

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ І ПРАВА
КАФЕДРА ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Оцінка прибутковості підприємства як один із векторів визначення шляхів її зростання (на прикладі ПАТ «Південна винокурня»)

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконала: студентка 471 групи
Спеціальності 051 Економіка
Освітньо-професійної програми Економіка
Пех Тетяна Євгенівна

Керівник доцентка, кандидатка економічних наук Фурдак Маргарита Миколаївна
(наук. ступінь, вчене звання, П.І.Б.)
Рецензент директор з розвитку персоналу ТОВ «Автопланета Плюс» Крамаровська Лариса Петрівна
(посада, П.І.Б.)

Херсон – 2021

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.

1.1 Сутність та наукові підходи до поняття «прибутковість» як економічної категорії.

1.2 Основні показники прибутковості підприємства

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА РІВНЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПРАТ «ПІВДЕННА ВИНОКУРНЯ» ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1 Організаційна характеристика підприємства та етапи його розвитку

2.2 Оцінка та аналіз стану прибутковості ПАТ «Південна винокурня» в динаміці за ряд років.

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ НА ПРАТ «ПІВДЕННА ВИНОКУРНЯ» ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

3.1 Визначення основних напрямів зростання прибутковості досліджуваного підприємства як результат її оцінки та аналізу.

3.2 Альтернативні шляхи підвищення прибутковості в ПрАТ «Південна винокурня»

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний розвиток ринкових відносин в Україні, жорстка конкурентна боротьба в усіх сферах виробництва становлять перед вітчизняними підприємствами нові вимоги щодо результатів своєї діяльності. Будь-яка виробничо – господарська діяльність не може мати сенс, якщо її фінансовий результат не є позитивним в динаміці. Відтак, увага кожного підприємця має бути зосереджена на досягненні достатнього рівня прибутковості підприємства. Це в свою чергу вимагає від власників бізнесу ретельного дослідження змісту та сутності поняття «прибутковість», її аналізу та оцінки з метою формування оптимального рівня прибутковості на своєму підприємстві, а також для прийняття грамотних управлінських рішень щодо шляхів її підвищення. Актуальність вищезазначених питань для сучасних вітчизняних підприємств, нагальна необхідність пошуку альтернативних шляхів підвищення прибутковості свого виробництва, особливо в умовах, коли мають місце негативні явища, як то зниження купівельної спроможності населення, зменшення обсягів продаж, спричинені світовою пандемією, обумовили вибір теми дослідження.

Мета і завдання дослідження. Метою проведеного дослідження є визначення резервів та шляхів зростання прибутковості виробництва на даному підприємстві на підставі оцінки та аналізу її показників.

Досягнення поставленої мети потребує вирішення наступних **завдань:**

– узагальнити теоретичні та методичні основи прибутковості на підприємствах та дослідити наукові підходи до визначення поняття «прибутковість»;

- дослідити питання щодо основних показників прибутковості підприємств;

- проаналізувати організаційно-економічний стан підприємства ПрАТ «Південна винокурня» Херсонської області;

– здійснити оцінку та аналіз стану прибутковості на підприємстві за ряд років та чинників його розвитку;

– визначити стратегічні напрями підвищення прибутковості підприємства на підставі проведеної оцінки;

– запропонувати обґрунтовані пропозиції щодо альтернативних напрямів збільшення прибутковості підприємства ПрАТ «Південна винокурня».

Об’єктом даного дослідження є процес забезпечення прибутковості виробництва ПрАТ «Південна винокурня» Херсонської області

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних аспектів забезпечення прибутковості підприємства та напрямів її підвищення на основі оцінки та аналізу фінансових показників.

Методи дослідження. У ході виконання даного дослідження застосовувалася сукупність загальних та специфічних наукових методів та підходів. Так, вивчення наукової думки, основних теоретичних та практичних положень із зазначеної тематики здійснювалося за допомогою монографічного методу. В ході аналізу показників прибутковості та оцінювання їх динаміки на підприємстві застосовувалися такі методи і прийоми, як економіко-статистичний, розрахунково-конструктивний, абстрактно-логічний. В роботі використовувалися також описові методи економічного аналізу, а саме :

середні та відносні величини(при оцінці середньорічної чисельності працюючих, середньорічної вартості основних та оборотних фондів, показників рентабельності, коефіцієнту витратоємкості тощо) , динамічні ряди (при аналізі даних за ряд років щодо змін в часі показників прибутковості), графічний прийом (при відображенні динаміки витрат, коефіцієнта витрато ємкості тощо). При формуванні висновків та узагальненні результатів дослідження застосовувались прийоми абстрактно – логічного методу: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння,абстрагування, а також метод узагальнення результатів дослідження, що забезпечило аргументованість, логічність та достовірність висновків дослідження.

Методологічною базою дослідження стали діючі законодавчі та нормативні акти України, а також науковий доробок вітчизняних економістів і науковців та методичні джерела. Інформаційна основа дослідження – внутрішня первинна статистична та бухгалтерська звітність підприємства ПрАТ «Південна винокурня», річні звіти та пояснювальні записки до них, виробничо-фінансові плани підприємства, а також довідникова література і дані інтернет-сайтів із зазначеної тематики.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

1.1 Сутність та наукові підходи до поняття «прибутковість» як економічної категорії

Фінансовим результатом виробничо-господарської діяльності будь-якого підприємства в умовах ринкової економіки виступає його прибутковість. Відтак, оцінка та аналіз прибутковості є важливим фактором стабільного ефективного функціонування та сталого розвитку підприємства. Але досліджуючи наукову думку щодо сутності прибутковості, приходимо до висновку про суттєву різноманітність та неоднозначність поглядів щодо визначення поняття «прибутковість». Єдиного визначення цієї економічної категорії на сьогодні немає, хоча всі науковці намагаються по-своєму погляду трактувати це поняття. Зокрема, Р.Р.Антонюк трактує прибутковість як явище, М.Ф.Огійчук – як вид ефективності, О.В.Хмелевський – як стан підприємства тощо. Отже, наведемо лише деякі висловлювання вітчизняних науковців стосовно сутності поняття «прибутковість»:

- С.В.Мочерний: «прибутковість суб'єкта треба розглядати з двох аспектів: по-перше, як прибутковість усього підприємства щодо всього авансованого капіталу, яка визначається нормою прибутку: відношенням річного прибутку до авансованого капіталу; по-друге, як прибутковість виготовлення окремої партії товарів, яка вимірюється відношенням прибутку до собівартості товарів»;^[1]

- М.Ф.Огічук: прибутковість – це «вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). Основною особливістю таких систем є вартісний характер засобів (видатків, витрат) досягнення цілей (результатів), а в деяких випадках і самих цілей (зокрема, одержання прибутку)»; [2]

- Р.Р.Антонюк: прибутковість – це «стійке економічне явище, що проявляється як підтверджена здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення як основної, так і всієї господарської діяльності, що полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами в розмірі достатньому для ефективного подальшого функціонування»;[3]

- Т.В.Осипова: «основою прибутковості є сам прибуток, який у цілому й визначає результат фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання. Тому прибуток зображає її результати»; [4]

- О.В.Хмелевський: прибутковість – це «стан підприємства, що вказує на його здатність здійснювати рентабельну діяльність, забезпечувати платоспроможність, генерувати прибуток, на основі чого забезпечувати стабільність зростання та майбутній інноваційно-інвестиційний розвиток»;[5]

- І. Бланк: «прибутковість – це здатність підприємства генерувати прибуток і здійснювати рентабельну діяльність»; [6]

- Л.Ю.Кучер: «між прибутком і прибутковістю є тісний діалектичний взаємозв'язок: прибуток – це показник для зображення економічного ефекту в абсолютних показниках, а прибутковість – показник для зображення економічної ефективності діяльності суб'єкта господарювання». [7]

Думку зарубіжних економістів зокрема висловлюють Бернар. і Ж.–К. Коллі, пояснюючи прибутковість «від фран. *beneficiaire*, як сукупність

ознак, які дозволяють в той чи інший момент спрогнозувати рівень прибутку підприємства; від англ. profitability – це здатність підприємства створювати прибуток». [8]

Загалом же, більшість вітчизняних та іноземних науковців при дослідженні економічної сутності прибутковості погоджуються, що вона представляє собою відношення прибутку до витрат чи використаних ресурсів, відтак прибутковість є показником відносним. [9] Отже, прибутковість – це економічна категорія, яка характеризує ефективність виробничої діяльності будь – якого з огляду на можливість його приносити прибуток та забезпечувати відтворення використаних ресурсів. [10] Тому оцінка та аналіз прибутковості є дуже важливим стратегічним вектором менеджменту підприємства для подальшого ефективного його функціонування та розвитку.

1.2 Основні показники прибутковості підприємства

Як вже зазначалось раніше, прибутковість – це один з найсуттєвіших показників, що відображають фінансово - економічний стан підприємства. Взагалі, можна сказати, що прибутковість визначає мету підприємницької діяльності. [11] Прибутковість виробничої діяльності підприємства за думкою переважної більшості науковців, визначається за допомогою двох показників: абсолютного - прибуток підприємства та відносного - це рентабельність підприємства. Розглянемо їх економічний сенс більш детально.

Прибуток, являючись є основним узагальнюючим показником фінансових результатів виробничо - господарської діяльності підприємств представляє собою різницю між загальною сумою доходів і загальною сумою витрат на виробництво та реалізацію продукції з урахуванням збитків. [12]. В найбільш узагальненому, чіткому вигляді, на наш погляд, поняття прибутку сформульовано

видатним українським економістом І.О.Бланком: ”Прибуток являє собою виражений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності, що являє собою різницю між сукупним доходом і сукупними затратами в процесі здійснення цієї діяльності”. [13, с.11] Роль прибутку полягає в тому, що він є не тільки основним джерелом сталого функціонування та розвитку підприємства, відновлення його матеріально-технічної бази, забезпечення інвестування, а й являється об’єктом оподаткування і, як наслідок, джерелом сплати податків до державної казни. [14, с.227]. Математично для визначення прибутку до оподаткування в першу чергу розраховується валовий дохід, який корегується на деякі джерела доходу. Відтак, валовий дохід представляє собою загальну суму доходу підприємства від усіх видів діяльності, отриманого протягом звітного періоду в будь – якій формі (грошовій , матеріальній, нематеріальній) на території України та за її межами. [15]

За трактуванням В.Г.Андрійчука, до валового доходу включається:

- дохід від реалізації товарів (робіт, послуг), а також цінних паперів (крім операцій їх первинного випуску та операцій з їх кінцевого погашення);
- дохід у формі роялті і від володіння борговими вимогами, від операцій лізингу;
- дохід від позареалізаційних операцій (безповоротна фінансова допомога платнику податку у звітному році, безоплатно надані товари, послуги, одержані суми штрафів та неустойки чи пені тощо).[16,с.245;17].

