

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет економіки та менеджменту
Кафедра економіки, підприємництва та туризму
Кваліфікаційна робота на правах рукопису**

ДЕМ'ЯНЧУК Ігор Станіславович

УДК 339.13

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Удосконалення товарного асортименту ПРАТ «Київхліб»

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 051 «ЕКОНОМІКА»

Подається на здобуття освітнього ступеня «Магістр», кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

І.С. Дем'янчук

Керівник роботи:

Скидан О.В.,

**д.е.н., професор кафедри економіки,
підприємництва та туризму**

Житомир – 2023

Висновок кафедри _____

за результатами попереднього захисту: _____

Протокол засідання кафедри № __ від «__» _____ 2023 р.

Завідувач кафедри

економіки, підприємництва та туризму

д.е.н., професор _____

Валінкевич Н. В.

«__» _____ 2023 р.

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Здобувач вищої освіти Дем'янчук Ігор Станіславович захистив кваліфікаційну роботу з оцінкою:

сума балів за 100-бальною шкалою _____

за шкалою ECTS _____

за національною шкалою _____

Секретар ЕК,

ст. лаборант кафедри

економіки, підприємництва

та туризму _____

Т. С. Давидович

АНОТАЦІЯ

Дем'янчук І.С. «Удосконалення товарного асортименту ПРАТ «Київхліб». – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістр за спеціальністю 051 «Економіка». – Поліський національний університет, Житомир, 2023.

Систематизовано складові системи формування товарного асортименту підприємства та оцінки управління ними. Проаналізовано стан та перспективи розвитку економіко-господарського середовища товариства. Виділено та обґрунтовано види зовнішніх економічних впливів на рівень забезпеченості підприємства ресурсним потенціалом та ефективність його використання. Запропоновано та обґрунтовано ефективність проектної пропозиції удосконалення методики діагностики товарного асортименту підприємства.

Ключові слова: товар, асортимент, реалізація, зростання, рівень, аналіз, забезпечення, акціонерне товариство, управління, діагностика, ефективність.

ANNOTATION

Demyanchuk I.S. "Improving the product range of PJSC "Kyivhlib". - Qualification work for obtaining a master's degree in specialty 051 «Economics». – Polissia National University, Zhytomyr, 2023.

Systematized the components of the company's product range formation system and their management evaluation. The state and prospects for the development of the company's economic environment are analyzed. The types of external economic influences on the level of the enterprise's provision of resource potential and the efficiency of its use are identified and substantiated. The effectiveness of the project proposal for the improvement of the diagnostic technique of the molten assortment is proposed and substantiated enterprises.

Keywords: product, assortment, implementation, growth, level, analysis, provision, joint-stock company, management, diagnosis, efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДІАГНОСТИКИ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Зміст та складові системи формування товарного асортименту підприємства.....	6
1.2. Оціночні показники товарного асортименту підприємства	8
1.3. Методичні аспекти діагностики товарного асортименту підприємства	10
Висновки до розділу 1.....	
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ЗОВНІШНЬОГО І ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА ПРАТ «КИЇВХЛІБ».....	13
2.1. Діагностика зовнішнього середовища підприємства	13
2.2. Організаційно-економічна та соціальна характеристика підприємства.....	14
2.3. Забезпеченість підприємства ресурсним потенціалом та ефективність його використання	15
2.4. Діагностика товарного асортименту підприємства.....	17
Висновки до розділу 2.....	
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА ПРАТ «КИЇВХЛІБ».....	21
3.1. Удосконалення методики діагностики товарного асортименту підприємства.....	21
3.2. Напрями розвитку системи управління товарним асортиментом підприємства.....	23
3.3. Пропозиції щодо розширення товарного асортименту підприємства.....	24
Висновки до розділу 3.....	
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	29
ДОДАТКИ.....	32

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогоднішній день забезпечення та підтримання необхідного рівня конкурентоспроможності підприємства в ринковому середовищі може бути досягнуто лише за рахунок належного управління товарним асортиментом. Адже це пов'язано з плануванням та реалізацією комплексу дій та стратегій формування конкурентних переваг та створення подібних характеристик продукції, які роблять її корисною для споживача. Забезпечення стабільної та стійкої конкурентної позиції на ринку вимагає швидкого реагування на зміни умов навколишнього середовища та гнучкого управління товарною політикою на основі результатів діагностики формування та розвитку товарного асортименту підприємства.

Аналіз останніх досліджень. Питання теоретичного змісту та сутності діагностики товарного асортименту підприємств були розглянуті у дослідженнях провідних вчених, таких як: Н. Б. Ткаченко, А.Н. Романов, А.В. Войчак, Г.Л. Багієв, Л.В. Балабанова, П.С. Зав'ялов, Г.О. Холодний, К. Ховард, Ю.А. Ципкін, В.І. Беляєв, С.С. Гаркавенко, Н.Д. Еріашвілі та інші.

Метою дослідження є розробка науково-методичних та практичних рекомендацій щодо діагностики товарного асортименту підприємства.

Відповідно до мети сформувано наступні завдання:

- вивчити зміст та складові системи формування товарного асортименту підприємства;
- дослідити оціночні показники товарного асортименту підприємства;
- вивчити методичні аспекти діагностики товарного асортименту підприємства;
- провести діагностику зовнішнього середовища підприємства;
- надати організаційно-економічну та соціальну характеристику підприємства;
- оцінити забезпеченість підприємства ресурсним потенціалом та ефективність його використання;

- провести діагностику товарного асортименту підприємства;
- розробити напрями удосконалення методики діагностики товарного асортименту підприємства;
- обґрунтувати напрями розвитку системи управління товарним асортиментом підприємства;
- представити пропозиції щодо розширення товарного асортименту підприємства.

Об'єктом дослідження є процес діагностики товарного асортименту підприємства ПрАТ «Київхліб».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних підходів щодо проведення діагностики товарного асортименту підприємства ПрАТ «Київхліб».

Методи дослідження. У ході дослідження, зокрема, використовувалися такі методи загальнонаукового пізнання економічних процесів: теоретичного узагальнення та порівняння; дедукція, синтез, аналіз, індукція, а також використовувалися методи статистичного аналізу; синергетичний підхід, системний підхід.

Перелік публікацій автора за темою дослідження. Результати проведеного кваліфікаційного дослідження опубліковано: 1) Механізми управління розвитком територій: зб. наукових праць у 2 ч. Ч. 2. Житомир: Поліський національний університет, 2023. 212 с.; 2) Студентські наукові читання – 2022: Збірник наукових праць Науково–практичної конференції «Студентські наукові читання – 2023» за результатами I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт. Житомир: Поліський національний університет, 2023. 410 с.

Практичне значення одержаних результатів. Практичне значення мають такі розробки: напрями удосконалення товарного асортименту підприємства ПрАТ «Київхліб» та напрями розвитку системи управління товарним асортиментом підприємства .

Структура та обсяг роботи. Структура кваліфікаційної роботи: анотація, зміст, вступ, 3 розділи, висновки та пропозиції, список використаної

літератури, додатки. Викладена на 63 аркушах А 4 та виконана в текстовому редакторі Word 2016 (містить 19 таблиць, 14 рисунків, 42 літ.дж. та додатки).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДІАГНОСТИКИ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Зміст та складові системи формування товарного асортименту підприємства

Товарний асортимент - це група продуктів, тісно пов'язаних або тому, що вони функціонують подібно, або тому, що вони продаються тим самим групам споживачів, або через ті самі типи торгових точок, або в тому самому діапазоні ціни [27, с.98].

Сутність планування, формування та управління товарним асортиментом як найважливішою складовою товарної політики полягає в тому, щоб товаровиробник своєчасно пропонував певний набір товарів, який в цілому відповідає профілю його виробничої діяльності, найбільш повно задовольнив би потреби окремих категорій покупців.

Формування асортименту може здійснюватися різними методами, в залежності від масштабів продажу, специфіки продукції, цілей і завдань виробника [27, с.91].

Складовими системи формування асортименту є [20, с.116]:

- аналіз способів використання товарів та особливостей поведінки споживачів;
- оцінка існуючих аналогів продукції конкурентів;
- критична оцінка виробленого підприємством товару з позиції покупця;
- вирішення питань розширення або звуження асортименту продукції;
- розгляд пропозицій щодо створення нових видів продукції та вдосконалення існуючих;
- тестування товарів;
- розробка спеціальних рекомендацій для виробничих підрозділів;

- оцінка та ревізія всього асортименту;
- заходи щодо скорочення витрат на виробництво, розподіл, маркетинг і обслуговування;
- скорочення терміну окупності інвестицій.

Формуванню асортименту передують розробка підприємством асортиментної концепції. Це побудова оптимальної асортиментної структури товарної пропозиції, яка базується на споживчих вимогах окремих груп (сегментів ринку) і необхідності забезпечення максимально ефективного використання ресурсів підприємством, що дозволяє виробляти продукцію з низькими цінами та витратами виробництва [14, с.134].

Найвідомішою концепцією управління товарним асортиментом є концепція, розроблена Ф. Котлером.

Формування товарного асортименту передбачає гармонійний баланс між новою і старою продукцією підприємства. Якщо асортимент застарів, він буде користуватися все меншим попитом; якщо він занадто «молодий», то витрати на виробництво і продаж товару покрийть прибуток і знадобиться багато часу для досягнення достатнього попиту.

Асортимент повинен формуватися з товарів, що доповнюють основні товари, фірмових товарів, супутніх товарів, товарних комплексів. В цілому асортимент повинен бути гармонійним, тобто зручним для покупця і економічно виправданим для підприємства.

Процес формування товарного асортименту включає декілька етапів [5, с.33]:

- вибір асортиментних показників;
- встановлення асортиментних груп;
- аналіз та оцінка асортиментної політики підприємства.

Таким чином, важливим завданням є розробка оптимальної асортиментної структури. Оптимальна асортиментна структура враховує фазу життєвого циклу товару з точки зору темпів зростання їх реалізації на даному ринку, співвідношення частки продажів цієї продукції і частки конкурентів.

1.2. Оціночні показники товарного асортименту підприємства

Оціночні показники, що характеризують товарний асортимент, можна розділити на два види [10, с.216]:

- внутрішні показники;
- ринкові показники.

До внутрішніх показників належать: оновлення та стабільність асортименту, виручка від реалізації, товарообіг та обсяг продажів; рентабельність (рентабельність продажів, інвестицій, маржинальний прибуток, чистий прибуток); оборотність оборотних коштів; витрати на придбання, виробництво, маркетинг і просування.

