

снижает (демаркетинг), иррациональный спрос сводит до нуля (противодействующий маркетинг).

***ОЛЬШЕВСЬКА О.О., ЄРІС Г.М., ПАТИЦЬКА О.В.***

## **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ І РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Актуальність теми** полягає в тому, що формування та створення ринкової економіки потребує від підприємств України раціонального і економічно обґрунтованого підходу до планування своєї діяльності, до визначення стратегії фінансової і виробничої політики, аналізу й оцінки отриманих результатів. Саме завдяки вибору ефективних шляхів підвищення прибутковості і рентабельності підприємства залежить досягнення максимально можливого позитивного фінансового результату, а отже і розвиток кожного окремого підприємства та країни в цілому.

Серед авторів, які займаються питаннями прибутковості підприємницької діяльності, необхідно зазначити таких як Бандурка А.М, Савицька Г.В., Поддєрьогін. А.М., Бець М. П., Бутинець Ф. Ф. ,Заруба О.Д., Кононенко О., Цал-Цалко Ю.С та ін..

**Виклад основного матеріалу.** Прибуток є абсолютною величиною, основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Проте, більш об'єктивну оцінку можна отримати, використовуючи показників рентабельності, які представляють собою відносну характеристику ефективності діяльності підприємства і його фінансових результатів.

Можна виділити ряд найважливіших шляхів і факторів підвищення рентабельності підприємства, поділивши їх на внутрішні та зовнішні.

Зовнішні фактори:

- зниження податкового навантаження на підприємства;

- підтримання обмінного курсу гривні та митних тарифів;
- проведення ефективної банківської політик через зниження процентних ставок по кредитах та створення надійних механізмів рефінансування виробничої діяльності;
- значне розширення внутрішнього ринку.

Внутрішні фактори:

- створення умов для використання вітчизняного металу, що на сьогодні є економічно неефективним через високу ціну, яка зумовлена ціновою політикою природних монополій;
- створення резервних фондів, забезпечення виробничого процесу диверсифікованими фінансовими інструментами;
- покращення маркетингу, пов'язане з коригуванням стратегії і тактики маркетингу. Якщо неефективно працює відділ маркетингу, то підприємство втратить багато потенційних споживачів і ринків збуту продукції.
- усунення каналів втрати прибутку (виплата різних штрафів, пені, неустойок);
- підвищення якості продукції, її конкурентоспроможності. Це можна досягнути за рахунок зниження собівартості, покращення дизайну, зовнішнього вигляду продукції.

Отже, без ефективного функціонування підприємства не можливо створити раціональну структуру економіки. Тому, підприємства повинні постійно шукати ефективні та раціональні шляхи підвищення конкурентоспроможності власної продукції, вдосконалення виробництва, що сприятиме зростанню рентабельності та прибутковості підприємства.