Іншими словами, прибуток дорівнює різниці між ціною реалізації та собівартості продукції, між об’ємом отриманої виручки за реалізовану продукцію та сумою витрат на її виробництво та реалізацію. Прибуток - це форма доходу виробника, який інвестував свій капітал для

досягнення певного комерційного результату, однак, це лише та частина доходу, яка не містить затрат на здійснення своєї діяльності. підприємства становить собою Кінцевий результат діяльності підприємства – це загальний прибуток, який враховує прибуток від всіх видів діяльності підприємства: прибуток від реалізації продукції (валовий прибуток), прибуток від операційної діяльності, тощо. Крім того, важливим показником є чистий прибуток – тобто, прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства. Узагальнюючим фінансовим показником, що характеризує кінцеві результати господарської діяльності підприємства є його балансовий прибуток. Балансовий прибуток – загальна сума прибутку підприємства від усіх видів діяльності за звітний період, отримана як на території України, так і за її межами, що відображена в його балансі і включає прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг), в тому числі продукції допоміжних і обслуговуючих виробництв, що не мають окремого балансу, основних фондів, нематеріальних активів, цінних паперів, валютних цінностей, інших видів фінансових ресурсів та матеріальних цінностей, а також прибуток від орендних (лізингових) операцій, роялті, а також позареалізаційних операцій” [18].

За своїми основними функціями прибуток є:

- а) мірилом результатів господарської діяльності підприємства;
- б) джерелом винагороди засновнику підприємства та дивідендів членам акціонерних товариств.
- в) основним, в умовах нестабільності економіки часто єдиним джерелом фінансування розвитку підприємства, вдосконалення його матеріально-технічної бази, джерелом забезпечення всіх форм інвестування;
- г) критерієм доцільності управлінських рішень щодо витрачання і розподілу матеріальних, трудових, фінансових ресурсів на підприємстві з урахуванням величини отриманого прибутку.

д) основним фінансовим регуляторним важелем при формуванні державного бюджету країни. [19].

Як зазначалось вище, ще одним показником прибутковості підприємства є рентабельність, відносний показник, що має властивість порівняння та являє собою співвідношення прибутку до понесених витрат. Рентабельність можна вважати вартісним показником ефективності виробництва, що відображає рівень віддачі активів та характеризує стан використання капіталу в процесі виробництва. За висловлюванням відомого вітчизняного економіста Б.Й.Пасхавера, «рентабельність — це поняття, що характеризує економічну ефективність виробництва, за якої підприємство за рахунок грошової виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) повністю відшкодовує витрати на її виробництво й одержує прибуток як головне джерело розширеного відтворення.» [20]

Рентабельність виноробних підприємств в цілому залежить від досягнутого рівня ефективності та рентабельності окремих видів виноробної продукції. Детальний аналіз рентабельності в розрізі видів продукції дозволяє виділити як найбільш рентабельні, так і низькорентабельні види продукції, та на основі оцінки реальних показників своєчасно та виважено прийняти управлінські рішення та розробити заходи щодо подальшого вдосконалення господарської структури і підвищення прибутковості свого виробництва. [17]

Це означає, що поняття рентабельність належить до економічної категорії, що відрізняється своєю складністю. Так, з одного боку можна справедливо говорити, що рентабельність є відносним показником економічної ефективності фінансово – господарської діяльності та комплексно відображає використання ресурсів підприємства - грошових, трудових, виробничих. З другого боку, рентабельність можна трактувати як співвідношення доходу та капіталу, що вкладається у створення цього доходу, відтак це дозволяє визначити рівень доходності

підприємства. Отже, в науковій літературі висвітлено різні підходи та інтерпретації до обчислення показників рентабельності. Можна погодитись з І.Панченко, що загалом рентабельність більш об'ємно, змістовно, ніж прибуток, відображає кінцеві результати господарської діяльності, вказує, наскільки прибутковою є діяльність підприємства. [21]. Існує прямо пропорційний зв'язок - чим вищі показники рентабельності, тим вища прибутковість та ефективніша діяльність підприємства. Слід сказати, що загальноприйнятих нормативних значень рентабельності, на які можна посылатися при оцінці та аналізі, не існує. Тому будь – яке зростання показників рентабельності в динаміці за ряд років можна вважати позитивною тенденцією. В свою чергу, науковцями пропонується велика кількість коефіцієнтів рентабельності, з огляду на характер оцінки та сам оціночний показник – прибуток, що застосовується в розрахунках(табл.1). Як правило, в бухгалтерському обліку використовують чотири різних показники: валовий прибуток , операційний прибуток, прибуток до оподаткування та чистий прибуток (табл.1).

Таблиця 1

Балансові показники прибутку, що використовуються при розрахунках рівня прибутковості підприємства

Вид прибутку	Визначення	Місце в балансі
Валовий прибуток	Загальна сума прибутку, отримана підприємством. Дорівнює різниці між виручкою і собівартістю реалізованої продукції.	ряд. 2090 ф.2
Операційний прибуток	Сума прибутку до відрахування відсотків за позиками та сплати податків.	ряд. 2190 ф.2
Прибуток до оподаткування	Різниця між виручкою від реалізації продукції без непрямих податків (ПДВ, акцизний збір) і витратами підприємства.	ряд. 2290 ф.2
Чистий прибуток	дохід від реалізації продукції за мінусом	ряд.2350 ф.2

	непрямих податків та зборів.	
--	------------------------------	--

Джерело: самостійно відтворено автором на підставі [22]

Склад прибутку ПрАТ «Південна винокурня» в динаміці за ряд років представлено в таблиці 2.

Таблиця 2

Склад прибутку ПАТ «Південна винокурня», тис. грн

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Валовий прибуток	14530	23425	51086	88791	92400	108678	100599
Операційний прибуток	7026	7914	17247	22899	18851	14718	9448
Прибуток до оподаткування	3993	4966	3586	4722	5645	3925	3577
Чистий прибуток	2991	4022	2482	4222	4649	3182	2901

Джерело: на підставі 22

Як видно з таблиці, показники всіх видів прибутку дуже різняться по роках, і зробити будь-який висновок щодо тенденцій розвитку підприємства лише на підставі цих показників неможливо. Тому варто ще раз наголосити про необхідність для об'єктивної оцінки прибутковості підприємства застосування відносного показника – рентабельності.

Види рентабельності, які виділяють науковці найчастіше в своїх роботах, представлені на рис.1.

Рентабельність сукупного капіталу показує який прибуток приносить кожна гривня, вкладена в активи. Рентабельність власного капіталу – це ефективність інвестування власника та інших суб'єктів у виробництво, характеризує інвестиційну привабливість підприємства. Валова рентабельність реалізованої продукції вказує на загальну ефективність діяльності, а також ефективність політики ціноутворення на підприємстві.

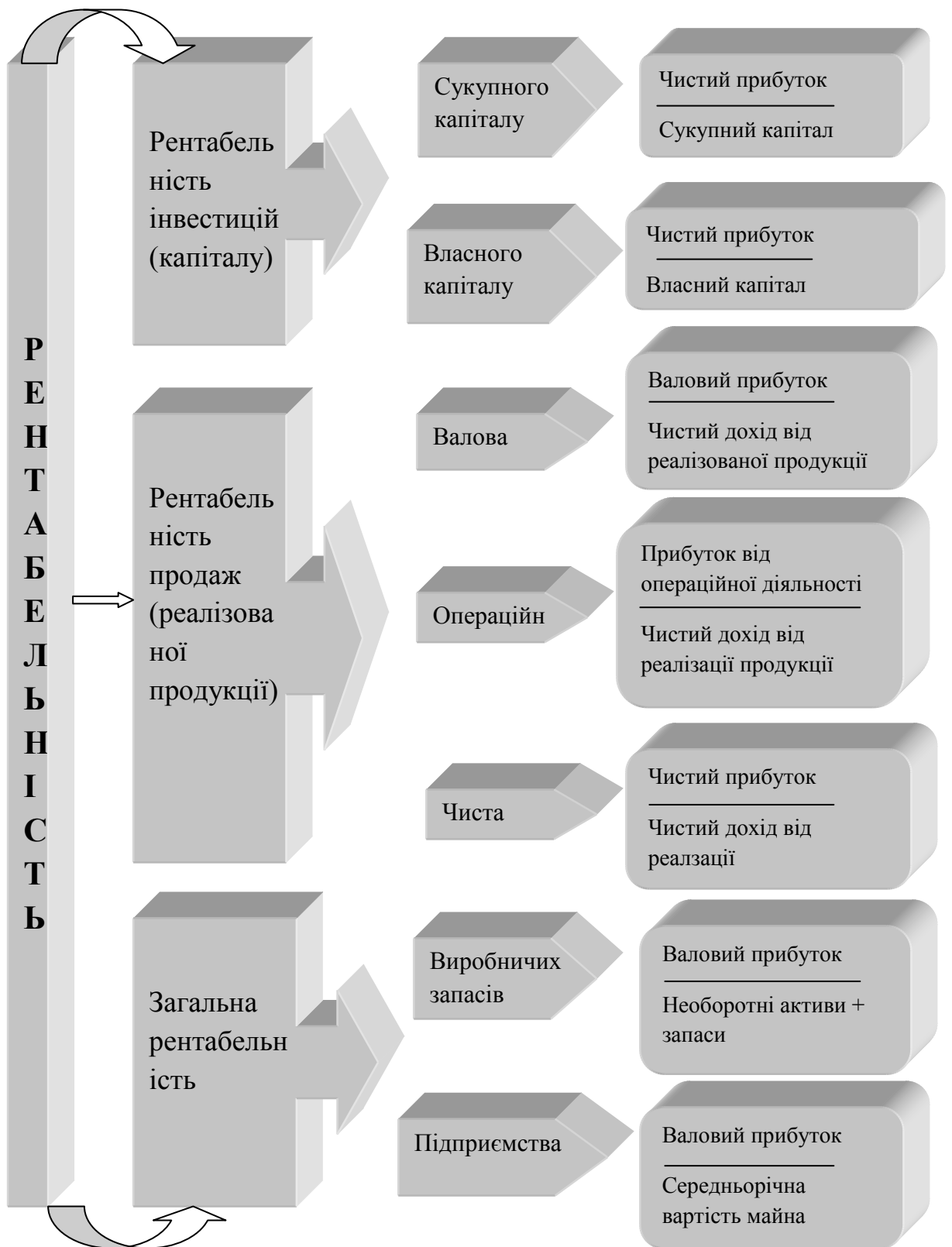


Рис. 1 Рентабельність підприємства в залежності від факторів

визначення

Джерело: самостійно виконано автором

Операційна рентабельність реалізованої продукції являє собою рентабельність підприємства після відрахування всіх витрат на виробництво та збут продукції.