Ринкові показники - це показники, що характеризують: ринкову частку підприємства; швидкість проникнення; рівень інтенсивності споживання; ступінь ексклюзивності; якість дистрибуції; коефіцієнт стійкості (стабільності); коефіцієнт оновлення; рівень задоволеності; ефективність мерчандайзингу.

Особливе значення для оцінки товарного асортименту мають коефіцієнти оновлення та сталості асортименту [27, с.100].

Коефіцієнт оновлення асортименту свідчить про розвиток і характер економічних зв'язків підприємства як з вітчизняними, так і закордонними партнерами, а також про роботу підприємств по оновленню асортименту [31, с.9]. Він чітко характеризує інтенсивність поповнення асортименту нових товарів.

В оперативній роботі для аналізу поповнення та регулювання асортименту рекомендується використовувати такий показник, як частка нових товарів (виробів або виробів) в повному обсязі сучасних надходжень, а при оцінці довгострокових господарських зв'язків – частка нових товарів (виробів) у загальному обсязі товарів, що надходять у торговельну мережу. При цьому спеціалісти підприємства повинні виділяти продукцію з покращеними споживчими властивостями.

Коефіцієнт стабільності асортименту характеризує видовий склад

пропонованих товарів у товарній групі (підгрупі) [27, с.29]. Саме цей розгалужений блок особливо важливий для оцінки роботи підприємств, що реалізують товари наданого асортиментного переліку. Він дозволяє судити про відсутність (наявність) перебоїв у реалізації окремих товарів. Для фахівців, які займаються аналізом стабільності збуту товарів з коливною (нерівномірною) кількістю продажів (купівель), ведення такого обліку допоможе не тільки оцінити ефективність організації товаророзповсюдження, а й визначити раціональність асортиментну структуру та ефективність асортиментної політики підприємства. Аналіз стабільності (сталості) асортименту необхідно проводити на основі оперативних даних у сфері динаміки продажів [27, с.103].

Для характеристики асортименту також використовують такі показники, як ширина, глибина, насиченість, збалансованість і гармонійність асортименту:

- ширина товарного асортименту - кількість пропонованих асортиментних груп (товарних ліній);

- глибина товарного асортименту - кількість позицій у кожній асортиментній групі (товарній лінії);

- насиченість - загальна кількість конкретних товарів, що складають товарний асортимент;

- збалансованість – оптимальне співвідношення між асортиментними групами;

- гармонійність - це ступінь близькості товарів різних асортиментних груп за кінцевим використанням, вимогами до організації виробництва, каналів збуту та іншими показниками [22, с.93].

Таким чином, показники ефективності використовуються для прийняття можливих управлінських рішень щодо асортименту, які спрямовані на втілення у виробі наявних і потенційних технологічних і матеріальних можливостей, що мають споживчу цінність, задовольняють покупця і приносять йому прибуток.

1.3. Методичні аспекти діагностики товарного асортименту підприємства

Діагностика товарного асортименту - це процес вивчення складу і структури асортименту товарів і послуг підприємства з метою оцінки його відповідності поточним і майбутнім умовам ринку [15, с.476].

Основна мета діагностики товарного асортименту - сформулювати обґрунтовані висновки про те, які товари та послуги компанії приносять найбільший прибуток, а від яких краще відмовитися. За результатами аналізу можна оптимізувати асортимент [1, с.10].

Застосування методології системного аналізу в рамках цього етапу дослідження полягає у визнанні того факту, що об'єктом діагностики є товарна політика компанії, яка реалізується в ретроспективі та в поточному періоді як набір пов'язаних заходів з управління асортиментом продукції. Пріоритет цілісного об'єкта, наявність цільової системи його існування та факторів, що визначають необхідність його змін, означають можливість декомпозиції процесу оцінювання ефективності такого об'єкта за певними напрямками з урахуванням їх відповідності загальному сенсу, цілей і повне висвітлення ключових питань.

На основі узагальнення літературних джерел [2; 11; 27] пропонуємо класифікувати методи діагностики товарного асортименту підприємства з урахуванням двох видів критеріїв (Додаток А.1):

- рівень реалізації процесу управління (тактичний чи стратегічний рівень);
- фактори, що впливають на товарну політику компанії (фактори, що визначаються ринковою ситуацією; фактори, що визначаються цілями компанії; фактори, що визначаються ресурсами компанії) [14, с.135].

Щоб прийняти рішення про продовження продажу товару або зняття його з виробництва та виключення з номенклатури, можна провести діагностику показників продажів, частки ринку, рівня собівартості та рентабельності. Асортимент продукції вважається занадто вузьким, коли прибуток

збільшується після додавання в асортимент нового товару, і занадто широким, коли прибуток збільшується після припинення виробництва ряду товарів.

У результаті вивчення різних методів діагностики можна констатувати, що при аналізі управління товарним асортиментом з метою прийняття подальших рішень щодо її оптимізації доцільно використовувати наступні методичні підходи [14; 20; 28]:

1. SWOT аналіз факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на формування товарної політики підприємства.
2. Рейтинговий аналіз сформованого товарного асортименту.
3. Аналіз раціональності асортиментної структури.
4. ABC-XYZ аналіз.

Розглянемо детальніше ці методичні підходи.

1. SWOT-аналіз. Метод SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, and Threats) для аналізу навколишнього середовища є широко визнаним підходом, який дозволяє спільно досліджувати зовнішнє та внутрішнє середовище. Застосовуючи метод SWOT, можна встановити лінії зв'язку між сильними та слабкими сторонами організації та зовнішніми загрозами та можливостями у сфері розвитку товарного асортименту [30, с.76].

2. Рейтинговий аналіз товарного асортименту. Однією з найважливіших передумов підвищення рентабельності (і тим самим зміцнення механізму самофінансування) є економічно обґрунтоване формування асортименту. Структура асортименту визначається питомою вагою кожного виду продукції в загальному обсязі виробництва (реалізації) та її рентабельністю [30, с.77].

Побудова товарної політики підприємства в області оптимізації асортименту відбувається за схемою: ранговий аналіз фактичної асортиментної структури → аналіз асортиментно-політичних факторів → рішення щодо заходів щодо покращення асортиментної структури (побудова матриці «кількість випуску продукції» (збут, рентабельність продукції)) → ранговий аналіз бажаної асортиментної структури [13, с.45].

При ранговому аналізі для кожного виду продукції виявляється питома

вага в загальному обсязі, рентабельність, виробничий ранг за питомою вагою, рентабельність, різниця в рангах за питомою вагою та рентабельністю.

3. Аналіз раціональності асортиментної структури. Реалізація ефективної товарної політики підприємства передбачає дві основні проблеми. По-перше, підприємство має раціонально організувати роботу в межах наявного асортименту товарів з урахуванням стадій життєвого циклу; по-друге, завчасно розробляти нову продукцію для заміни продукції, що підлягає зняттю з виробництва та вилученню з ринку [30, с.74]. Тому компанія повинна мати та постійно вдосконалювати товарну стратегію, яка дасть їй можливість забезпечити стабільну структуру асортименту, постійні продажі та стабільний прибуток.

Для оцінки раціональності товарного асортименту підприємства рекомендується розраховувати коефіцієнти стабільності, оновлення, розширення асортименту, раціональності структури.

4. ABC-XYZ аналіз. Компроміс при розробці бажаного асортименту продуктів може полягати в тому, щоб класифікувати продукти на три групи на основі аналізу ABC-XYZ на основі прибутку, який вони приносять, і попиту, яким вони користуються, і встановити різні стандарти обслуговування для кожної з них [13, с.47].

Аналіз ABC XYZ – це комбінація двох методів аналізу, аналізу ABC та аналізу XYZ. ABC-аналіз полягає у виявленні та оцінці невеликої кількості кількісних значень, які є найбільш цінними і мають найбільшу питому вагу в сукупності вартісних показників. XYZ-аналіз – це метод, який оцінює стабільність певних об'єктів або процесів. Наприклад, XYZ-аналіз дозволяє згрупувати товари компанії відповідно до попиту на них у певний період часу.

У результаті комбінований аналіз ABC-XYZ групує товари в 9 класів (Додаток А.2).

Отже, при управлінні на підприємстві матеріальними запасами теж варто вивчити попит на продукцію (потреби в матеріалах, обсяги запасів). Для цього також використовується аналіз ABC-XYZ, який диференціює асортимент за рівномірністю попиту (споживання) і точністю прогнозу.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА ЗОВНІШНЬОГО І ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА ПРАТ «КИЇВХЛІБ»

2.1. Діагностика зовнішнього середовища підприємства

Приватне акціонерне товариство «Київхліб» створено в 1996 році на базі ДП «Київхліб». Одне з найбільших хлібопекарських підприємств України, до складу якого входять 17 хлібопекарських підприємств (дев'ять у Києві та вісім у Київській області), ремонтно-складальний завод, інформаційно-обчислювальний та навчальний центри, а також пункт матеріально-технічного постачання «Київхлібпостач» [17].

Метою діяльності ПрАТ «Київхліб» є виробництво хліба, борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок, а також надання виробничих, науково-технічних і комерційних послуг юридичним і фізичним особам на внутрішньому та зовнішньому ринках з одержанням прибутку, здійснення витрат на власну підприємницьку діяльність, задоволення соціально-економічних потреб учасників та членів трудового колективу ПрАТ [17].

Аналіз зовнішнього середовища передбачає вивчення та дослідження трьох його складових: макросередовища (загального); мікросередовища (оперативного).

Аналіз макросередовища (загальний) ПрАТ «Київхліб» виконано методом аналізу PEST. Для цього ми створимо PEST-матрицю, в якій нанесемо фактори для кожної зі складових і визначимо напрямки впливу кожного фактора на компанію («+» - «позитивний»; «-» - «негативний» »), зазначених у Додатку Б.1.

Аналіз показав, що політичні та технологічні чинники мають сильніший негативний вплив на компанію, оскільки серед виявлених факторів впливу більшість були оцінені негативно. Це свідчить про значну політичну

нестабільність в країні, а також низьку активність держави у сфері технологічної та техніко-інноваційної підтримки вітчизняних компаній [17]. Економічне пожвавлення країни, яке спостерігається протягом минулого року, позитивно впливає на діяльність компанії, про що свідчать результати аналізу економічних факторів (більшість із них мають позитивне значення).

Ми відзначимо, що у зовнішньому середовищі функціонування суб'єкта господарювання безперервно відбуваються динамічні процеси змін, постійно щось змінюється, зникає, а щось і з'являється. Частина цих процесів відкриває перед організацією нові можливості, створює для них сприятливі умови. Інша ж частина, навпаки, створює додаткові труднощі та обмеження. Щоб бути успішною в довгостроковій перспективі, організація повинна мати можливість передбачати, які труднощі виникнуть на її майбутньому шляху і які нові можливості можуть відкритися для неї.

