

*Оксана Швидка,
канд. екон. наук, доцент кафедри економіки та підприємництва,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,
shvydka.o@gmail.com
Поліна Дєтскова,
студентка 6 курсу факультету економіки та управління,
polidetskova@gmail.com*

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

DIRECTIONS OF INCREASING INFLUENCES OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Анотація. Визначено теоретичні аспекти прибутковості та методи її оцінювання. Проаналізовано основні напрямки підвищення прибутковості підприємств, на прикладі харчової промисловості. Розглянуто та досліджено прибутковість ПрАТ «Родина».

Abstract. The theoretical aspects of profitability and methods of its estimation are determined. The main directions of increase of profitability of enterprises are analyzed, on the example of the food industry. Profitability of CJSC «Rodina» is considered and researched.

Аннотация. Определены теоретические аспекты прибыльности и методы его оценки. Проанализированы основные направления повышения прибыльности предприятий на примере пищевой промышленности. Рассмотрены и исследованы доходность ЗАО «Родина».

Прогнозування, планування та отримання прибутку суб'єктам господарювання необхідне для складання поточних і перспективних фінансових планів. Визначення суми прибутку від реалізації продукції (робіт, послуг) має деякі особливості залежно від сфери діяльності суб'єкта господарювання: сфери послуг, виробничої сфери, торгівлі.

Так, у сфері послуг по-різному визначатиметься прибуток від надання послуг комерційними банками, страховими компаніями, інвестиційними фондами, підприємствами торгівлі. У виробничій сфері буде різниця в розрахунках прибутку від реалізації продукції стосовно промислових і сільськогосподарських підприємств, будівельних організацій, підприємств транспорту. На підприємствах виробничої сфери можуть бути застосовані три методи розрахунку прибутку від реалізації продукції: за показниками витрат на одну гривню продукції, прямого розрахунку, економічний (аналітичний) метод.

Метод прямого розрахунку. Прибуток розраховується за окремими видами продукції, що виробляються і реалізуються. Для розрахунку необхідні такі вихідні дані:

- 1) Ціна одиниці продукції (ціна виробника)
- 2) Собівартість одиниці продукції
- 3) Перелік і кількість продукції відповідної номенклатури (асортименту), що планується до виробництва і реалізації.

Розрахунок прибутку на основі показника витрат на 1 грн. продукції. Це укрупнений метод. Може застосовуватись по підприємству в цілому за розрахунку прибутку від випуску, реалізації всієї продукції. Передбачається використання даних про виробничі витрати, реалізацію продукції за попередній період, а також очікувану їх зміну, що прогнозується в наступному періоді. За цього методу розрахунку також бракує можливості визначити вплив окремих чинників на обсяг прибутку, його зміну.

Економічний (аналітичний) метод. Може використовуватись для розрахунку прибутку від випуску (реалізації) продукції. Він відрізняється від уже розглянутих методів розрахунку прибутку тим, що дає змогу визначити не тільки загальну суму прибутку, але також і вплив на

неї зміни окремих чинників: обсягу виробництва (реалізації) продукції; собівартості продукції; рівня оптових цін і рентабельності продукції, асортименту та якості продукції.

Розрахунок прибутку цим методом здійснюється окремо за порівняною і непорівняною продукцією в плановому періоді. Порівнянна продукція – це продукція, що вироблялася в попередньому періоді. Непорівнянна продукція – це продукція, що не вироблялася на підприємстві в попередньому періоді.

Розрахунок прибутку за порівняною продукцією здійснюється в такій послідовності:

а) порівняна продукція планового періоду визначається за собівартістю періоду, що передував плановому;

б) розраховується вплив окремих чинників на зміну прибутку в періоді, що планується;

в) виходячи з рівня базової рентабельності продукції розраховується прибуток за порівняною продукцією в плановому періоді;

г) визначається очікуваний базовий прибуток і базова рентабельність продукції.

Найпоширенішими об'єктами, на яких проводиться інтегральний аналіз, є підприємства, як основна ланка народного господарства України, самостійний господарюючий статутний суб'єкт, що має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідну і комерційну діяльність з метою одержання прибутку.

На основі ПрАТ „Родина” було здійснено аналіз прибутковості діяльності (місцезнаходження Рівненська область, місто Костопіль, провулок Річний 12). Юридичний статус підприємства – приватне акціонерне товариство, форма власності - колективна. У 2001 році затвердили торгову марку „Родина”, яка є досить відомою як у межах області так і по Україні в цілому. Метою діяльності Товариства є одержання прибутку від виробничо – комерційної діяльності на принципах самоокупності, самофінансування та повного госпрозрахунку.