Чиста рентабельність реалізованої продукції показує розмір прибутку на 1 грн. реалізованої продукції.

Загальна рентабельність виробничих запасів на відміну від рентабельності активів характеризує тільки продуктивні активи, що приймають участь в виробничому процесі і є індикатором ефективності виробничого процесу на підприємстві. Високі значення цього показника свідчать про ефективне використання активів, що задіяні в процесі формування доходу.

І узагальнюючим показником ефективності, прибутковості є загальна рентабельність підприємства, як відношенню валового прибутку, отриманого за звітний період до середньої за цей період вартості майна.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА РІВНЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПРАТ «ПІВДЕННА ВИНОКУРНЯ» ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1 Організаційна характеристика підприємства та етапи його розвитку

ПАТ "Південна винокурня" відліковує час від 1943 року, а в 1959 році на базі підприємстві було побудовано типовий завод з переробки винограду - Радгосп-завод "Цюрупинський", який за рішенням РВ ФДМУ по Херсонській області в результаті приватизації у липні 2000 року було перетворено на Відкрите акціонерне товариство "Цюрупинське". В період з 1961 року по 2000 рік на підприємстві виробляли плодові і виноградні виноматеріали та коньячні спирти, які реалізовувались на підприємства вторинного виноробства бувшого Радянського Союзу. З 2000 року ВАТ «Цюрупинське» працювало вже як підприємство первинного і вторинного виноробства. Зважаючи на зростаючу конкуренцію на ринку вина і виноробної продукції в Україні в той час, для збереження позитивної динаміки своїх фінансових показників в ВАТ "Цюрупинське" було прийнято вектор розвитку виробництва в напрямку виробництво коньяків і коньячних спиртів. Так, в 2006 році на ринку з'явилась коньячна торгова марка "Потьомкін Таврійський", а в 2011 році - торгова марка "Фаворит", що стало можливим завдяки наявності на підприємстві сучасних технологій та потужностей для виробництва коньячних спиртів: установка перекурки Заробяна та установки по обробці холодом та розливу коньяку в фірмову пляшку, ємності з дубової клепки тощо.

Рішенням загальних зборів акціонерів 26.04.2018р. ВАТ «Цюрупинське» було перейменоване на ПАТ "Південна винокурня" (табл.3)

Таблиця 3

Загальні відомості щодо підприємства ПрАТ "Південна винокурня"

Зміст	Інформація
1. Повна та скорочена назва підприємства	Публічне акціонерне товариство "Південна винокурня" ПрАТ "Південна винокурня"
2. Дата реєстрації підприємства	Державний реєстратор Цюрупинської РДА Херсонської обл, 28.07.2000
3. Поштова та юридична адреси підприємства	75100, Херсонська обл., м.Олешки, вул.Горького, 28А
4. Код ЄДРПОУ	00413558
5. КОАТУУ	6525010100 (ЦЮРУПИНСЬК р-н)
6. Галузева належність	46.34 Оптова торгівля напоями 11.01 Дистиляція, ректифікація та змішування спиртних напоїв 11.02 Виробництво виноградних вин, виробництво дистихові алкогольних напоїв
7. Організаційно-правова форма підприємства	Акціонерне товариство
8. Форма власності, частка держави у капіталі, %	0
9. Банківські реквізити	ПАТ "Райффайзен Банк Аваль" МФО банку 380805 Рр. UA 843808050000000026005636068

Джерело: на підставі [22]

На даний час підприємством розливається коньяк ординарний 3-х, 4-х та 5 років витримки, в пляшках ємністю 0,5 літра і 0,2 літра ТМ "Потьомкін Таврійський", ТМ "Фаворит", що виробляється з винограду

елітних сортів. [23]Дочірніх підприємств, філій, інших відокремлених структурних підрозділів на підприємстві немає. Середньооблікова чисельність штатних працівників в 2019 році складала 153 особи.

Відповідно до наказу №1 від 01.01. 2018р. « Про облікову політику ПАТ "Південна Винокурня", на виконання Закону України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 р. № 996-XIV та Положень (стандартів) бухгалтерського обліку, затверджених наказами Міністерства фінансів України, з метою дотримання єдиної методики відображення господарських операцій, підприємством встановлено наступну облікову політику в частині витрат на виробництво та собівартості продукції:

«1.Перелік статей калькулювання виробничої собівартості продукції: прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці; інші прямі витрати; зміні загальновиробничі і постійні розподілені загальновиробничі витрати і т.п.

2. Перелік змінних загальновиробничих витрат: основна і додаткова заробітна плата загальновиробничого персоналу і відрахування на соціальні заходи; витрати на водопостачання; витрати на електроенергію для забезпечення технологічного процесу і т.д.

3. Перелік постійних загальновиробничих витрат: заробітна плата і інші виплати апарату управління відділами і структурними підрозділами, а також відрахування на соціальні заходи; витрати на опалення, освітлення, водозабезпечення, утримання, охорону виробничих приміщень та інші послуги; амортизація основних засобів загальновиробничого призначення; витрати на операційну оренду основних засобів виробничого призначення, охорону праці і техніку безпеки; витрати на поточний ремонт і технічне обслуговування основних засобів загальновиробничого призначення і т.п.».[22]

Власних площ для вирощування винограду підприємство не має, виноматеріали для переробки отримує від постачальників, як і етикетки,

коркові пробки, пляшки, фільтрокартон (ТОВ "Вольногорскло" м.Вольногорск, ПП "Якість Плюс Сервіс" м.Одеса, ВАТ "Континент"). Ринком збуту виробленої продукції є територія України, на експорт підприємство не працює, і це свідчить про невикористані резерви щодо підвищення конкурентоспроможності і прибутковості підприємства.

Організаційно-економічні характеристики досліджуваного підприємства (табл. 4) свідчать про належність його до підприємств середнього бізнесу.

Таблиця 4

**Організаційно-економічні характеристики ПАТ «Південна
винокурня»**

	2018	2019	Середнь орічний показни к	2019 в % до 2018
Середньорічна чисельність працюючих	145	153	149	105,5
Надходження від реалізації продукції, тис грн..	584039	453554	518796	77,75
Залишкова вартість основних фондів, тис.грн	13408	13640	13524	101,7
Вартість оборотних фондів, тис.грн	239826	219232	229529	91,4

Джерело: розраховано автором на підставі [22]

Первісна вартість основних засобів на початок 2019 року склала 27902 тис. грн., при зносі 14494 тис. грн., або 51,95%. В той же час, за останні 5 років було здійснено придбання виробничого обладнання на суму 5848 тис.грн., що свідчить про інтенсивний розвиток підприємства. Витрат на дослідження та розробку в кошторис не закладено, в той же час підприємство планує провести подальше технічне переоснащення потужностей виноробного цеху. Діяльність підприємства відбувається відповідно до вимог чинного законодавства України, фінансування діяльності здійснюється за рахунок надходження

грошових коштів від реалізації продукції, а також надання фінансової допомоги на зворотній основі.

Таблиця 5

Ліцензії (дозволи) на окремі види діяльності ПАТ «Південна винокурня»

Вид діяльності	№ ліцензії	Строк дії		Орган, що видав ліцензію
		початок	кінець	
Виробництво алкогольних напоїв	282	05.08.2016	05.08.2021	ГУ ДФС України
Здійснення оптової торгівлі алкогольними напоями	100467	22.12.2016	22.12.2021	ГУ ДФС України
Придбання, зберігання прекурсорів	31	16.03.2017	03.08.2022	Комітет з контролю за наркотиками, м. Київ
Здійснення експорту алкогольних напоїв	18000003 00081	11.07.2018	10.07.2023	Міністерство економічного розвитку і торгівлі України

Джерело: на підставі [24]

Підприємство має ліцензії (дозволи) на окремі види діяльності (табл.5), які постійно подовжуються.

2.2 Аналіз показників прибутковості ПАТ «Південна винокурня»

Як зазначалось в підрозділі 1.2, абсолютним показником прибутковості будь-якого підприємства є прибуток, за наявності якого можна вважати діяльність ефективною. В той же час, лише за абсолютним значенням прибутку неможливо говорити саме про рівень

ефективності виробництва. З цією метою необхідно співставити абсолютну величину прибутку з розміром витрат ресурсів, що і буде характеризувати рівень прибутковості підприємства. Джерелами інформації для оцінки та аналізу прибутковості ПрАТ «Південна винокурня» Херсонської області є Форма №1 «Баланс підприємства» (Додаток А) та Форма №2 «Звіт про фінансові результати» (Додаток Б).

Основні показники, що використовуються для розрахунку прибутку ПрАТ «Південна винокурня» за останні сім років представлено в таблиці 6.

Таблиця 6

Фінансові результати ПрАТ «Південна винокурня»

Показники	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Чистий дохід від реалізації продукції	105488	137611	168803	335550	351327	357522	450521
Собівартість реалізованої продукції	90958	114186	117717	246759	258927	248844	349922
Валовий прибуток	14530	23425	51086	88791	92400	108678	100599
Інші операційні доходи	882	992	608	6147	1244	4228	5457
Адміністративні витрати	741	1155	1982	2806	4514	3691	4118
Витрати на збут	6620	13335	27735	62532	60297	89522	89584
Фінансовий прибуток від операційної діяльності	7026	7914	17247	22899	18851	14718	9448
Інші фінансові доходи	32	187	863	469	2053	2444	970
Фінансові витрати	548	2588	13956	18333	14601	12542	6427
Інші витрати	2524	547	568	313	695	6582991	414
Чистий фінансовий прибуток	2991	4022	2482	4222	4649	3182	2901

Джерело: на підставі [22]

Як видно з даних таблиці, фінансові результати підприємства по роках є неоднозначними. Так, чистий дохід від реалізації продукції в динаміці за останні 7 років має стійку тенденцію до збільшення – з 105488 тис грн. в докризовому для галузі 2013 році до 450521 тис. грн. в 2019 році, збільшення складає 4,3 рази. Стала тенденція до зростання

простежується і по показниках валового прибутку та чистого фінансового прибутку за період з 2013 по 2018 рік включно. В той же час, в 2019 році відмічено зниження цих показників по відношенню до попереднього 2018 року на 7,4% та 8,8% відповідно (рис.2), що саме по собі є негативним фактором.