Складемо зведену таблицю оцінки зовнішніх можливостей і загроз ПрАТ «Київхліб» (Додаток Б.2).

Таким чином за результатами проведеного дослідження було сформовано та проведено групування чинників впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємства ПрАТ «Київхліб».

2.2. Організаційно-економічна та соціальна характеристика підприємства

Одним з основних фінансових показників, що характеризують діяльність підприємства, є доходи від реалізації продукції та позареалізаційних операцій. Для аналізу доходів ПрАТ «Київхліб» необхідно проаналізувати джерела його доходів за даними звіту про фінансові результати підприємства (Додаток Б.3).

Також, в процесі діагностики підприємства доцільно проаналізувати витрати господарської діяльності ПрАТ «Київхліб» (Додаток Б.4).

Підприємство є великим платником податку на прибуток.

Аналіз діагностики фінансових результатів підприємства безпосередньо за даними фінансової звітності ПрАТ «Київхліб» відображено в Додатку Б.5.

Аналіз показав, що підприємство ПрАТ «Київхліб» характеризується значною прибутковістю господарської діяльності.

Трудовий потенціал ПрАТ «Київхліб» формується та перемінюється під впливом саме внутрішніх та зовнішніх факторів. ПрАТ «Київхліб» має велику середньоспискову чисельність працівників – 1230 осіб. Оцінка складу і структури трудового колективу за допомогою якісних і кількісних показників має велике значення для ефективної діяльності підприємства.

Розглянемо склад та структуру персоналу ПрАТ «Київхліб» за категоріями у Додатку Б.6.

Найбільш об'єктивною характеристикою чисельності працівників компанії є середньооблікова чисельність працівників, тобто кількість працівників, які в даний момент офіційно працюють в організації. У 2020–2022 роках чисельність працівників ПрАТ «Київхліб» змінювалася і становила від 1190 до 1230 осіб. Зокрема у 2022 році середньооблікова чисельність працівників зросла на 40 осіб або на 3,36%. Це пов'язано зі збільшенням масштабів виробничої діяльності, через що виникла необхідність найму додаткового виробничого персоналу. Зокрема, чисельність виробничого персоналу ПрАТ «Київхліб» у 2022 році зросла на 4,8% і становила 898 осіб. Динаміка змін керівного складу підприємства незначна, що свідчить про його стабільність.

2.3. Забезпеченість підприємства ресурсним потенціалом та ефективність його використання

Ресурсний потенціал підприємства визначається наявністю активів, сформованих за рахунок відповідних джерел фінансових надходжень. Фінансовий стан суб'єкта господарювання характеризується кількістю та якістю його активів, які відображені в балансі підприємства. Основні та оборотні активи відображені в структурі активів (загальних активах) ПрАТ «Київхліб»,

тому доцільно провести аналіз динаміки та структури формування активів. Результати горизонтального аналізу активів та джерел їх формування ПрАТ «Київхліб» наведені в Додатку Б.7.

Аналіз показав, що вартість активів ПрАТ «Київхліб» збільшилась на 4519 тис.грн або на 1,84 %. Основу активів підприємства становлять оборотні активи, а саме запаси.

Основу пасивів (джерел утворення активів) ПрАТ «Київхліб» становить додатковий капітал.

Проведемо більш детально аналіз стану та ефективності використання основних засобів підприємства ПрАТ «Київхліб» (Додаток Б.8).

Аналіз показав, що первісна вартість основних засобів підприємства зросла на 2244 тис.грн або на 0,81 % та у 2022 році склала 278428 тис.грн. Залишкова вартість основних засобів підприємства зменшилась на 8516 тис.грн або на 11,47 % та у 2022 році склала 65742 тис.грн. Отже, відбулося зростання рівня амортизації основного капіталу ПрАТ «Київхліб». Про це засвідчує коефіцієнт зносу основних засобів, значення якого у 2022 році склало 0,76, або 76 %, що на 0,03 пункти, або на 4,48 % більше, ніж у 2021 році. Як негативне зрушення слід вважати, також збільшення фондомісткості та зменшення фондівіддачі господарської діяльності. Інакше, для одержання 1 грн чистого доходу від реалізації продукції підприємство використовує більше основних активів.

В процесі аналізу основних та оборотних активів важливого значення набуває діагностика оборотності різних видів активів ПрАТ «Київхліб» (Додаток Б.9).

Про скорочення активності у використанні основних та оборотних активів ПрАТ «Київхліб» свідчать дані розрахунку коефіцієнтів оборотності активів підприємства. Загальні активи суб'єкта господарювання характеризуються досить низькими термінами оборотності, тому у 2022 році сталося їх уповільнення на 99,29 дня.

Основні сильні та слабкі сторони ПАТ «Київхліб» визначимо за результатами аналізу його конкурентної позиції та показників господарської діяльності (Додаток Б.10).

Таким чином, при аналізі сильних і слабких сторін ПАТ «Київхліб» виявлено, що найслабшою ланкою є фінансовий потенціал підприємства, оскільки існуючі проблеми з розподілом фінансових ресурсів практично не компенсуються жодними сильними сторонами, окрім збільшення оборотних активів. З іншої сторони, компанія має у своєму резерві значний потенціал у таких категоріях як маркетинговій та виробничій підсистемах, що дає надію на компенсацію фінансових проблем.

Матриця SWOT дозволяє вибрати найбільш прийнятну стратегію ПрАТ «Київхліб» з урахуванням сильних і слабких сторін акціонерного товариства, її потенційних можливостей і загроз, що виникають, як ми знаємо, ззовні (Додаток Б.11).

2.4. Діагностика товарного асортименту підприємства

Аналіз товарного асортименту ПрАТ «Київхліб» будемо проводити в розрізі асортиментних груп товарів підприємства, оскільки асортимент продукції компанії налічує багато найменувань.

Аналіз динаміки товарообороту підприємства ПрАТ «Київхліб» представлено в Додатку Б.12.

Результати проведеного аналізу засвідчують, що загальний товарооборот ПрАТ «Київхліб» у 2022 році скоротився на 19,83 % в порівнянні з 2020 роком і становить 213167 тис.грн. Найбільше реалізовувалось товарів підприємства через мережу фірмових магазинів ПрАТ «Київхліб», а саме на суму 82675 тис.грн у 2022 році.

Проведемо аналіз динаміки обсягів товарообороту підприємства ПрАТ «Київхліб» за асортиментними групами товарів у 2020-2022 роках (Додаток Б.13).

За результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що товарна номенклатура ПрАТ «Київхліб» нараховує 12 позицій, до складу кожної входить велика кількість асортиментних позиції товарів [17]. За результатами проведеного аналізу укрупнених товарних позицій підприємства можна зробити висновок, що у 2022 році найбільшими темпами відбувалось зростання обсягів товарообороту за наступними асортиментними групами товарів [17]: діабетична продукція – на 33,62 %; сухарі – на 28,27 %; хліб без дріжджовий – на 12,24 %. Також, встановлено, що найбільшу виручку у 2022 році отримано від реалізації пшеничного хлібу, а саме – 36238 тис.грн; житнього хлібу – 29843 тис.грн; здобних виробів – 31975 тис.грн.

Для товарного асортименту ПрАТ «Київхліб» розрахуємо коефіцієнти стійкості, оновлення, розширення асортименту, раціональності структури [19, с.28]. Результати розрахунку якісних показників товарного асортименту ПрАТ «Київхліб» представлено в Додатку Б.14.

Коефіцієнт оновлення асортименту у 2022 році становить 16,18%, що на 2,29% менше, ніж у 2020 році.

Окремого дослідження потребує оцінка товарного асортименту за індикатором раціональності сформованого товарного асортименту ПрАТ «Київхліб».

Реалістично підібраний та визначений асортимент продукції значно прискорює саму реалізацію цих товарів, значно скорочує витрати праці, придбання необхідного потрібного товару, та, зазначимо, допомагає задоволенню ринкового попиту потенційних споживачів.

Дослідження раціональності структури асортименту продукції ПрАТ «Київхліб» представлено в Додатку Б.15.

При доцільній структурі асортименту товару має місце потужний зв'язок між обсягами випуску продукції і рентабельністю виробництва, тобто $K_{rsa} \geq 0,6$.

$$K_{rsa} = 1 - \frac{6 * \sum_{i=1}^n (P_{vi} - P_{pi})^2}{n * (n^2 - 1)} \quad (2.1)$$

де n – число виробів (видів, товарних груп) в асортименті; P_{vi} – ранг випуску; P_{pi} – ранг рентабельності.

Підставляючи отримані в розрахунках дані можна розрахувати коефіцієнт раціональності структури асортименту ПрАТ «Київхліб» у 2020-2022 роках:

$$K_{rsa_{2020}} = 1 - \frac{6 \times 462}{12 \times (12^2 - 1)} = 0,57$$

$$K_{rsa_{2021}} = 1 - \frac{6 \times 400}{12 \times (12^2 - 1)} = 0,36$$

$$K_{rsa_{2022}} = 1 - \frac{6 \times 422}{12 \times (12^2 - 1)} = 0,44$$

Отже, у нашому прикладі значення коефіцієнт раціональності структури асортименту ПрАТ «Київхліб» у 2020-2022 роках більше нуля, що свідчить про те, що структура асортименту ПрАТ «Київхліб» раціональна.

Змінюваність складу товарів є наслідком цілеспрямованого чіткого управління товарною політикою у роботі торговельних відділів ПрАТ «Київхліб», їхніх керівників та виконавців.

Ми визначаємо кілька способів визначення проценту виконання передбаченого планового завдання з товарного асортименту ПрАТ «Київхліб»: спосіб середнього відсотку; спосіб недоданої продукції; спосіб найменшого відсотку. Отже, проведемо аналіз виконання плану за товарним асортиментом ПрАТ «Київхліб» на підставі даних Додатку Б.16.

Отже, план з обсягу збуту продукції за 2022 рік виконано лише на 90,7%. Асортимент продукції ПрАТ «Київхліб» не змінився. Ми бачимо, що невиконання простежується практично по усіх товарних позиціях. Найбільше негативне відхилення по виконанню плану зі збуту спостерігається по

наступних товарних позиціях: батони (76,9%), пряники (76,8%), караваї (77,2%), здобні вироби (78,3%). Слід зазначити, що у 2022 році по відношенню до 2020 року виконання плану по усьому асортименту продукції ПрАТ «Київхліб» зріс на 3,4%.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА ПРАТ «КИЇВХЛІБ»

3.1. Удосконалення методики діагностики товарного асортименту підприємства

Пропонуємо запровадити метод аналізу ABC-XYZ в практику діагностики товарного асортименту компанії ПрАТ «Київхліб». За допомогою методу аналізу ABC-XYZ у 2022 році ми проведемо аналіз ефективності управління товарним асортиментом ПрАТ «Київхліб».

