterprise: just go to the day]. Ekonomika i suspilstvo [Economy and suspension]. 2016. No 3. pp. 189 – 192.

4. Afanasiev M. V. Ekonomika pidpriemstva [Economy of the enterprise]. Kharkiv: VD «NZhEK», 2013. 585 p.

5. Kucheriava A. S. Prybutkovist pidpriemstva ta shliakhy yii pidvyshchennia [Profitability of the enterprise and ways to increase it]. Problemy pidvyshchennia efektyvnosti infrastruktury [Problems of improving the efficiency of infrastructure]. 2015. no 40. pp. 38 – 41.

6. Melen O.V. Aktualni pytannia prybutkovosti pidpriemstva ta shliakhy yii zbilshennia [Current issues of profitability of the enterprise and ways to increase it]. Visnyk Nats. tekhn. un-tu «KhPI»: zb. nauk. pr. temat. vyp. : Tekhnichniy prohres i efektyvnist vyrobnyctva [Bulletin of the National tech. KhPI University: Coll. Science. etc. topic. issue : Technical progress and production efficiency]. Kharkiv. : NTU «KhPI». 2015. no 25 pp. 123 – 126.

7. Melen O.V. Aktualnist pytan rozrobky napriamiv pidvyshchennia prybutkovosti pidpriemstva [The urgency of the

development of areas to increase the profitability of the enterprise]. Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu [Scientific Bulletin of Kherson State University]. 2014. no8. pp. 91 – 94.

8. Loiko V.V. Shliakhy zbilshennia obsiahu prybutku ta pidvyshchennia diievosti upravlinnia prybutkom promyslovoho pidpriemstva v suchasnykh umovakh hospodariuvannia [Ways to increase profits and increase the efficiency of profit management of an industrial enterprise in modern business conditions]. Mezhdunarodni nauchni zhurnal [International scientific journal]. 2015. no7. pp. 68 – 71.

9. Systemna kryza v Ukraini: peredumovy, ryzyky, shliakhy podolannia : analit. Dop [Systemic crisis in Ukraine: preconditions, risks, ways to overcome]. [Ia.A. Zhalilo, K.A. Kono- nenko, V.M. Yablonskyi ta in.] ; za zah. red. Ya.A. Zhalila. Kiev : Vyd-vo NISD, 2014. 132 s.

10. Romanova T.V. Chynnyky, shcho vplyvaiut na zbilshennia prybutku pidpriemstv Ukrainy v suchasnykh umovakh [Factors influencing the increase in profits of Ukrainian enterprises in modern conditions]. Efektyvna ekonomika [Efficient economy]. 2015. no 4.

11. Chyhrina K.O. Rentabelnist pidpriemstva ta shliakhy yii pidvyshchennia [Profitability of the enterprise and ways to increase it]. Naukovyi ohliad [Scientific review]. 2015. no 12

12. Iaroshevych N.B. Finansy pidpriemstv: [navch. posib.] [Enterprise finance]. Kiev, 2012. 341 p.

13. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky [Official site of the State Statistics Service]. Available at: URL.: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

*Надійшла (received) 26.08.2021*

#### *Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

**Васильцова Світлана Олександрівна (Васильцова Святлана Александровна, Vasyltsova Svitlana Oleksandrivna)** – кандидат економічних наук, доцент, кафедра економіки і маркетингу Національного технічного університету «Харківського політехнічного інституту»; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3750-9922>; e – mail: [Svitlana.Vasyltsova@khp.edu.ua](mailto:Svitlana.Vasyltsova@khp.edu.ua)

**Майстро Руслана Григорівна (Майстро Руслана Григорьевна, Maistro Ruslana Grigorivna)** – кандидат економічних наук, доцент, кафедра економіки і маркетингу Національного технічного університету «Харківського політехнічного інституту»; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3645-0279>; e – mail: [Ruslana.Maistro@khp.edu.ua](mailto:Ruslana.Maistro@khp.edu.ua)

**Литвин Кирило Сергійович (Литвин Кирилл Сергеевич, Lytvyn Kyrylo Serhiiovych)** – магістр Національного технічного університету «Харківського політехнічного інституту»; м. Харків, Україна; e – mail: [Kiril.Litvin@khp.edu.ua](mailto:Kiril.Litvin@khp.edu.ua)