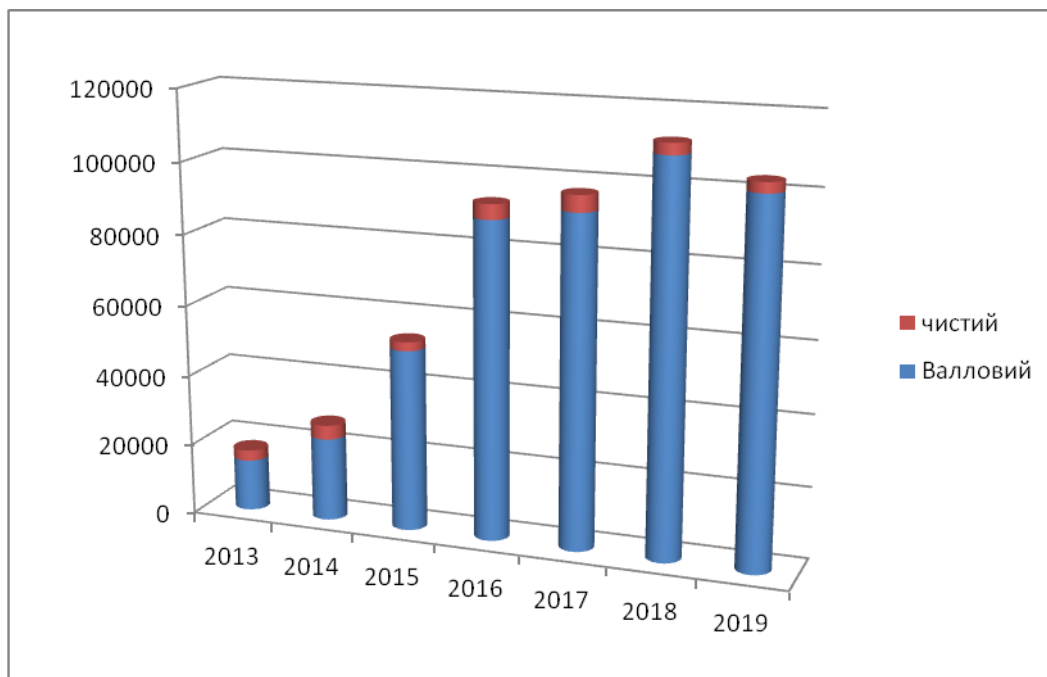


Рис. 2 Динаміка показників прибутковості ПрАТ «Південна винокурня», тис. грн.

Джерело: на підставі [22]

Тривожним сигналом для керівництва і менеджменту підприємства має слугувати і той факт, що починаючи з 2017 року простежується стабільне зниження показника прибутку від операційної діяльності – в 2017 році на 17,7% в порівнянні з 2016 роком, в 2018 році на 21,9% в порівнянні з 2017 роком, в 2019 році на 35,8% в порівнянні з 2018 роком; при тому що з 2013 по 2016 рік включно спостерігався сталий ріст цього показника. Об'єм сукупного капіталу, збільшуючись з 88912 тис. грн. в 2013 році до 289444 тис. грн. в 2017 році, в наступні 2 роки теж падає – на 12,3 % в 2018 році до попереднього та на 8,0% в 2019 році до попереднього (табл.7).

Таблиця 7

**Балансові показники для обрахування рівня прибутковості
ПрАТ «Південна винокурня», тис. грн.**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Сукупний капітал	88912	146367	184516	257170	289444	253744	233381
Власний капітал	15713	19735	18940	28951	33260	36121	38700
Необоротні активи	5072	4673	4593	13706	14259	13918	14149
Запаси	45861	59228	64874	113731	165538	144238	130829

Джерело: на підставі [22]

Оскільки ці абсолютні показники прибутковості дають змогу лише константувати негативний фактор в господарюванні, без аналізу факторів, що на це вплинули, проведемо розрахунки та аналіз відносного показника прибутковості - рентабельності досліджуваного підприємства відповідно до методичних викладок підрозділу 1.2 на підставі даних річної бухгалтерської звітності, відображених в таблиці 6 та таблиці 7. З урахуванням теоретичних формулювань стосовно показників рентабельності підприємства, викладених в підрозділі 1.2 даного дослідження, ми обрахували та згрупували в таблиці 8 коефіцієнти рентабельності ПАТ «Південна винокурня» в динаміці за 7 років.

Проведені розрахунки свідчать, що рентабельність сукупного та власного капіталу на ПрАТ «Південна винокурня» за 2013-2019 роки включно є позитивною, хоча і незначною. Зокрема, коефіцієнт рентабельності сукупного капіталу свідчить, наскільки ефективно підприємство використовувало для одержання прибутку свої активи, який прибуток приносить кожна гривня, в них вкладена. Відтак, продуктивність ресурсів підприємства в досліджуваній період була на рівні від 3,3% в 2013 році до 1,3% в 2015, 2018 та 2019 роках, про що свідчать значення рентабельності сукупного капіталу.

Таблиця 8

Динамічний ряд рентабельності ПрАТ «Південна винокурня»,

тис. грн..

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Рентабельність інвестицій (капіталу)							
Рентабельність сукупного капіталу	0,033	0,027	0,013	0,016	0,016	0,013	0,013
Рентабельність власного капіталу	0,19	0,20	0,13	0,15	0,14	0,09	0,08
Рентабельність продажів							
Валова рентабельність реалізованої продукції	0,14	0,17	0,30	0,26	0,26	0,30	0,22
Операційна рентабельність реалізованої продукції	0,07	0,06	0,10	0,06	0,05	0,04	0,02
Чиста рентабельність реалізованої продукції	0,03	0,03	0,01	0,01	0,01	0,009	0,006
Загальна рентабельність							
Загальна рентабельність виробничих запасів	0,29	0,36	0,74	0,70	0,51	0,687	0,694
Загальна рентабельність підприємства	0,19	0,20	0,31	0,40	0,34	0,40	0,41

Джерело: обраховано самостійно автором на підставі [22]

І хоча показник рентабельності власного капіталу має більш оптимістичні значення – від 19,0% в 2013 році до 8,0% в 2019 році, проте ці значення зменшились за 2 останні роки та все рівно є досить низькими, щоб свідчити про те, що інвестиції, спрямовані власником у підприємство, є достатніми для ефективного функціонування, відтак підприємство використовує власний капітал не досить ефективно.

Валова рентабельність реалізованої продукції свідчить про ефективність або ж неефективність господарської діяльності підприємства, а також про ефективність політики ціноутворення. Аналіз показав, що цей показник на підприємстві хоча і є позитивним за весь

досліджуваний період, все ж знаходиться на низькому рівні – від 14,0% в 2013 році до 22,0 % в 2019 році. Паралельно з показником валової рентабельності розглянемо коефіцієнт операційної рентабельності реалізованої продукції, який відображає рівень рентабельності підприємства після відрахування всіх витрат на виробництво та збут товарів. Одночасний розгляд цих двох показників дає інформацію про те, чим викликані зміни рентабельності. Зокрема, спостерігаємо досить незначні коливання валової рентабельності в досліджуваному періоді, в той час як операційна рентабельність знизилась з 10,0% в 2015 році до 2,0% в 2019 році, тобто в 5 разів. Можна робити висновок, що в цей період збільшувались адміністративні витрати та витрати на збут, що і підтверджується даними таблиці 6.

Показник чистої рентабельності реалізованої продукції інформує про розмір прибутку на одну гривню реалізованої продукції та відображає вплив структури капіталу підприємства на його рентабельність. Дані щодо чистої рентабельності реалізованої продукції на підприємстві свідчать, що в 2013-2014 роках одна гривня реалізованої підприємством продукції приносила 3 копійки прибутку, в 2015-2018 роках – 1 копійку, а в 2018 та 2019 роках – 0,9 та 0,6 копійки відповідно, що є дуже слабким і повинне мати відповідну реакцію з боку управлінського менеджменту підприємства.

В той же час, рентабельність виробничих запасів на підприємстві знаходиться на досить високому рівні і становить в 2019 році 69,4%, що свідчить про ефективне використання виробничого потенціалу підприємства.

Це ж стосується і загальної рентабельності підприємства – 41,0% в 2019 році. Окремо зазначимо, що для прийняття виважених управлінських рішень щодо підвищення прибутковості свого підприємства, є доцільним порівняти свої показники з показниками конкурентів.

Оскільки ПрАТ «Південна винокурня» за формою господарювання є приватним акціонерним товариством, окремо слід розглянути питання прибутковості акцій (табл.9).

Таблиця 9

Розрахунок показників прибутковості акцій

	Середньорічна простих акцій	кількість	Чистий прибуток на 1 акцію, грн.
2013	38538296		0,0800000
2014	38538296		0,1043637
2015	38538296		0,0644035
2016	38538296		0,1095534
2016	38538296		0,0825672
2018	38538296		0,1206333
2019	38538296		0,0752800

Джерело: на підставі [22]

З таблиці знову видно, що 2019 рік не був фінансово стабільним для підприємства, чистий прибуток на 1 акцію зменшився на 0,0454грн., як погіршились і інші показники прибутковості, про що свідчить проведене вище дослідження. Відтак, аналіз і оцінка прибутковості ПрАТ «Південна винокурня» має стати базою для прийняття управлінських рішень щодо її підвищення на підприємстві.

Висновки щодо господарської діяльності підприємства можна робити також на підставі аналізу структури операційних витрат, тобто собівартості виробництва (табл. 10).