Метод ABC заснований на так званому правилі Парето. Відповідно до методу Парето набір керованих об'єктів ділиться на дві нерівні частини (80/20), у нашому прикладі ми ділимо товари на три групи (Додаток Б.1).

Так, група А - 50% асортименту включає 3 види продукції від ПрАТ «Київхліб», група Б - 40% асортименту включає 6 видів продукції від ПрАТ «Київхліб», група В - 10% від продукції. Асортимент включає 3 види продукції ПАТ «Київхліб».

Якщо в ABC-аналізі вирішальну роль у віднесенні товару до тієї чи іншої групи відіграє величина внеску конкретного товару, то в XYZ-аналізі така роль відводиться ступеню рівномірності попиту і точності його прогнозу; Принцип диференціації асортименту ПрАТ «Київхліб» у процесі XYZ-аналізу – весь асортимент поділяється на три групи залежно від рівномірності попиту та точності прогнозу [30, с.93].

До групи «Х» входять товари, попит на які рівномірний або може незначно коливатися, коефіцієнт варіації знаходиться в межах 0-10%. Обсяг продажу товарів, що входять в цю групу, легко передбачити[30, с.91] .

Група «У» включає товари, які споживаються в коливаються кількостях. Зокрема, до цієї групи можна віднести товари сезонного попиту, коефіцієнт

варіації від 10 до 25% [30, с.91]. Можливості прогнозування попиту на товари цієї групи середні.

До групи «Z» входять товари, на які спостерігається спорадичний попит, відсутні тенденції, значення коефіцієнта варіації більше 25%. Прогнозувати обсяг продажів товарів цієї групи досить складно.

Ми проводимо XYZ-аналіз продукції ПрАТ «Київхліб» і показуємо результати в Додатку Б.2.

За результатами проведених досліджень встановлено, що до групи X потрапляють 6 товарних груп. Попит на ці товари найбільш стабільний. До групи товарів було віднесено 4 групи товарів. Попит на ці товари схильний до певних коливань. До товарної групи Z слід віднести 2 товарні групи, оскільки ці товари піддаються найбільш сильним коливанням попиту.

За результатами проведеного дослідження та сформованими результатами ABC-аналізу та XYZ-аналізу асортименту товарів ПрАТ «Київхліб» доцільно створити зведену матрицю ABC- Z -аналізу (Додаток Б.3).

Отже, з даних аналізу видно, що до групи У потрапило 2 види продукції: хліб із житнього борошна та соломка; до групи Z - 1 вид продукції – хліб із пшеничного борошна; до групи ВХ - 4 види продукції - хліб бездріжджовий, батони, сушки, діабетична продукція; до групи ВZ потрапило 2 види продукції – здобні вироби та сухарі; до СХ - 2 види продукції: печиво та пряники; до групи СУ ввійшло 1 вид продукції – караваї.

За результатами проведеного ABC-XYZ аналізу можна зробити висновок про недостатню ефективність управління товарним асортиментом ПрАТ «Київхліб», оскільки в найбільш привабливій зоні АХ взагалі немає товарів. Водночас, 3 товарні групи потрапили в найбільш непривабливі зони AZ та ВZ. Керівництво ПрАТ «Київхліб» повинно розробляти заходи щодо оптимізації наявного асортименту товарів в перспективі.

3.2. Напрями розвитку системи управління товарним асортиментом підприємства

Підприємство ПрАТ «Київхліб» працює в умовах загострення конкуренції, тому без впровадження ефективних маркетингових заходів воно не може успішно працювати на ринку. Для збільшення обсягу продажів необхідно передусім забезпечити управління асортиментною політикою.

Асортиментна політика ПрАТ «Київхліб» має ґрунтуватися на потребах споживачів, економії господарської діяльності, узгоджуватися з філософією компанії та підкріплюватися відповідними комунікаційними заходами на основі ефективного позиціонування товару. Тому розробку асортиментної політики необхідно пов'язувати з сегментацією ринку та визначенням споживчих цінностей [14, с.134].

Основним аспектом удосконалення асортиментної політики ПрАТ «Київхліб» може стати застосування системи управління асортиментом і якістю продукції. Ця система є невід'ємною частиною комплексної системи управління торговельною діяльністю підприємства. Вона, у свою чергу, складається з трьох функціональних підсистем: організації планування (прогнозування) і виконання, контролю та координації.

Асортиментна політика є однією з найважливіших частин товарної політики ПрАТ «Київхліб». Тому пошук заощаджень варто починати з асортименту товарів чи послуг. Оптимізація асортименту продукції, що випускається, є одним із шляхів підвищення ефективності ПрАТ «Київхліб».

Оптимізація асортименту – це прийняття компромісного рішення, яке найкраще враховує фінансові очікування, виробничо-логістичні можливості та обмеження, а також ринкову ситуацію. Приймаючи рішення про оформлення асортименту, необхідно керуватися не тільки міркуваннями економіки, а й враховувати стратегічні інтереси. Зрозуміло, що якщо сьогодні знизити частку нерентабельних товарів, то завтра втрата покупців, які бажають купувати всі

товари в одного постачальника, буде неминуча. У результаті компанії змушені зважувати власні інтереси та інтереси своїх клієнтів [14, с.135].

Приймаючи рішення про оформлення асортименту, необхідно керуватися не тільки міркуваннями економіки, а й враховувати стратегічні інтереси. Можна визначити альтернативні напрямки вдосконалення асортименту хлібобулочних виробів ПрАТ «Київхліб» (Додаток Б.4).

Своєчасне оновлення товарного асортименту ПрАТ «Київхліб» з урахуванням змін ринкової ситуації є одним із важливих показників діяльності підприємства та його конкурентоспроможності, але компанія не часто оновлює асортимент. З цієї причини введення нових позицій в рамках вже існуючих асортиментних груп є перспективним напрямком удосконалення товарного асортименту досліджуваного підприємства ПрАТ «Київхліб».

3.3. Пропозиції щодо розширення товарного асортименту підприємства

Важливим інструментом вирішення проблеми розширення асортименту компанії є методика портфельного аналізу, яка дає можливість виявити потенціал зростання окремих видів товарів (стратегічних бізнес-напрямків) у продуктовому портфелі ПрАТ «Київхліб».

Метою аналізу портфеля є вивчення існуючого та запланованого асортименту продуктів (бізнес-напрямки, товарні та ринкові можливості тощо) для того, щоб підготувати рішення щодо збереження або зміни складу «портфеля» [11, с.76].

Таким чином, нами визначено, що основними стратегічними підрозділами бізнесу (СПБ) ПрАТ «Київхліб» є виробництво наступних товарних груп:

1. Хліб із пшеничного борошна (СПБ – 1).
2. Хліб із житнього борошна (СПБ – 2).
3. Хліб бездріжджовий (СПБ – 3).
4. Печиво (СПБ – 4).

5. Діабетична продукція (СПБ – 5).
6. Батони (СПБ – 6).
7. Здобні вироби (СПБ – 7).
8. Сушки (СПБ – 8).
9. Сухарі (СПБ – 9).
10. Соломка (СПБ – 10).
11. Пряники (СПБ – 11).
12. Караваї (СПБ – 12).

Наступним кроком портфельного аналізу є побудова двовимірних матриць з метою оцінки проблем і перспектив загального продуктового портфеля. Розрахунок відносної частки ринку та темпів зростання продуктового портфеля ПрАТ «Київхліб» представлений у Додатку В.5.

За результатами проведеного аналізу побудуємо матрицю БКГ для ПрАТ «Київхліб» (Додаток В.6).

За результатами проведеного аналізу можна зробити висновок про незбалансованість існуючого портфеля бізнесів ПрАТ «Київхліб». Зокрема, лідерами за обсягами продажу та часткою на ринку є СПБ-1, СПБ-2, СПБ-6 та СПБ-11. Це традиційні для ринку хлібобулочною продукції товари – хліб та батони. Водночас, в продуктовому портфелі існують і аутсайдери – СПБ-8, СПБ-9 та СПБ-10.

Для ПрАТ «Київхліб» такі види продукції, як сушки, сухарі та соломка не є стратегічно важливими, а тому підприємство не нарощує обсяги виробництва даної продукції. В результаті головний конкурент ДАК «Хліб України» значно випереджає ПрАТ «Київхліб» за обсягами збуту даної продукції.

Слід зазначити, що в продуктовому портфелі ПрАТ «Київхліб» виділяється один вид продукції, яка знаходиться в зоні невизначеності, або «Знак питання». Це новий вид хлібобулочних виробів – діабетична продукція. Як показав аналіз, перспективи розвитку на ринку даної асортиментної позиції є значними, адже темпи зростання ринку є високими – 16,7 %. Водночас, відносна частка на ринку є недостатньою. За таких умов, підприємство ПрАТ «Київхліб» має

докладати значних маркетингових зусиль та проводити агресивну політику щодо розвитку даного товару на ринку.

Отже, аналіз показав, що товарна позиція «діабетичні продукти» є найбільш привабливою з точки зору подальшого розвитку, оскільки має високі показники рентабельності продажів, запасу фінансової міцності тощо. По даній товарній групі підприємство завжди виконує план продажів, а значить, на даний товар є стабільний попит. Щоб привернути більше уваги до цієї товарної групи в асортименті, було вирішено розширити асортимент.

Існуючий асортимент за товарною позицією «Хлібобулочні вироби для діабетиків» включає в себе наступні позиції: діабетичні хлібці; білковий пшеничний хліб; білковий житній хліб; висівковий хліб; діабетичне печиво.

За результатами опитування та з метою розширення асортименту групи «Хлібобулочні вироби для діабетиків» пропонуємо додати до існуючої товарної групи нову асортиментну позицію «Діабетичні пластівці». В асортименті «пластівці діабетичні» планується виробництво п'яти видів продукції, які будуть поступово впроваджуватися у виробництво.

Таким чином, нова структура асортименту за товарною позицією «Хлібобулочні вироби для діабетиків» ПрАТ «Київхліб» виглядатиме наступним чином (Додаток В.7).