Підприємство є багатопрофільним, на даний момент налічується чотири основні цехи: плодоконсервний, кондитерський, зефірний і хлібобулочний, які виготовляють близько 150 найменувань продукції.

Динаміка рентабельності активів за чистим прибутком є позитивною: хоч збільшилась лише на 1% у 2017р порівняно з 2016 р., але у вартісному вираженні це є досить суттєвим. Щодо реалізованої продукції, то її прибутковість, як за валовим так і за чистим прибутком, також має позитивну тенденцію. Показники рентабельності ПрАТ „Родина” представлені в таблиці 1.

Отже, існують певні недоліки і проблеми в управлінні фінансовими ресурсами, спричинені, в основному, неефективним управлінням дебіторською заборгованістю.

Враховуючи результати проведеного портфельного аналізу, очевидно, що ПрАТ „Родина” є достатньо впливовим на регіональному ринку і намагається не лише стабілізувати позицію, а й покращити її.

Таблиця 1

Показники рентабельності ПрАТ „Родина”

Показники	2015р.	2016р.	2017р.	Зміна у 2016р в порівнянні з 2015р., (+/-)	Зміна у 2017р в порівнянні з 2016р. , (+/-)
Рентабельність					
- активів за чистим прибутком, %	18,0	19,0	20	1,0	1,0
- власного капіталу за чистим прибутком, %	26,0	27,0	30	1,0	3,0
- необоротного капіталу за чистим прибутком, %	32,0	40,0	60	8,0	20,0

- реалізованої продукції за чистим прибутком, %	12,5	13,6	15	1,1	1,4
---	------	------	----	-----	-----

Отже, підприємству доцільно використовувати такі бізнес-стратегії за окремими напрямками:

- кондитерські вироби - стратегія захоплення ринку методом утримання ніші;
- хлібобулочні вироби - стратегія утримування ринку та посилення лідируючих позицій;
- виробництво консервів – стратегія поступового виходу з ринку.

Виходячи з проведеного аналізу, можна зробити висновки, що корпоративна стратегія підприємства - стратегія зростання. ПрАТ „Родина” намагається йти „в ногу” з розвитком підгалузей, де воно працює. Основним способом досягнення обраної стратегії є експансія, тобто захоплення більшої частки всеукраїнського ринку (оскільки регіональний вже достатньо освоєний), і розвиток виробничого потенціалу. У зв'язку зі специфікою харчової промисловості, а саме постійною зміною структури попиту під впливом різних політичних та економічних чинників, невід'ємним для досягнення стратегії зростання є проведення широкої диференціації товарів і розширення кола споживачів. Ці методи дозволяють заводу забезпечити збільшення річного прибутку на 25%, підвищити дохідність активів на 15-20%.

Певну різновекторність розвитку стратегічних напрямків діяльності на ПрАТ „Родина” спричинила відсутність стратегічного планування. Зважаючи на темпи росту, цілі та обрані стратегії розвитку підприємства, цей вид управління є необхідністю.

Література

1. Ілляшенко С.М. Стратегічне управління інноваційною діяльністю підприємства на засадах маркетингу інновацій. / С.М. Ілляшенко. // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №12(114). – С. 137-139.
2. Контролінг : навч. посіб. / Г. О. Швиданенко, В. В. Лаврененко, О. Г. Дерев'янка, Л. М. Приходько ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – Київ : КНЕУ, 2008. – 257 с.
3. Мелень О.В., Холондач Ю.Ю. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення. Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ». Темат. вип. «Технічний прогрес і ефективність виробництва». 2015. № 25(1134). С. 123–126.
4. Новітні тенденції розвитку управління підприємствами : монографія / [О. С. Федонін, Г. О. Швиданенко, В. В. Лаврененко та ін.] ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – Київ : КНЕУ, 2011. – 257 с.
5. Управління ефективністю функціонування і розвитку підприємств [Електронний ресурс] : монографія / [Г. О. Швиданенко, І. М. Репіна, В. П. Кукоба та ін.] ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – Електрон. текстові дані. – Київ : КНЕУ, 2016. – 397, [3] с. – Назва з титул. екрану.
6. Управління ресурсами підприємства : монографія / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; [Г. О. Швиданенко, О. Б. Бутнік-Сіверський, В. П. Кукоба та ін.] ; за заг. ред. Г. О. Швиданенко. – Київ : КНЕУ, 2014. – 424 с.
7. Управлінський контролінг [Електронний ресурс] : колект. монографія / [Г. О. Швиданенко, О. Б. Бутнік-Сіверський, І. А. Павленко та ін.] ; за заг. ред. Г. О. Швиданенко ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – Електрон. текстові дані. – Київ : КНЕУ, 2015. – 156 с. – Назва з титул. екрану.