Операційні витрати як витрати трудових, матеріальних і нематеріальних, фінансових, інших ресурсів підприємства на здійснення своєї операційної діяльності, виражаються в грошовій формі. Найчастіше операційні витрати підприємства обраховуються за такими показниками, як абсолютна сума витрат (як будь-який абсолютний показник, не дозволяє робити висновок про їхню ефективність) та коефіцієнт витратоємкості операційної діяльності (обраховується як

відношення суми валового прибутку до суми операційних витрат та є показником ефективності операційних витрат. [25]

Таблиця 10

Структура операційних витрат ПАТ «Південна винокурня»,

тис. грн..

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Матеріальні затрати	88346	100004	115450	198257	154807	278090	233240
Оплата праці	2187	2890	3248	5120	6034	9032	10583
Відрахування на соціальні заходи	806	1075	1190	985	1328	1987	2328
Амортизація	1650	925	887	1079	1712	2080	2193
Інші операційні витрати	5420	12758	15049	26288	16127	32069	25189
Разом	98409	117652	135824	231729	180008	323258	273533

Джерело: на підставі 22

Як видно з таблиці 10, абсолютна сума витрат з 2013 року збільшилась в порівнянні з 2019 роком на 175124 тис. грн., або на 178,0%, досягнувши в 2019 році рівня 273533 тис. грн.

На рисунку 3 представлено структуру операційних витрат ПрАТ «Південна винокурня» в 2013 та 2019 роках.

Як видно з рисунку , в 2019 році в структурі операційних витрат найбільшу питому вагу займають матеріальні витрати – 85,3% та інші операційні витрати – 9,1%. В той же час, на долю заробітної плати в структурі операційних витрат підприємства припадало лише 3,9%, відрахувань на соціальні заходи – 0,9%.

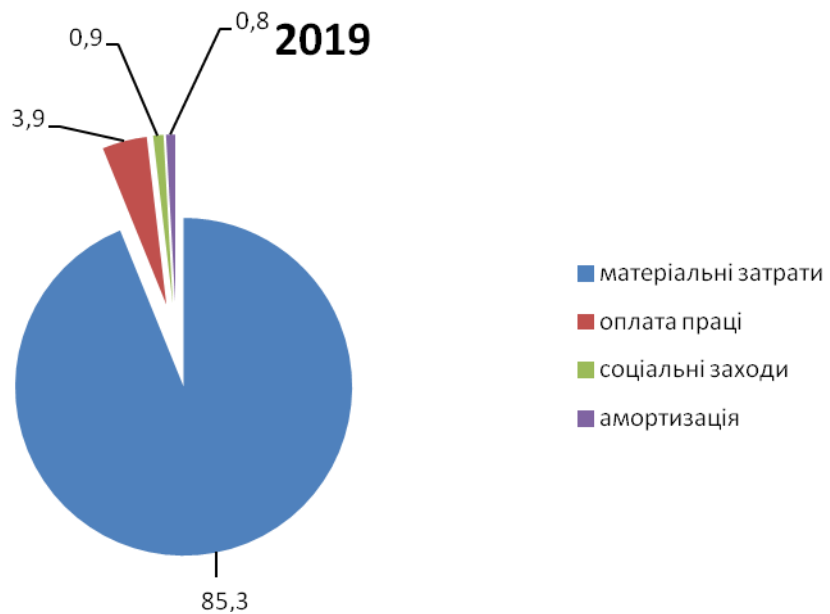
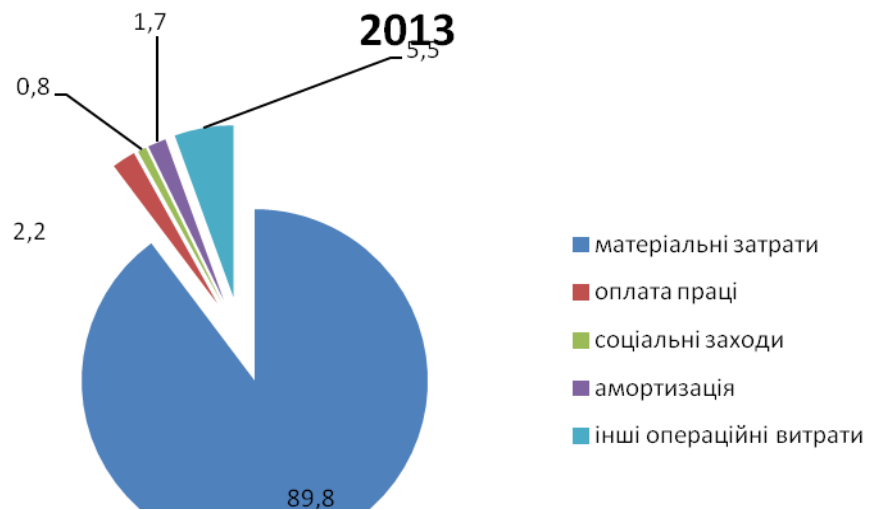


Рис. 3 Структура операційних витрат ПрАТ «Південна винокурня» в 2013 та 2019 роках, %

Джерело: розраховано автором на підставі 22

Аналіз показує, що і в інші роки досліджуваного періоду матеріальні затрати в ПрАТ «Південна винокурня» складають основну питому вагу, в той час, як витрати на соціальні заходи мінімізовано внаслідок невисокої прибутковості підприємства.

Динаміку витрат підприємства на оплату праці та соціальні заходи представлено на **рисунку 4**.

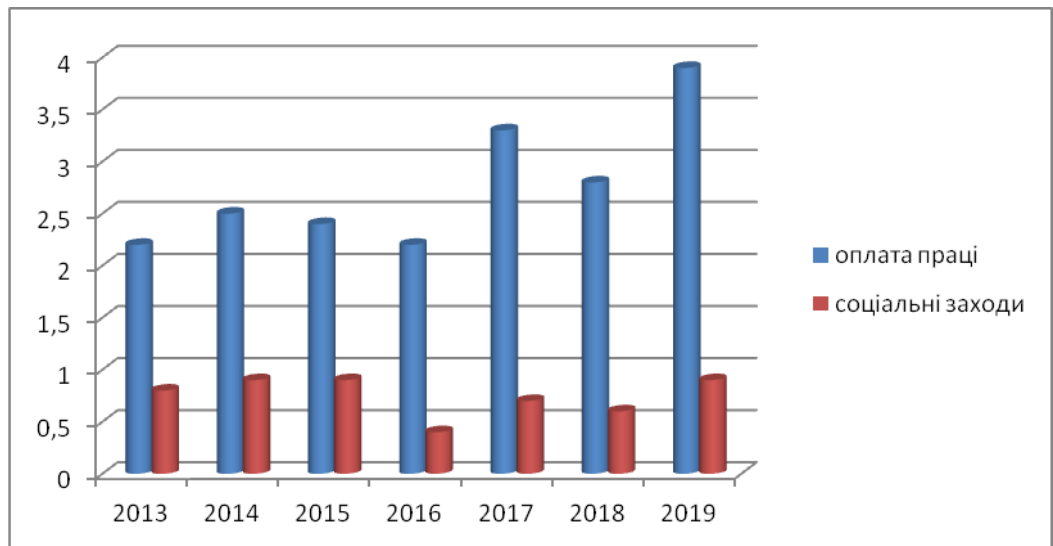


Рис. 4 Динаміка питомої ваги витрат на оплату праці та соціальні заходи в ПрАТ «Південна винокурня» за 2013-2019 роки

Джерело: розраховано самостійно автором на підставі 22

Розрахунки, проведені нами на підставі даних річної бухгалтерської звітності за 7 останніх років показали, що в цілому відзначається поступальне збільшення обох складових операційних витрат, та незначне коливання в сторону зменшення в 2016 та 2018 роках.

На рисунку 5 представлено динаміку коефіцієнту витратоємкості операційної діяльності підприємства за 7 років.

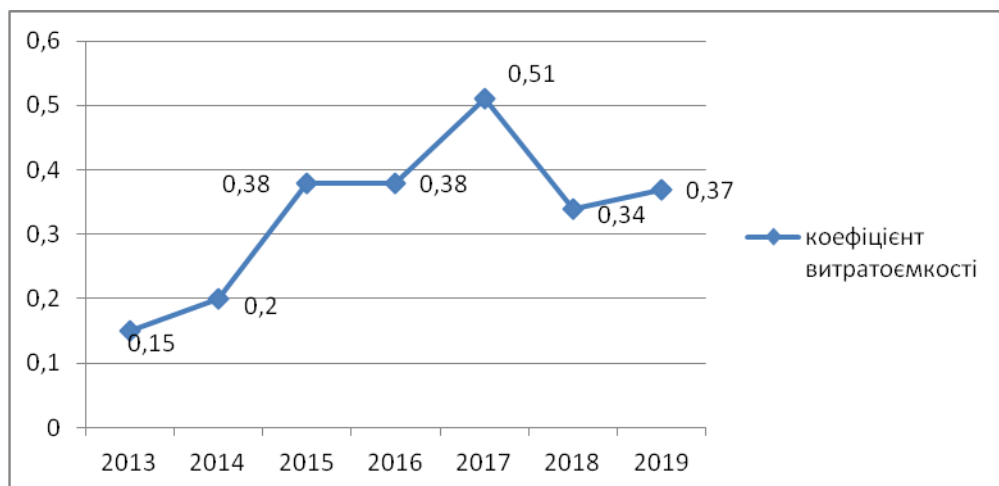


Рис. 5 Коефіцієнт витратоємкості операційної діяльності ПАТ «Південна винокурня» в 2013-2019 роках

Джерело розраховано самостійно автором на підставі 22

Окремо слід зазначити, що в умовах сучасної ринкової економіки та конкурентної боротьби за своє місце на ринку, перед керівництвом і менеджментом підприємства постає задача не стільки в визначенні операційних витрат та забезпеченні їх мінімізації, скільки в грамотному управлінні ними з метою досягнення оптимального рівня їх прибутковості та прибутковості фінансово-господарської діяльності підприємства в цілому.

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ НА ПРАТ «ПІВДЕННА ВИНОКУРНЯ» ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

3.1 Визначення основних напрямів зростання прибутковості досліджуваного підприємства як результат її оцінки та аналізу.