Таким чином, введення нової асортиментної групи товарів «Діабетичні пластівці» дозволить розширити асортимент продукції та завоювати нові ринкові сегменти ПрАТ «Київхліб» на ринку діабетичного харчування.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами проведеного дослідження та діагностики товарного асортименту підприємства можна зробити наступні висновки:

Визначено, що товарний асортимент - це група продуктів, тісно пов'язаних або тому, що вони функціонують подібно, або тому, що вони продаються тим самим групам споживачів, або через ті самі типи торгових точок, або в тому самому діапазоні ціни.

Встановлено, що оціночні показники, що характеризують товарний асортимент, можна розділити на два види: внутрішні показники; ринкові показники. Для характеристики асортименту також використовують такі показники, як ширина, глибина, насиченість, збалансованість і гармонійність асортименту.

Обґрунтовано, що діагностика товарного асортименту - це процес вивчення складу і структури асортименту товарів і послуг підприємства з метою оцінки його відповідності поточним і майбутнім умовам ринку. Основна мета діагностики товарного асортименту - сформулювати обґрунтовані висновки які саме товари та послуги акціонерного товариства дають найбільший результат у вигляді прибутку, а від яких краще відмовитися. За результатами аналізу можна оптимізувати асортимент.

Аналіз показав, що підприємство ПрАТ «Київхліб» характеризується значною прибутковістю господарської діяльності.

Результати проведеного аналізу засвідчують, що загальний товарооборот ПрАТ «Київхліб» у 2022 році скоротився на 19,83 % в порівнянні з 2020 роком і становить 213167 тис.грн. Найбільше реалізовувалось товарів підприємства через мережу фірмових магазинів ПрАТ «Київхліб», а саме на суму 82675 тис.грн у 2022 році.

Встановлено, що план з обсягу збуту продукції за 2022 рік виконано лише на 90,7%. Асортимент продукції ПрАТ «Київхліб» взагалі не змінився, проте сам план з асортименту було не виконано також. Ми побачили, що невиконання

спостерігається практично по усіх товарних позиціях. Найбільше негативне відхилення по виконанню плану зі збуту спостерігається по наступних товарних позиціях: батони (76,9%), пряники (76,8%), караваї (77,2%), здобні вироби (78,3%). Слід зазначити, що у 2022 році порівнюючи до 2019 року виконання плану по усьому асортименту продукції ПрАТ «Київхліб» зріс на 3,4%.

Запропоновано запровадити метод аналізу ABC-XYZ в практику діагностики товарного асортименту компанії ПрАТ «Київхліб». За допомогою методу аналізу ABC-XYZ у 2022 році проведено аналіз ефективності управління товарним асортиментом ПрАТ «Київхліб». За результатами проведеного ABC-XYZ аналізу можна зробити висновок про недостатню ефективність управління товарним асортиментом ПрАТ «Київхліб», оскільки в найбільш привабливій зоні AX взагалі немає товарів. Водночас, 3 товарні групи потрапили в найбільш непривабливі зони AZ та BZ. Керівництво ПрАТ «Київхліб» повинно розробляти заходи щодо оптимізації наявного асортименту товарів в перспективі.

Доведено, що своєчасне оновлення товарного асортименту ПрАТ «Київхліб» з урахуванням змін ринкової ситуації є одним із важливих показників діяльності підприємства та його конкурентоспроможності, але компанія не часто оновлює асортимент. З цієї причини введення нових позицій в рамках вже існуючих асортиментних груп є перспективним напрямком удосконалення товарного асортименту досліджуваного ПрАТ «Київхліб».

Обґрунтовано, що введення нової асортиментної групи товарів «Діабетичні пластівці» дозволить розширити асортимент продукції та завоювати нові ринкові сегменти ПрАТ «Київхліб» на ринку діабетичного харчування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ареф'єва О.В., Вовк О.М., Очеретяна С.О. Методичні засади діагностування результативності модернізації підприємств в контексті реалізації інноваційного потенціалу. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки. 2020. Вип. 4 (149). С. 8-16.
2. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств : навч. посіб. К. : ВД “Професіонал”, 2006. 336 с.
3. Бартко О.С. Суть маркетингового аналізу товарної політики. Інноваційна економіка. 2020. № 1. С. 213–218.
4. Брітченко І.Г., Князевич А.О. Контролінг : навч. посіб. Рівне : Волинські обереги, 2015. 280 с.
5. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент : підручник. К. : КНЕУ, 2015. 268 с.
6. Гавва В.Н., Божко Е.А. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: навч. посіб. Київ: Центр навч. літ., 2004. 224 с.
7. Гадзевич О.І. Основи економічного аналізу і діагностики фінансово-господарської діяльності підприємств: навч. посіб. К.: Кондор, 2007. 180 с.
8. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник. К. : Лібра, 2012. 712 с.
9. Гетьман О.О. Економічна діагностика. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 307 с.
10. Євтушевський В.А. Основи корпоративного управління: Навч. посібник. К.: Знання-Прес, 2002. 317 с.
11. Загорна Т.О. Економічна діагностика: навч. посіб. Макіїв. екон.-гуманіт. інт. Київ: ЦУЛ, 2007. 400 с.
12. Залуцький І.Р., Цимбалюк В.М., Шевченко С.Г. Планування і діагностика діяльності підприємств: навч. посіб. / Львів. регіон. ін-т держ.

управл., Нац. акад. держ. управл. при президентові України. Львів: "Новий Світ-2000", 2011. 320 с.

13. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. К. : КНЕУ, 2020. 124 с.

14. Качурина О.В. Маркетингова концепція управління товарним асортиментом. Маркетинг: теорія і практика : збірник наук. праць. Луганськ : Вид-во Східноукраїнського державного ун-ту, 2010. С. 133-136.

15. Клименко С.М., Омеляненко Т.В., Барабась Д.О., Дуброва О.С. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч.посіб. / Київ. нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана. вид. 2-ге, без змін. Київ: КНЕУ, 2009. 520 с.

16. Ковальчук А. М. Економічна діагностика інноваційного розвитку авіапідприємств. Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія/ за ред. д-ра. екон. наук, професора Ареф'євої О.В. К.: НАУ, 2020, 260 с.

17. Корпоративний сайт ПрАТ «Київхліб» URL: <https://kyivkhliv.ua>

18. Костенко Т.Д. Економічна діагностика. Практикум. К.: Центр учбової літератури, 2007. 186 с.

19. Кривов'язюк І. В. Економічна діагностика: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2017. 456 с.

20. Крикавський Є. В. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2008. 276 с.

21. Маркетинг : підручник / В. Руделіус, О. Азарян та ін. ; ред.-упор. О.І. Сидоренко. 4-те вид. К. : НМЦ "Консорціум із удосконалення менеджмент освіти в Україні", 2009. 648 с.

22. Маркетинг: основи теорії та практики : навч. посіб. / за заг. ред. В. В. Липчука. 3-тє вид., випр. і доп. Л. : Магнолія-2006, 2008. 288 с.

23. Неудакіна М. В. Особливості формування товарної політики торгових підприємств. Управління розвитком : журнал ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Харків, 2013. Вип. 22. С. 56-63.

24. Панасовський Ю.В., Семененко Б.А., Теліженко О.М. та ін. Оцінка активів підприємства: навч. посіб. / за заг. ред. Ю.В. Панасовського. Суми: Унів. книга, 2009. 512 с.

25. Салига С.Я., Дацій Н.В., Корецька С.О., Нестеренко Н.В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / Гуманіт. ун-т., Запоріж. ін-т держ. та муніцип. упр. Київ: Центр навч. л-ри, 2006. 210 с.

26. Сарай Н.І. Економічна діагностика: навч. посіб. Тернопіль: ТНЕУ, 2015. 165 с.

27. Ткаченко Н.Б. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. К. : КДТЕУ, 2019. 149 с.

28. Холодний Г.О. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Харків : Вид. ХНЕУ, 2016. 324 с.

29. Хомяков В.І. Менеджмент підприємства. Навчальний посібник. Київ, 2009. 430 с.

30. Штефанич Д. А. Маркетинговий аналіз. Тернопіль: Економічна думка, 2011. 267 с.

31. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій підприємства : навч. посіб.; під ред. д. е. н. проф., академіка АЕН України Л.В. Балабанової. Донецьк : Дон- ДУЕТ, 2001. 180 с.

ДОДАТКИ

Методи діагностики товарного асортименту на підприємстві		
Стратегічні методи оцінювання		
Методи аналізу ринкової ситуації	Методи формування товарної стратегії	Методи оптимізації стратегії управління продуктивним портфелем
<ul style="list-style-type: none"> - SWOT-аналіз; - концепція життєвого циклу товару; - концепція кривої попиту; - модель п'яти сил конкуренції М. Портера 	<ul style="list-style-type: none"> - матриця «продукт-ринок» І. Ансофа; - матриця Д.Абеня, О.В. Клавдієвої, М. Ковальова; - матриця родових стратегій М. Портера 	<ul style="list-style-type: none"> - матриця BCG; - матриця A.D.Little; - матриця Hofer / Schendel; - матриця GE/McKinsey; - матриця Shell/DPM
Тактичні методи оцінювання		
Методи визначення попиту	Методи економічного аналізу асортименту	Методи розробки плану продажів
<ul style="list-style-type: none"> - методи дослідження намірів споживачів; - експертні методи; - статистичні методи 	<ul style="list-style-type: none"> - ABC – аналіз; - XYZ – аналіз; - матриця «Маркон»; - метод «Дібба-Сімкіна» 	<ul style="list-style-type: none"> - лінійне програмування; - нелінійне програмування; - динамічне програмування; - методи стохастичної оптимізації

Дворівнева система методів діагностики товарного асортименту підприємства

Джерело: складено автором за [13]

	А	В	С
Х	<p style="text-align: center;">АХ</p> <p>Висока прибутковість. Регулярність продажів (закупівель). Високий рівень прогнозованості продажу</p>	<p style="text-align: center;">ВХ</p> <p>Середня прибутковість. Регулярність продажів (закупівель). Високий рівень прогнозованості продажу</p>	<p style="text-align: center;">СХ</p> <p>Низька прибутковість. Регулярність продажів (закупівель). Високий рівень прогнозованості продажу</p>
У	<p style="text-align: center;">АУ</p> <p>Висока прибутковість. Періодичність продажів (закупівель). Середній рівень прогнозованості продажу</p>	<p style="text-align: center;">ВУ</p> <p>Середня прибутковість. Періодичність продажів (закупівель). Середній рівень прогнозованості продажу</p>	<p style="text-align: center;">СУ</p> <p>Низька прибутковість. Періодичність продажів (закупівель). Середній рівень прогнозованості продажу</p>
Z	<p style="text-align: center;">AZ</p> <p>Висока прибутковість. Нерегулярність продажів (закупівель). Низький рівень прогнозованості продажу</p>	<p style="text-align: center;">BZ</p> <p>Середня прибутковість. Нерегулярність продажів (закупівель). Низький рівень прогнозованості продажу</p>	<p style="text-align: center;">CZ</p> <p>Низька прибутковість. Нерегулярність продажів (закупівель). Низький рівень прогнозованості продажу</p>