Вітчизняна виноробна галузь на сьогоднішній день перебуває у важкій стагнації. На вітчизняних заводах первинного і вторинного виноробства на кінець 2018 року залишилися великі залишки готової продукції внаслідок втрати частини внутрішніх та зовнішніх ринків АР Крим, Донбасу, Білорусі, Росії, Казахстану тощо. Тож потреба в новому урожаї для потреб виноробства фактично відпала. За оцінками аналітиків, в 2019 році відбулася масова викорчовка виноградників: близько 500 га в Одеській області, 200 га – в Миколаївській Крім того, має місце негативна статистика для вітчизняних виробників виноробної продукції щодо засилля імпорту: обсяги імпорту винопродукції з по в валютному еквіваленті зросли із 180 млн. дол. в 2014 році до 204 млн. дол. в 2018 році, або на 13,3%, в той час, які як об'єм експорту становить лише 56,5 тис. дол. [26]

В 2020 році відбувся новий потужний удар по вітчизняній галузі: імпорт виноробної продукції збільшився в порівнянні з 2019 роком більш ніж на 30%, зокрема було імпортовано дешеве вино з країн Європи вартістю до 60 грн. за пляшку в вітчизняній роздрібній мережі. Зважаючи на собівартість сировини, українські виробники виноробної продукції не можуть бути конкурентоспроможними не тільки на зарубіжному, а навіть на вітчизняному ринку. Тому, навіть незважаючи на високу якість продукції великих брендovаних виробників, обсяги продаж вітчизняної виноробної продукції в 2019-2020 роках значно

знизились. [27] Крім того, пандемія, яка охопила весь світ, теж спричинила як зниження купівельної спроможності населення, так і ситуацію з відкладеним попитом на цей вид товару.

В цих умовах підтримка прибутковості виробництва на рівні, що дає можливість успішно конкурувати, стає першочерговою задачею для власників виноробного бізнесу. Розглянемо вектори зростання прибутковості в ПрАТ «Південна винокурня» Херсонської області з огляду на проведене в підрозділі 2.2 дослідження.

1. Оцінка показника рентабельності сукупного капіталу підприємства показала хоча і позитивне його значення, але вкрай низького рівня. Оскільки теоретично показник рентабельності сукупного капіталу визначає, наскільки ефективно підприємство використовувало свої активи для одержання прибутку, розуміємо, що кожна гривня, в них вкладена, приносила підприємству прибуток від 3 копійок в 2013-2014 роках до трохи більше 1 копійки в 2015-2019 роках. Менеджменту та керівництву підприємства слід звернути увагу на рівень продуктивності ресурсів підприємства для підвищення його прибутковості.

2. Показник рентабельності власного капіталу, маючи незначні значення з 2013 року, зменшився в 2019 році до рівня 8,0%, що також свідчить про недостатньо ефективне використання підприємством свого ресурсу – власного капіталу та має бути в полі зору керівництва підприємства як резерв підвищення прибутковості. На даний час з огляду на значення показника власного капіталу підприємство не є інвестиційно привабливим.

3. Рентабельність продаж на підприємстві свідчить про наступне. Співставлення показників валової та операційної рентабельності реалізованої продукції показало незначне коливання в динаміці валової рентабельності в досліджуваному періоді та одночасно активне зниження операційно рентабельності (з 10,0% в 2015 році до

2,0% в 2019 році). Це призводить до висновку, що більш за все в цей період збільшувались адміністративні витрати або витрати на збут. Дані річної звітності підтверджують цю думку. Адміністративні витрати з 741 тис.грн. в 2013 році збільшились до 4118 тис.грн., або більш ніж в 5,5 разів в 2019 році. Витрати на збут мають ще більш вражаючу динаміку – з 6620 тис.грн. в 2013 році до 89584 тис грн. в 2019 році. Отже, з метою підвищення прибутковості підприємства необхідно провести оптимізацію витрат, зокрема адміністративних та особливо збутових, що є очевидним резервом на даному підприємстві.

4. Стала тенденція до зниження операційної рентабельності за досліджуваний період свідчить також про недоліки політики ціноутворення на підприємстві, на що також треба звернути увагу планово – фінансовій службі підприємства. Адже ціна продукції, що виробляється підприємством, має включати не тільки собівартість, та планові показники прибутку, а й соціальну складову – якість, попит, платоспроможність населення, кон'юнктуру ринку тощо.

5. Показник чистої рентабельності реалізованої продукції свідчить про суму прибутку на одну гривню реалізованої продукції . Теоретично, високе значення цього показника свідчило б про сильне положення на ринку, затребуваність товару підприємства та ефективне управління ним. В випадку з ПрАТ «Південна винокурня» можна говорити про низький рівень конкурентоспроможності продукції підприємства, оскільки показник чистої рентабельності реалізованої продукції дуже низький - якщо в 2013-2014 роках одна гривня реалізованої продукції приносила підприємству 3 копійки прибутку, то в 2015-2018 роках – 1 копійку, а в 2018 та 2019 роках – лише 0,9 та 0,6 копійки відповідно. Можливо, одним з напрямків підвищення прибутковості на підприємстві має стати посилення кадрового складу менеджменту підприємства.

6. Попри низькі показники прибутковості, охарактеризовані вище, на підприємстві на досить високому рівні знаходиться рентабельність виробничих запасів – майже 70% в 2018 та 2019 роках. Це свідчить про досить ефективне використання виробничого потенціалу.

7. Загальна рентабельність підприємства склала в 2019 році 41,2%, і хоча це найвищий результат за останні 7 років, для підприємства такого масштабу він недостатній, щоб говорити про ефективне господарювання.

Зважаючи на вищевикладені результати оцінки показника прибутковості – рентабельності – робимо висновок, що на підприємстві є всі можливості та резерви підвищення своєї прибутковості.

3.2 Альтернативні шляхи підвищення прибутковості ПрАТ «Південна винокурня»

В підрозділі 3.1 висвітлено напрями підвищення прибутковості ПрАТ «Південна винокурня» в контексті дослідження та оцінки її показників в динаміці за 7 років. В даному підрозділі проаналізуємо та запропонуємо додаткові, альтернативні шляхи підвищення прибутковості цього підприємства.

Одним із пріоритетних напрямів щодо росту прибутковості на підприємстві вважаємо збільшення об'єму реалізації товарної продукції, зокрема і розширення його асортиментної структури. Між об'ємом реалізації та прибутком існує прямо пропорційна залежність - чим більший обсяг продукції реалізується, (з огляду на інші рівні умови), тим сума прибутку буде більшою, і навпаки. Відтак, різноманітність асортименту продукції, що виробляється і реалізовується підприємством, позитивно впливає на збільшення об'єму реалізованої продукції та підвищення прибутковості. В той же час, як відзначалось в

підрозділі 2.1, з 2000 року досліджуване підприємство відійшло від вирощування власного винограду та стало підприємством первинного і вторинного виноробства, із спеціалізацією в напрямку виробництво коньяків і коньячних спиртів. Відтоді підприємство прийняло вектор виробництва саме коньяків і коньячних спиртів, зменшивши асортимент вина та винної продукції.

Якість продукції – запорука забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку подібних послуг. Репутація підприємства та його продукції з точки зору якості – гарантія знову ж таки підвищення рівня продаж та прибутковості підприємства. В 2006 році на вітчизняному споживчому ринку з'явилась коньячна торгова марка "Потьомкін Таврійський", а в 2011 році - торгова марка "Фаворит". Ці бренди вже відомі в Україні, на підприємстві цінують репутацію щодо високої якості своєї продукції.

Важливу роль в організації успішних продаж також відводиться збутовому маркетингу на підприємстві. Як показує світова практика торгівлі, нові види продукції потребують, для успішного просування їх на ринку та уваги з боку покупця, грамотної організації маркетингу. І в цьому сенсі, зокрема, слід наголосити на важливості збереження, недопущення руйнування наявних довготривалих партнерських господарських зв'язків. Має бути грамотна побудова договірних відносин із постачальниками, споживачами, посередниками, іншими партнерами. Тому вважаємо, що маркетинг на підприємстві має опосередкований вплив на підвищення прибутковості підприємства.

Як один з резервів зростання обсягів прибутку від реалізації, можна розглядати ефективне використання наявних матеріальних ресурсів підприємства. Зокрема, регулярне проведення інвентаризації запасів, устаткування та обладнання дозволяє виявити надлишки, що не використовуються в процесі виробництва. Ці надлишки мають

реалізовуватися за ринковими цінами або здаватися в користування на правах оренди, що принесе підприємству додатковий дохід.

Найважливішим фактором росту прибутку та прибутковості на підприємстві є зниження собівартості продукції. Саме в зниженні собівартості продукції, що виробляється, найбільш ґрунтовно віддзеркалюється економія матеріальних, трудових, фінансових, інших ресурсів, якими користується підприємство. В загальнодержавному масштабі зниження собівартості продукції є неодмінною умовою ефективного функціонування будь-якого підприємства в умовах ринкової економіки, стабілізації цін, являється джерелом накопичень, прискорення соціально-економічного розвитку суспільства та підвищення добробуту населення.

Резервом збільшення прибутку на підприємстві мала б стати зменшення або навіть повна ліквідація невиробничих виплат по заробітній платі (оплаті, доплат за роботу в додатковий час тощо), а також інших адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат. Зокрема, велику питому вагу в структурі операційних витрат ПрАТ «Південна винокурня» за весь досліджуваний період займають матеріальні витрати, досягнувши в 2019 році позначки 84,7%. Вважаємо зменшення матеріальних витрат суттєвим резервом підвищення прибутку на підприємстві. Стосовно невиробничих витрат по заробітній платі, вважаємо, що в умовах пандемії, спричиненої коронавірусом COVID-19, говорити про повну ліквідацію невиробничих витрат по заробітній платі неможливо, оскільки в таких умовах виробництва (карантин в березні 2020 року, пов'язаний з цим простою виробництва, робота на умовах неповного робочого часу в наступні періоди), невиробничих витрат не уникнути. Задача підприємства – звести їх до мінімуму.

Потужним вектором підвищення прибутку та досягнення максимальної ефективності використання своїх наявних ресурсів є

диверсифікація - про цес розширення вже функціонуючої господарської діяльності підприємства та одночасний розвиток інших, як взаємопов'язаних, так і невзаємопов'язаних видів виробництв, розширення асортименту та номенклатури продукції в межах свого підприємства, що дозволить йому випускати продукцію різного призначення.[28] Тобто, диверсифікація діяльності підприємства - це оновлення як асортименту продукції, так і ринку збуту для підприємства одночасно, вихід за межі вже налагодженого основного бізнесу та проникнення в нові галузі та сфери економіки. Диверсифікація може здійснюватись як внаслідок створення нових підприємств, так і методом придбання вже існуючих або злиття з ними. Внаслідок на зміну спеціалізованого виробництва прийде багатопрофільне з новими додатковими фінансовими можливостями та результатами.

На нашу думку, для ПрАТ «Південна винукурня» було б доцільним розглянути питання щодо побудови такого напрямку бізнесу, як переробка відходів виноробного виробництва. Відходами вторинного виноробства, до якого відноситься досліджуване підприємство, є гущеві і дріжджові осаді, коньячна барда, що утворюються після витримки і осадження виноматеріалів та бродіння вина. Оскільки ці осаді містять значну кількість алкоголю, їх не можна використовувати на корм худоби в чистому вигляді, в той же час, скидати їх теж не можна з огляду на екологічну безпеку. Отже, переробка цих відходів не тільки дала б змогу підвищити рівень ефективності та прибутковості виноробного виробництва, а й сприяла екологічній безпеці країни. Асортимент продуктів, що можна виробляти з дріжджових осадів, досить широкий. Зокрема, з дріжджових і гущевих осадів та коньячної барди можна виробляти винний оцет, який на відміну від традиційного оцту має приємні смак і аромат. Для фармацевтичної промисловості дуже цінним є отримання препаратів амінокислот з дріжджових осадів. Крім того, із 100 дал дріжджових

осадів можна виділити 12 - 14 кг винно-кислого вапна в перерахунку на 100%-ву винну кислоту. Дріжджові осадки можуть бути основою отримання вітамінних препаратів, як то вітамін D, особливо затребуваний в період пандемії, вітаміни групи B (тіаміну, рибофлавіну, нікотинової кислоти тощо). Тому надаємо пропозицію в рамках диверсифікації виробництва щодо розробки та впровадження на підприємстві технології отримання вітамінних препаратів з винних дріжджів, а також переробки інших відходів виноробного виробництва.

Резервом росту прибутку підприємств є також грамотна цінова політика на підприємстві. Оскільки ціна відображає кон'юнктуру ринку, для збільшення розміру отриманого прибутку підприємство має застосовувати гнучку тактику у встановлення ціни на свою продукцію. Від того, наскільки в ціні продукту враховано не тільки витрати на виробництво і реалізацію продукції, а й її якість, споживчі властивості, платоспроможність населення, попит на цей вид продукції, залежить багато в чому кінцевий результат господарської діяльності - обсяг отриманого прибутку, конкурентоспроможність, ліквідність і платоспроможність підприємства.

На величину прибутку також має вплив не лише обсяг, а й структура реалізованої продукції. Так, при збільшенні частки високорентабельних видів продукції в загальному обсязі її реалізації сума прибутку підприємства зростатиме і навпаки, при збільшенні частки продукції, що є менш рентабельною або нерентабельною, сума загального прибутку по підприємству буде пропорційно зменшуватися. Збільшення обсягу продажі рентабельної продукції приводить до пропорційного збільшення прибутку.

Ці, а також вищезазначені в підрозділі 3.1 напрями можуть бути врахованими на досліджуваному підприємстві при визначенні стратегії та концептуальних засад підвищення прибутковості свого виробництва.

ВИСНОВКИ

Для ефективного функціонування будь-якого підприємства в умовах ринкових відносин та конкурентної боротьби найбільша увага має приділятися виявленню резервів збільшення прибутковості виробництва. Адже ріст прибутку в результаті виробничо-господарської діяльності не тільки дає можливість підприємству здійснювати виробничий та соціальний розвиток, це означає також і збільшення відрахувань до державного бюджету країни. Тому оцінка та аналіз прибутковості на підприємстві є необхідною та дає змогу оцінити фінансові результати, виявити слабкі місця та винайти резерви підвищення економічних показників своєї діяльності, зокрема прибутковості. Дослідження, проведене на підприємстві ПрАТ «Південна винокурня» із зазначеної тематики, дозволяє зробити наступні висновки.

1. В науковому світі єдиного визначення поняття «прибутковість» немає, хоча значна кількість вітчизняних і зарубіжних економістів опікувались цим питанням. Погляди на формулювання терміну «прибутковість» у науковців досить неоднозначні: у Р.Р.Антонюка це явище, М.Ф.Огійчука – вид ефективності, О.В.Хмелевського – стан підприємства, інші автори теж трактують термін «прибутковість» по-своєму. Але всі вони при дослідженні економічної сутності прибутковості приходять до висновку, що вона є відношенням прибутку до витрат чи використаних ресурсів. Відтак, прибутковість – це економічна категорія, яка свідчить про ефективність виробничої діяльності підприємства щодо відтворення використаних в процесі виробництва ресурсів. З огляду на це, оцінка прибутковості

підприємства є необхідною для його ефективного функціонування та розвитку.

2. В загальноприйнятому сенсі, прибутковість виробничої діяльності визначається за допомогою абсолютного показника - прибутку підприємства та відносного показника - рентабельності підприємства. Прибуток – це різниця між обсягом отриманої виручки за реалізовану продукцію та обсягом витрат на її виробництво та реалізацію. Прибуток підприємства - узагальнюючий кінцевий результат діяльності підприємства. В той же час, це абсолютний показник, який свідчить про ефективність чи неефективність виробництва, не даючи змоги робити висновки щодо чинників, що призвели саме до такого кінцевого результату. Більш змістовно, ніж прибуток, кінцеві результати господарювання характеризує рентабельність - відносний показник, що відображає співвідношення прибутку до понесених витрат та характеризує рівень віддачі активів підприємства та стан використання капіталу в процесі виробництва. Рентабельність є похідною від прибутку, оскільки в її формулі в чисельнику завжди один із видів прибутку - валовий прибуток, операційний прибуток, прибуток до оподаткування або чистий прибуток.

3. Дане дослідження проводилось на виноробному підприємстві ПрАТ «Південна винокурня» Херсонської області. Основні види діяльності за класифікатором - виробництво виноградних вин, виробництво дистихові алкогольних напоїв, дистиляція, ректифікація та змішування спиртних напоїв. Це підприємство вторинного виноробства, своїх площ для вирощування винограду не має, налагоджені тісні партнерські зв'язки з постачальниками виноматеріалів, пляшки для розливу, етикеток, корків тощо. Чисельність працюючих в 2019 році склала 153 особи, підприємство за своїми ознаками належить до суб'єктів господарювання середнього бізнесу. На експорт підприємство

не працює, має ряд ліцензій на окремі види діяльності, зокрема виробництво алкогольних напоїв.

4. Оцінка стану прибутковості показала, що фінансові результати підприємства в різні роки теж різні. Зокрема, чистий дохід від реалізації продукції в динаміці за останні 7 років має стійку тенденцію до збільшення - в 4,3 рази. Показники валового прибутку та чистого фінансового прибутку за період з 2013 по 2018 рік включно теж росли. Але в 2019 році вже відбулося зниження цих показників на 7,4% та 8,8% відповідно в порівнянні з попереднім роком. З 2017 року стабільно знижується і показник прибутку від операційної діяльності - в 2017 році на 17,7%, в 2018 році на 21,9%, в 2019 році на 35,8% в порівнянні з попереднім роком. Обсяг сукупного капіталу, щорічно збільшуючись та досягнувши 289444 тис. грн. в 2017 році, в наступні 2 роки теж знижується – на 12,3 % в 2018 році та на 8,0% в 2019 році до попереднього року.

Проведені розрахунки рентабельність свідчать про наступне. Рентабельність сукупного капіталу на ПрАТ «Південна винокурня» за 2013-2019 роки включно є позитивною, але досить незначною – від 3,3% в 2013 році до 1,3% в 2015, 2018 та 2019 роках, рентабельність власного капіталу – від 19,0% в 2013 році до 8,0% в 2019 році, тим не менш і ці значення зменшились за 2 останні роки. Це свідчить, що підприємство використовує власний капітал не достатньо ефективно. Аналіз валової рентабельності реалізованої продукції показав, що цей показник на підприємстві знаходиться на низькому рівні – від 14,0% в 2013 році до 22,0 % в 2019 році, що свідчить більш за все, про недосконалу цінову політику на підприємстві. Зважаючи, що за цей період відмічається зниження операційної рентабельності з 10,0% в 2015 році до 2,0% в 2019 році, або в 5 разів, можна робити висновок, що в цей період дуже збільшувались адміністративні витрати та витрати на збут. Оцінка чистої рентабельності реалізованої продукції на підприємстві свідчить,

що в 2013-2014 роках одна гривня реалізованої продукції приносила підприємству 3 копійки прибутку, в 2015-2018 роках – 1 копійку, а в 2018 та 2019 роках менше копійки. Все, що сказане вище, є тривожним сигналом і має дати поштовх керівництву підприємства і менеджменту для пошуку шляхів та внутрішніх резервів підвищення прибутковості свого виробництва. Крім того, для прийняття управлінських рішень щодо підвищення прибутковості свого підприємства, необхідно аналізувати та порівнювати свої показники з показниками конкурентів, які є в вільному доступі.

5. Оцінка та аналіз показників прибутковості ПрАТ «Південна винокурня» дозволяє зробити наступні висновки щодо визначення основних напрямів зростання прибутковості досліджуваного підприємства.

Рентабельність сукупного капіталу – показала, що підприємство неефективно використовувало свої активи для одержання прибутку, підвищення продуктивності ресурсів є резервом підприємства для підняття рівня прибутковості.

Рентабельність власного капіталу – дозволяє зробити висновок, що підприємство наразі не є інвестиційно привабливим, оскільки власний капітал використовується неефективно.

Валова та операційна рентабельності продаж – їх одночасне співставлення дозволяє зробити висновок, що на підприємстві з метою підвищення прибутковості необхідно провести аналіз та оптимізацію витрат, особливо адміністративних та збутових,

Операційна рентабельність – її оцінка на підприємстві виявила недоліки в політиці ціноутворення, тобто треба більш виважено складати ціну на продукцію з урахуванням не лише економічних показників, а й з урахуванням соціальної складової, тоді це буде мати позитивне відображення на прибутковості.

Чиста рентабельність реалізованої продукції – цей коефіцієнт на підприємстві дуже низький, свідчить про недостатньо високий рівень конкурентоспроможності продукції підприємства та неефективне управління. Можливо, резервом підвищення прибутковості в даному випадку могло б стати залучення до кадрового резерву більш професійних в своїх галузях фахівців.