Класифікація товарів підприємства за їх прибутковістю методом

ABC-XYZ аналізу

Джерело: складено автором за [22]

**PEST-аналіз тенденцій макросередовища,
що мають істотне значення для ПрАТ «Київхліб»**

Політика	Оцінка	Економіка	Оцінка
Вибори президента	+	Інфляція	-
Зміни законодавства	-	Зниження податкового тиску	+
Посилення державного галузевого регулювання	+	Підвищення рівня платоспроможного попиту	+
Політична стабільність	+	Корупція	-
Зміна політичного курсу країни	-	Високі проценти по кредитах	-
Заклучення міждержавних договорів в сфері експорту хлібу	+	Підвищення мінімального рівня зарплати	+
Громадське невдоволення політикою уряду	-	Зростання ВВП	+
Політичне протистояння в Верховній Раді	-	Розвиток ринкової інфраструктури	+
Недосконалість законодавчої бази	-	Збільшення державних закупівель хлібу	+
Вплив опозиції на прийняття рішень президентом	-	Посилення державного контролю за ціноутворенням	-
Соціум	Оцінка	Технологія	Оцінка
Скорочення чисельності населення в регіоні	-	Прискорення темпів науково-технічного прогресу	+
Мода на нові продукти, що довго зберігаються	-	Збільшення рівня державних витрат на НДПКР	+
Відданість традиціям	+	Необхідність вкладання власних коштів в НДПКР	-
Відданість покупців вітчизняній продукції	+	Відсутність перспективи виробництва вітчизняної техніки	-
Вплив релігії на споживання продукції	+	Недостатність інноваційно-інвестиційного досвіду	-
		Підвищення рівня наукомісткості продукції	-
		Скорочення життєвого циклу технологій	-

Джерело: розроблено автором

Оцінка зовнішніх можливостей і загроз ПрАТ «Київхліб»

Зовнішні можливості				Зовнішні загрози			
Фактори	Мі	Рмі	Мі*Рмі	Фактори	Зі	Рзі	Зі*Рзі
1. Зниження податкового тиску	6	0,6	3,6	1. Посилення податкового тиску.	6	0,4	2,4
2. Зростання грошових доходів населення.	8	0,8	6,4	2. Посилення позицій конкурентів.	8	0,2	1,6
3. Розширення ринків збуту.	9	0,9	8,1	3. Державне регулювання цін на хлібобулочну продукцію	9	0,1	0,9
4. Перехід на повний цикл виробництва.	8	0,6	4,8	4. Збільшення політичної нестабільності в країні.	8	0,4	3,2
5. Залучення інвестицій	7	0,8	5,6	5. Підвищення процентів по кредитах	7	0,2	1,4
6. Ринкові перетворення в країні	5	0,4	2,0	6. Згортання ринкових перетворень	5	0,6	3,0
Разом	43	–	30,5	Разом	43	–	12,5

Джерело: розроблено автором

Аналіз доходів господарської діяльності ПрАТ «Київхліб»

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р.	
	2020 р.	2021 р.	2022 р.	+, –	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	265898	197849	213167	-52731	-19,83
Інші операційні доходи, тис.грн.	6321	5041	6912	591	9,35
Інші фінансові доходи, тис.грн.	7	4	6	-1	-14,29
Інші доходи, тис.грн.	48	6	8	-40	-83,33
Разом	272274	202900	220093	-52181	-19,16

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

Аналіз витрат господарської діяльності ПрАТ «Київхліб»

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р.	
	2020 р.	2021 р.	2022 р.	+, –	%
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	215169	168239	178991	-36178	-16,81
Адміністративні витрати, тис.грн.	5701	6166	7543	1842	32,31
Витрати на збут, тис.грн.	8717	4830	5598	-3119	-35,78
Інші операційні витрати, тис.грн.	20702	13457	15221	-5481	-26,48
Фінансові витрати, тис.грн.	1553	1488	1612	59	3,80
Інші витрати, тис.грн.	8	5	6	-2	-25,00
Витрати з податку на прибуток, тис.грн.	4941	2156	3980	-961	-19,45
Разом	256791	196341	212951	-43840	-17,07

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

Аналіз фінансових результатів ПрАТ «Київхліб»

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р.	
	2020 р.	2021 р.	2022 р.	+, –	%
Валовий прибуток, тис.грн.	50729	29610	34176	-16553	-32,63
Операційний прибуток, тис.грн.	21930	10198	12726	-9204	-41,97
Прибуток до оподаткування, тис.грн.	20424	8715	11122	-9302	-45,54
Чистий прибуток, тис.грн.	15483	6559	7142	-8341	-53,87

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

Склад і структура персоналу за категоріями ПрАТ «Київхліб»

Категорія працівників	2020 р.		2021 р.		2022 р.		2022р. до 2020р.	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%	+/-	%
Середньооблікова чисельність працівників, з них:	1190	100,0	1205	100,0	1230	100,0	40	3,36
– виробничий персонал	857	72,0	856	71,0	898	73,0	41	4,80
– управлінський персонал, в т.ч.:	333	28,0	349	29,0	332	27,0	-1	-0,33
– керівники	71	6,0	72	6,0	73	6,0	2	3,36
– спеціалісти	155	13,0	145	12,0	136	11,0	-19	-12,54
– службовці	107	9,0	133	11,0	123	10,0	16	14,85

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

Аналіз динаміки активів та джерел їх утворення ПрАТ «Київхліб», тис.грн.

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р.	
	2020 р.	2021 р.	2022 р.	+, -	%
Активи					
Незавершені капітальні інвестиції	537	1017	1019	482	89,76
Основні засоби	74258	71502	65742	-8516	-11,47
Усього необоротні активи	74795	72519	123761	48966	65,47
Запаси	54707	89519	83246	28539	52,17
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	65760	56811	17733	-48027	-73,03
Дебіторська заборгованість за розрахунками	17263	18054	16303	-960	-5,56
Інша поточна дебіторська заборгованість	30911	10157	5643	-25268	-81,74
Гроші та їх еквіваленти	2186	2130	3196	1010	46,20
Витрати майбутніх періодів	567	564	564	-3	-0,53
Інші оборотні активи	74	52	336	262	354,05
Усього оборотних активів	171468	177085	127021	-44447	-25,92
Разом	246263	249604	250782	4519	1,84
Зобов'язання					
Зареєстрований капітал	4205	4205	4205	0	0,00
Капітал в дооцінках	28794	28641	28442	-352	-1,22
Додатковий капітал	141040	157748	157952	16912	11,99
Резервний капітал	1051	1051	1051	0	0,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	16708	205	750	-15958	-95,51
Усього власний капітал	191798	191850	190900	-898	-0,47
Довгострокові кредити банків	5712	5892	6930	1218	21,32
Усього довгострокові зобов'язання і забезпечення	5712	5892	6930	1218	21,32
Векселі видані	25068	27074	12541	-12527	-49,97
Поточна заборгованість за зобов'язаннями	22455	23490	39360	16905	75,28
Інші поточні зобов'язання	1230	1298	1051	-179	-14,55
Усього поточні зобов'язання і забезпечення	48753	51862	52952	4199	8,61
Разом	246263	249604	250782	4519	1,84

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

**Аналіз стану та ефективності використання основних засобів
підприємства ПрАТ «Київхліб»**

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р.	
	2020 р.	2021 р.	2022 р.	+, -	%
Первісна вартість основних засобів, тис.грн.	276184	278772	278428	2244,00	0,81
Залишкова вартість основних засобів, тис.грн.	74258	71502	65742	-8516,00	-11,47
Вартість зносу основних засобів, тис.грн.	201926	207270	212686	10760,00	5,33
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,73	0,74	0,76	0,03	4,48
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,27	0,26	0,24	-0,03	-12,18
Коефіцієнт фондомісткості	0,28	0,36	0,31	0,03	10,43
Коефіцієнт фондovіддачі	3,58	2,77	3,24	-0,34	-9,45
Коефіцієнт фондоозброєності праці	62,40	59,34	53,45	-8,95	-14,35

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

Аналіз оборотності активів підприємства ПрАТ «Київхліб»

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р.	
	2020 р.	2021 р.	2022 р.	+, -	%
Коефіцієнт оборотності активів	1,11	0,80	0,85	-0,26	-23,18
Тривалість обороту активів, дні	329,11	457,40	428,40	99,29	30,17
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,63	1,14	1,40	-0,23	-13,93
Тривалість обороту оборотних активів, дні	224,10	321,51	260,36	36,26	16,18
Коефіцієнт оборотності запасів	5,37	2,74	2,47	-2,90	-54,03
Тривалість обороту запасів, дні	68,00	133,04	147,91	79,91	117,53
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	2,39	1,99	3,42	1,02	42,78
Термін погашення дебіторської заборгованості, дні	152,43	183,52	106,76	-45,67	-29,96
Коефіцієнт оборотності коштів в розрахунках	2,35	1,95	3,28	0,93	39,42
Тривалість обороту коштів в розрахунках, дні	155,21	187,50	111,32	-43,88	-28,28

Джерело: складено за даними фінансової звітності підприємства

Аналіз внутрішнього середовища ПрАТ «Київхліб»

Фактори внутрішнього середовища	Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Маркетинг і збут	1.1. Висока якість продукції 1.2. Високий рівень сервісу 1.3. Висока ринкова частка підприємства 1.4. Асортимент продукції щорічно оновлюється на 5 видів 1.5. Висока репутація та імідж в регіоні	1.1. Висока ціна продукції 1.2. Зниження окупності витрат на збут 1.3. Недостатньо ефективна система маркетингу та збуту 1.4. Недостатня інтенсивність рекламних заходів
2. Фінанси	2.1. Прискорення оборотності оборотних активів 2.2. Значна мобільність використання власного капіталу	2.1. Обмежені інвестиційні можливості 2.2. Нестача оборотних активів 2.3. Зростання залежності від зовнішніх джерел фінансування
3. Виробництво	3.1. Наявність резервної виробничої потужності підприємства 3.2. Висока кваліфікація виробничого персоналу 3.3. Наявність нового високопродуктивного обладнання 3.4. Високий рівень рентабельності виробничих витрат 3.5. Сприйнятливість до нових розробок	3.1. Виробничі потужності використовуються не на всю потужність 3.2. Швидко старіючі виробничі потужності 3.3. Велика енергоємність і матеріаломісткість продукції
4. Персонал	4.1. Висока кваліфікація персоналу 4.2. Власна база підготовки кадрів 4.3. Зростання фонду оплати праці	4.1. Недосконала система мотивації 4.2. Зниження продуктивності праці 4.3. Зростання плинності кадрів
5. Управління	5.1. Великий потенціал та здатність до навчання 5.2. Велика частка молодих спеціалістів	5.1. Неefективний менеджмент середньої ланки 5.2. Недостатня участь управлінців в розробці управлінських рішень
6. Постачальники	6.1. Стабільні зв'язки з постійними постачальниками 6.2. Довгостроковий характер відносин 6.3. Середній рівень цін	6.1. Можливість постачальників впливати на умови укладання угод
7. Посередники	7.1. Позитивний вплив на зростання обсягів продажу продукції	7.1. Втрачання зв'язку підприємства з кінцевими споживачами 7.2. Призводить до зростання ціни на споживчому ринку

Джерело: розроблено автором

	Можливості	Загрози
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зростання грошових доходів населення. 2. Розширення ринків збуту. 3. Перехід на повний цикл виробництва. 4. Залучення інвестицій. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Посилення позицій конкурентів. 2. Державне регулювання цін на хлібобулочну продукцію (обмеження рентабельності). 3. Збільшення політичної нестабільності в країні. 4. Посилення податкового тиску.
Сильні сторони <ol style="list-style-type: none"> 1. Висока якість продукції 2. Висока ринкова частка підприємства 3. Асортимент продукції щорічно оновлюється на 5 видів 4. Висока репутація та імідж в регіоні 5. Наявність резервної виробничої потужності підприємства 6. Наявність нового високопродуктивного обладнання 7. Висока кваліфікація персоналу 8. Великий потенціал та здатність до навчання 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока якість продукції та широкий асортимент продукції дозволяють збільшити обсяги реалізації продукції на існуючих ринках. 2. Наявність резервної виробничої потужності дозволяє збільшити обсяги виробництва для завоювання нових ринків. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. За рахунок високої якості та репутації підприємства знизити вплив конкурентів. 2. Використання нового високопродуктивного обладнання дозволить скоротити виробничі витрати і компенсувати тим самим негативний вплив державного регулювання цін. 3. Висока кваліфікація управлінського персоналу дозволить чітко визначитись з напрямком руху підприємства у нестабільній політичній ситуації.
Слабкі сторони <ol style="list-style-type: none"> 1. Висока ціна продукції 2. Недостатньо ефективна система маркетингу та збуту 3. Недостатня інтенсивність рекламних заходів 4. Обмежені інвестиційні можливості 5. Нестача оборотних активів 6. Зростання залежності від зовнішніх джерел фінансування 7. Виробничі потужності використовуються не на всю потужність 8. Швидко старіючі виробничі потужності 9. Неefективний менеджмент середньої ланки 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Через розширення ринків збуту та впровадження нових видів виробів можна забезпечити резервні виробничі потужності. 2. Сприятливі можливості в залученні інвестицій дозволяють поповнити нестачу оборотних коштів. 3. Шляхом зміни керівництва середньої ланки забезпечити маркетинговий підхід до управління діяльністю (насамперед, удосконалення системи збуту та організація повноцінної служби маркетингу). 	<p>У цій ситуації необхідно поступово згортати діяльність або перепрофілювати її. Реінвестувати кошти в інші галузі. Підприємство може залишитися на ринку лише у випадку об'єднання з іншою фірмою.</p>

Матриця SWOT-аналізу для ПрАТ «Київхліб»

Джерело: розроблено автором

Динаміка товарообороту підприємства ПрАТ «Київхліб»

Показники	Роки			Відхилення 2022 рік до 2020 року	
	2020	2021	2022	+, -	%
Загальний товарооборот підприємства, тис.грн., в т.ч.:	265898	197849	213167	-52731	-19,83
- від продажу товарів в мережі магазинів	79365	59478	82675	3311	4,17
- від продажу товарів через Інтернет	74415	50930	66024	-8391	-11,28
- від продажу товарів, оплата за які здійснена платіжними засобами	65507	41342	45837	-19670	-30,03
- від продажу товарів за договорами банківського кредиту	46611	46098	18631	-27980	-60,03

Джерело: складено за даними підприємства

Динаміка обсягів товарообороту за асортиментними групами товарів підприємства ПрАТ «Київхліб» у 2020-2022 роках, тис.грн.

Товарна група	Роки			Відхилення 2022 рік до 2020 року	
	2020	2021	2022	+, -	%
Хліб із пшеничного борошна	42544	29677	36238	-6306	-14,82
Хліб із житнього борошна	31908	25720	29843	-2065	-6,47
Хліб бездріжджовий	13295	11871	14922	1627	12,24
Печиво	23931	9892	17053	-6877	-28,74
Діабетична продукція	7977	7914	10658	2682	33,62
Батони	26590	21764	19185	-7405	-27,85
Здобні вироби	34567	27699	31975	-2592	-7,50
Сушки	21272	13849	12790	-8482	-39,87
Сухарі	13295	11871	17053	3759	28,27
Соломка	18613	15828	12790	-5823	-31,28
Пряники	13295	7914	6395	-6900	-51,90
Караваї	18613	13849	4263	-14349	-77,09
Разом	265898	197849	213167	-52731	-19,83

Джерело: складено за даними підприємства

Динаміка якісних показників товарного асортименту

ПрАТ «Київхліб» у 2020-2022 роках, %

Показники	Роки			Відхилення 2022 рік до 2020 року, +, -
	2020	2021	2022	
1. Загальна кількість асортиментних груп товарів	65	66	68	3,00
2. Кількість асортиментних груп товарів, що користуються стійким попитом	53	57	61	8,00
3. Кількість нових товарів, введених в асортимент	12	9	11	-1,00
4. Кількість асортиментних груп, що додалися	2	1	2	0,00
5. Коефіцієнт стійкості товарного асортименту, %	81,54	86,36	89,71	8,17
6. Коефіцієнт оновлення товарного асортименту, %	18,46	13,64	16,18	-2,29
7. Коефіцієнт розширення товарного асортименту, %	3,08	1,52	2,94	-0,14

Джерело: складено за даними підприємства

**Оцінка раціональності сформованого
товарного асортименту ПрАТ «Київхліб» у 2020-2022 роках**

Товарна група	Чистий дохід, тис.грн.			Рентабельність продажу, %			Ранг випуску			Ранг рентабельності			Рв-Рр		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Хліб із пшеничного борошна	42544	29677	36238	0,63	1,77	2,55	1	1	1	12	11	12	-11	-10	-11
Хліб із житнього борошна	31908	25720	29843	0,65	2,45	3,09	3	3	3	11	7	9	-8	-4	-6
Хліб бездріжджовий	13295	11871	14922	2,24	3,10	6,75	10	8	7	1	5	2	9	3	5
Печиво	23931	9892	17053	1,49	6,90	4,43	5	10	5	3	1	5	2	9	0
Діабетична продукція	7977	7914	10658	1,49	1,99	6,30	12	11	10	4	10	3	8	1	7
Батони	26590	21764	19185	1,45	3,38	3,94	4	4	4	5	4	6	-1	0	-2
Здобні вироби	34567	27699	31975	0,86	2,09	3,41	2	2	2	10	9	8	-8	-7	-6
Сушки	21272	13849	12790	0,70	2,27	2,62	6	7	9	9	8	10	-3	-1	-1
Сухарі	13295	11871	17053	0,90	3,54	5,41	11	9	6	8	2	4	3	7	2
Соломка	18613	15828	12790	1,12	1,00	2,62	7	5	8	7	12	11	0	-7	-3
Пряники	13295	7914	6395	1,34	2,65	3,94	9	12	11	6	6	7	3	6	4
Караваї	18613	13849	4263	2,08	3,41	9,84	8	6	12	2	3	1	6	3	11
Всього	265898	197849	213167	1,12	2,65	3,94	x	x	x						

Джерело: складено за даними підприємства

Додаток Б.16

**Аналіз виконання планового завдання зі збуту по асортименту
продукції ПрАТ «Київхліб» у 2020-2022 роках**

Товарна група	2020				2021				2022				Відхилення виконання плану 2022р. до 2020р, %.
	За планом	Фактично	Виконання плану, %	Зараховується у виконання плану	За планом	Фактично	Виконання плану, %	Зараховується у виконання плану	За планом	Фактично	Виконання плану, %	Зараховується у виконання плану	
Хліб із пшеничного борошна	57962	42544	73,4	42544	31010	29677	95,7	29677	41040	36238	88,3	36238	14,9
Хліб із житнього борошна	37016	31908	86,2	31908	24922	25720	103,2	24922	27081	29843	110,2	27081	24
Хліб бездріжджовий	13137	13295	101,2	13137	17381	11871	68,3	11871	14321	14922	104,2	14321	3
Печиво	24345	23931	98,3	23931	13172	9892	75,1	9892	19291	17053	88,4	17053	-9,9
Діабетична продукція	7476	7977	106,7	7476	7168	7914	110,4	7168	10122	10658	105,3	10122	-1,4
Батони	28408	26590	93,6	26590	19277	21764	112,9	19277	24948	19185	76,9	24948	-16,7
Здобні вироби	32734	34567	105,6	32734	30607	27699	90,5	27699	40837	31975	78,3	31975	-27,3
Сушки	19303	21272	110,2	19303	15508	13849	89,3	13849	15208	12790	84,1	12790	-26,1
Сухарі	12626	13295	105,3	12626	11022	11871	107,7	11022	16103	17053	105,9	16103	0,6
Соломка	21127	18613	88,1	18613	15397	15828	102,8	15397	12274	12790	104,2	12274	16,1
Пряники	16787	13295	79,2	13295	9433	7914	83,9	7914	8327	6395	76,8	6395	-2,4
Караваї	33597	18613	55,4	18613	16868	13849	82,1	13849	5522	4263	77,2	4263	21,8
Всього	304580	265898	87,3	260770	211830	197849	93,4	192538	235024	213167	90,7	213562	3,4