6. Крім основних висновків, що витікають з проведеної в підрозділі 3.1 оцінки прибутковості підприємства, нами запропоновано додаткові, альтернативні шляхи та резерви підвищення прибутковості ПрАТ «Південна винокурня»:

- збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції;
- підвищення якості своєї продукції;
- успішний збутовий маркетинг;
- продаж або здача в оренду зайвого устаткування та іншого майна, що не використовується в процесі виробництва, але обліковується на балансі;
- зниження собівартості продукції;
- ліквідація невиробничих витрат по заробітній платі;
- диверсифікація виробництва;
- удосконалення цінової політики підприємства;
- удосконалення структури продаж;
- технічне переозброєння виробництва.

ЛІТЕРАТУРА

1. Основи підприємницької діяльності: Навч. посіб. / С. В. Мочерний, О. А. Устенко, С. І. Чеботар. - К. : Вид. центр "Акад.", 2005. - 279 с.
2. Огійчук М., Василішин С. Теорія і практика обліково-аналітичного забезпечення управління прибутковістю акціонерного капіталу господарських товариств. Бухгалтерський облік і аудит. 2016. № 4. С. 20–30.
3. Антонюк Р.Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств: природа категорії / Р.Р. Антонюк // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства – 2012. – № 126. – С. 50–55.
4. Осипова Т.В. Теоретичні аспекти трактування прибутковості в сучасних умовах господарювання / Т.В. Осипова // Управління розвитком. 2012. – № 1. – С. 82–84.
5. Хмелевський О.В. Оцінка якості прибутковості в інноваційно-інвестиційному розвитку підприємств машинобудування / О.В. Хмелевський // Економіст. – 2008. – №3. – С. 50–53.
6. Бланк И. А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – 2-е изд., расш. и доп. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2002. – 752 с.
7. Вакуленко М.О. Забезпечення прибутковості підприємства. Електронний ресурс. – [Режим доступу]: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/28263/1/Vakulenko_bakalavr.pdf
8. Бернар И., Колли Ж.–К. Толковый экономический и финансовый словарь. Французская, русская, английская, немецкая, испанская терминология : в 2-х т. / И. Бернар, Ж.–К. Колли ; пер. с фр. – М. : Международные отношения, 1994. – Т. 1. – 784 с.
9. Каминський П.Д., канд. екон. наук, доц. Забезпечення прибутковості діяльності підприємства. Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-

Барановського №2 (63) 2016

10. Вакуленко М.О. Забезпечення прибутковості підприємства. Електронний ресурс. – [Режим доступу]:

https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/28263/1/Vakulenko_bakalavr.pdf

11. Прибутковість аграрного підприємства та резерви її підвищення. Електронний ресурс. – [Режим доступу]:

https://www.pdatu.edu.ua/images/news/2019/october/21/4/roboty/prybutkovis_tahropidpryiemstva.pdf

12. Економіка аграрного підприємства: Підручник для екон. і техн. спеціальностей ВНЗ / С. І. Михайлов, В. В. Ярова, Г. В. Заєць та ін.; За ред. С. І. Михайлова. - К.: Укр. Центр духов. культури, 2004. - 396с. І бершадська

13. Бланк И.А. Управление прибылью /И.А. Бланк - 2-е изд., расм. и доп. – К.: Ника – Центр, Эльга, 2002. – 752 с.

14. Афанасьєв М.В., Гончаров А.Б. Економіка підприємства: Навчально-методичний посібник для самост. Вивчення дисципліни / За редакцією проф. М.В. Афанасьєва. Х.: ВД “ІНЖЕК”, 2003. – 410 с.

15. Податковий кодекс України. Електронний ресурс. – [Режим доступу]: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

16. Андрійчук В.Г. Економіка аграрного підприємства. Підручник.- К.:КНЕУ, 2002.- 624с.

17. Управління формуванням прибутковості ПрАТ «Оболонь» з метою підвищення стабільності його діяльності. Електронний ресурс.- [Режим доступу]:

https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/27506/1/Bershadaska_magistr.PDF

18 Вакуленко М.О. Забезпечення прибутковості підприємства. Електронний ресурс. – [Режим доступу]:

https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/28263/1/Vakulenko_bakalavr.pdf

19. Огійчук М. Ф. Суть прибутку та підходи до методики його визначення / М. Ф. Огійчук // Економіка АПК. – 2015. – № 3. – С. 7–21.

20. Мохненко А.С. Аналіз ефективності функціонування підприємств продовольчої сфери / А.С. Мохненко, О.М. Федорчук, О.І. Протосвіцька // Обліково-аналітичне забезпечення й оподаткування розвитку суб'єктів агробізнесу та сільських територій: колективна монографія; за ред. Л.О. Мармуль. – Херсон: Айлант, 2019. – С. 223-235.

21. Мохненко А.С. Економічна сутність конкуренції і конкурентоспроможності / А.С. Мохненко // Таврійський науковий вісник. – Херсон, 2010. – № 68. – С. 165-171.

22. Мохненко А.С. Інвестиційно-інноваційне забезпечення конкурентоспроможного розвитку підприємств / А.С. Мохненко, О.М. Федорчук, О.І. Протосвіцька // Розвиток підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища: управління, реалізація та перспективи: колективна монографія; за ред. Шарко М.В. – Херсон: ФОП Вишемирський В.С., 2019. – С. 227-243.

23. Мохненко А.С. Оцінка конкурентоспроможності підприємств агропромислового сектору економіки / А.С. Мохненко // Сучасний стан та пріоритети розвитку системи обліку, оподаткування й аналізу виробничо-економічної діяльності суб'єктів господарювання агропромислового сектору економіки: монографія; за ред. Л.О. Мармуль. – Херсон: Айлант, 2018. – С. 158-167.

24. Мохненко А.С. Підвищення економічної ефективності підприємств в умовах євроінтеграційних процесів / А.С. Мохненко // Теорія, методологія і практика обліку, оподаткування й аналізу виробничо-економічної діяльності суб'єктів агробізнесу та сільських територій: нові реалії та перспективи в умовах інтеграційних процесів: колективна монографія; за ред. Л.О. Мармуль. – Херсон: Айлант, 2020. – С. 187-200.

25. Мохненко А.С. Стратегія розвитку регіонального газотранспортного підприємства / А.С. Мохненко, К.В. Мельникова, О.М. Федорчук // Науковий вісник Херсонського державного

університету. Серія "Економічні науки". – Херсон, 2018. – № 32. – С. 91-94.

26. Мохненко А.С. Управління конкурентоспроможністю підприємства на основі застосування системного підходу / А.С. Мохненко, О.М. Федорчук, О.І. Протосвіцька // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту – Черкаси, 2018. – № 2 (25). – С. 13-25.

27. Мохненко А.С. Формування системи забезпечення зовнішньоекономічної діяльності газотранспортного підприємства / А.С. Мохненко // Структурна модернізація економіки: прогностичні сценарії та перспективи розвитку регіону: монографія; за ред. проф. Шарко М.В. – Херсон: ПП "Вишемирський", 2018. – С. 276-284.

28. Mokhnenko A. Software economy as a vector of management of innovative infrastructure of the region / A. Mokhnenko, O. Fedorchuk, K. Melnikova // Вісник Хмельницького національного університету. Серія "Економічні науки". – Хмельницький, 2019. – № 5. – С. 7-10.

29. Mokhnenko A. Concept of sustainable development of the food sector enterprises in the competitive environment / A. Mokhnenko, O. Fedorchuk, O. Protosivitska // Development of the innovative environmental and economic system in Ukraine: monograph; edited by Khudolei V., Ponomarenko T. – Prague: OKTAN PRINT s.r.o., 2019. – С. 123-141.

30. Mokhnenko A. Integration of the supply chain management and development of the marketing system / I.Perevozova, L.Horal, A.Mokhnenko, N.Hrechanyk, A.Ustenko, O.Malyuka, L.Mykhailyshyn // International Journal of Supply Chain Management. – 2020. – № 9. – Issue 3. – P. 496-507.

31. Mokhnenko A. Mathematical-Logistic Model of Integrated Production Structure of Food Production / A.Mokhnenko, V.Babenko, O.Naumov, I.Perevozova, O.Fedorchuk // CEUR Workshop Proceedings, 2020, Volume 2732, P. 446-454.

32. Пасхавер Б. Рентабельність агросфери: проблеми стабільності /Б. Пасхавер // Фінанси України: Ж. – 2004. - № 2.- с. 73-82

33. Інна Панченко. Методичні підходи до аналізу операцій з формування та розподілу прибутку підприємства: критичний аналіз / Інна Панченко // Економічний аналіз «Збірник наукових праць» – 2012. - №10. - С.279-284 – URL: https://econa.at.ua/Vypusk_10/ea10-4.pub.pdf

34. Stock market infrastructure development agency of Ukraine (SMIDA). Електронний ресурс – [Режим доступу]: <https://smida.gov.ua/db/emitent/year/xml/showform/126643/156/templ>

35. Публічне акціонерне товариство “Південна винокурня”. Електронний ресурс – [Режим доступу]: <https://khoda.gov.ua/publ%D1%96chne-akc%D1%96onerne-tovaristvo-%E2%80%9C%D1%96vdenna-vinokurnja%E2%80%9D>

36. Stock market infrastructure development agency of Ukraine (SMIDA). Електронний ресурс – [Режим доступу]: <https://smida.gov.ua/db/emitent/year/xml/showform/126643/144/templ>

37. Поняття, склад і класифікація операційних витрат підприємства Електронний ресурс. – [Режим доступу]: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/economika-pidpr/2468-ponyattya-sklad-i-klasifikatsiya-operatsijnikh-vitrat-pidpriemstva.html>

38. Вітчизняні виноградарі масово викорчуюють плантації. Електронний ресурс. – [Режим доступу]: http://www.naas.gov.ua/newsukraine/?ELEMENT_ID=5444

39. Спеціаліст озвучив проблеми виноробства та садівництва у 2020 році. Електронний ресурс.- [Режим доступу]: <https://superagronom.com/news/12348-spetsialist-rozpoviv-pro-problemi-vinorobstva-ta-sadivnitstva-u-2020-rotsi>

40. О. М. Згурська, Державний університет телекомунікацій, м. Київ Диверсифікація як метод підвищення економічної ефективності підприємства.