Джерело: складено за даними підприємства

**АВС-аналіз товарного асортименту ПрАТ «Київхліб»
методом Паретто у 2022 році**

Товар	Обсяги реалізації, тис.грн.	Питома вага, %	АВС
Хліб із пшеничного борошна	36238	17,0	А
Хліб із житнього борошна	29843	14,0	А
Здобні вироби	31975	15,0	А
Хліб бездріжджовий	14922	7,0	В
Печиво	17053	8,0	В
Батони	19185	9,0	В
Соломка	12790	6,0	В
Сухарі	17053	8,0	В
Сушки	12790	6,0	В
Діабетична продукція	10658	5,0	С
Пряники	6395	3,0	С
Караваї	4263	2,0	С
Разом	213167	100,0	-

Джерело: складено за даними підприємства

XYZ - аналіз асортименту продукції ПрАТ «Київхліб» у 2022 році

Товар	Обсяг реалізації за рік, тис. грн	Середнє значення обсягу реалізації за рік, тис. грн.	Проміжне значення	Коефіцієнт варіації, %	Група
Хліб бездріжджовий	14922	4346	149	3,43	X
Печиво	17053	2666	46	1,72	X
Батони	19185	4788	382	7,98	X
Сушки	12790	4266	154	3,62	X
Діабетична продукція	10658	3200	142	4,43	X
Пряники	6395	1603	22	1,39	X
Хліб із житнього борошна	29843	7491	1540	20,56	Y
Соломка	12790	7946	822	10,34	Y
Сухарі	17053	3200	395	12,35	Y
Караваї	4263	610	98	16,01	Y
Хліб із пшеничного борошна	36238	8911	2352	26,39	Z
Здобні вироби	31975	3677	1803	49,03	Z
Всього	213167	-	-	-	-

Джерело: складено за даними підприємства

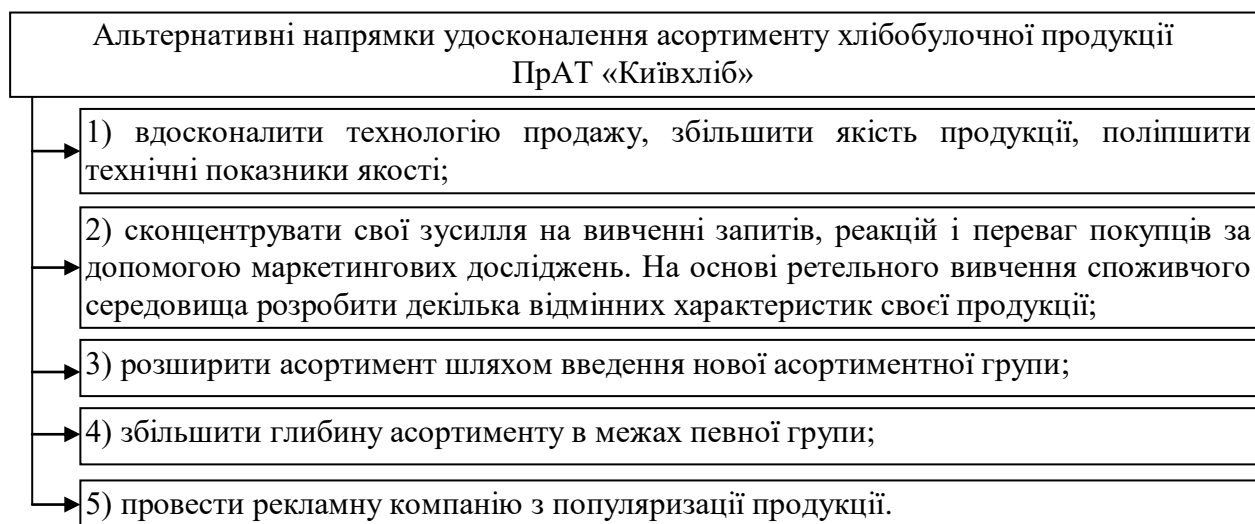
Вклад у прибуток

	X	Y	Z
A		Хліб із житнього борошна Соломка	Хліб із пшеничного борошна
B	Хліб без дріжджовий Батони Сушки Діабетична продукція		Здобні вироби Сухарі
C	Печиво Пряники	Караваї	

Стабільність продажів

**Матриця ABC-XYZ аналізу оптимальності
товарної політики ПрАТ «Київхліб» у 2022 році**

Джерело: складено автором



**Альтернативні напрями удосконалення асортименту хлібобулочної
продукції ПрАТ «Київхліб»**

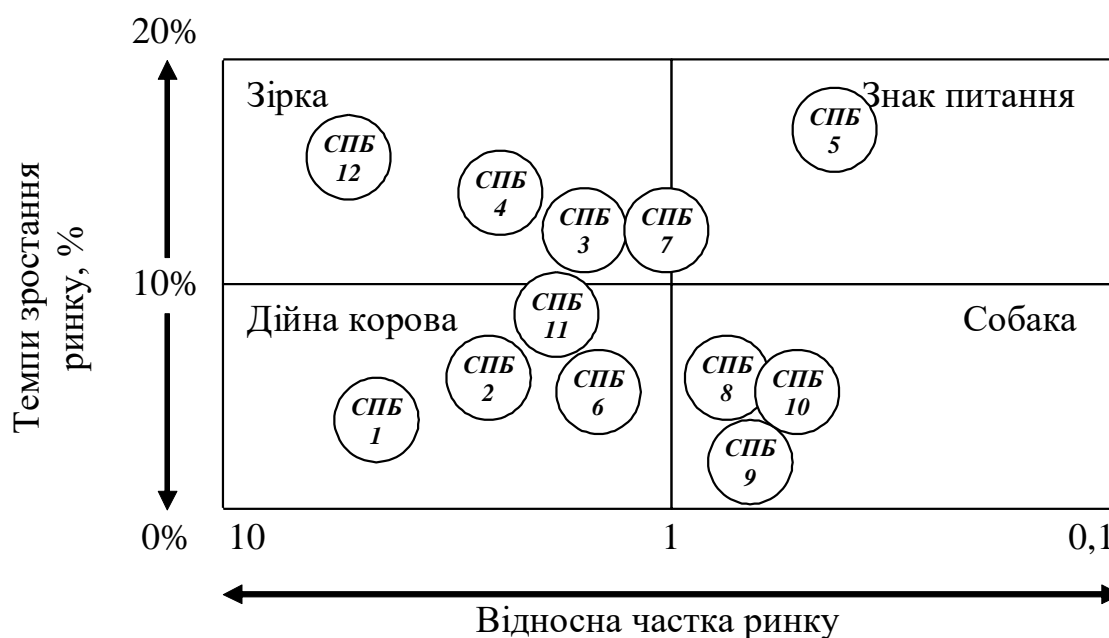
Джерело: розроблено автором

Оцінка частки ринку та темпів зростання продуктового портфеля

ПрАТ «Київхліб»

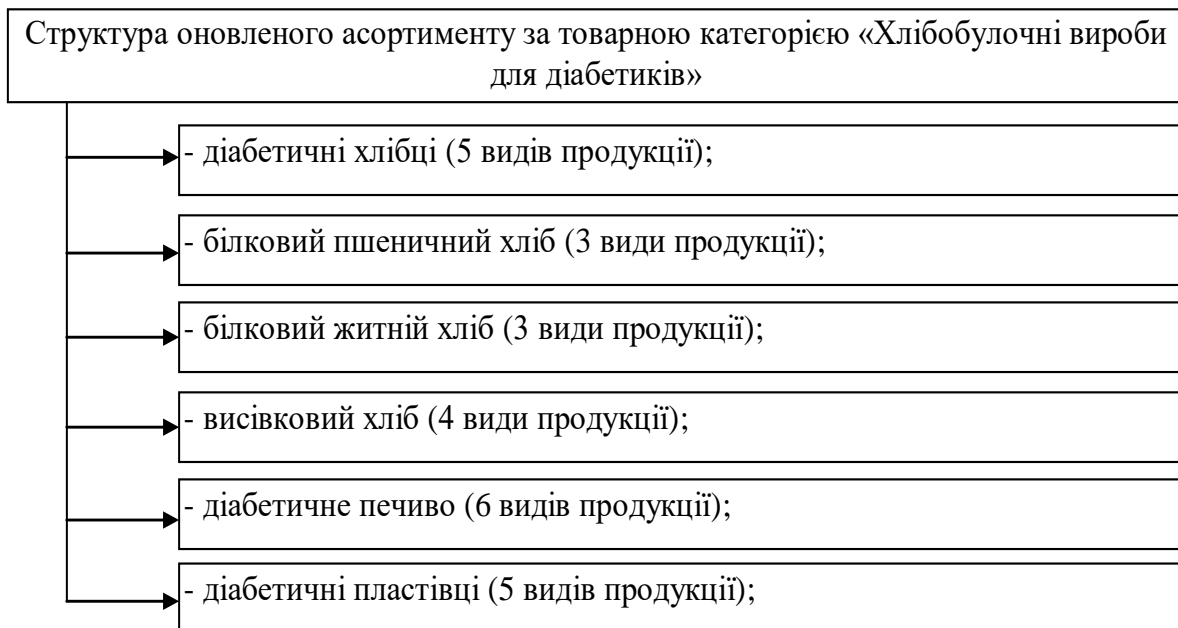
СПБ ПрАТ «Київхліб»	Обсяг реалізації, тис.грн.	Річні темпи зростання, %	Відносна частка ринку	Найбільший конкурент	Обсяг реалізації, тис.грн.	Відносна частка ринку
СПБ – 1	36238	3,2	7,5	ДАК «Хліб України»	4832	1,00
СПБ – 2	29843	5,1	4,6		6488	1,00
СПБ – 3	14922	11,5	2,4		6218	1,00
СПБ – 4	17053	12,6	4,1		4159	1,00
СПБ – 5	10658	16,7	0,6		17763	1,00
СПБ – 6	19185	5,7	2,3		8341	1,00
СПБ – 7	31975	11,5	1,1		29068	1,00
СПБ – 8	12790	6,7	0,9		14211	1,00
СПБ – 9	17053	3,3	0,8		21316	1,00
СПБ – 10	12790	7,8	0,7		18271	1,00
СПБ – 11	6395	9,5	2,7		2369	1,00
СПБ – 12	4263	15,6	7,9		540	1,00

Джерело: розроблено автором



Стратегічне становище СПБ ПрАТ «Київхліб» на матриці БКГ

Джерело: розроблено автором



Структура оновленого асортименту за товарною позицією «Хлібобулочні вироби для діабетиків» ПрАТ «Київхліб»

Джерело: розроблено автором

Додаток Г

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство ПрАТ "Київхліб"		31.12.2020	
Територія м. Київ		за ЄДРПОУ	00381574
Організаційно-правова форма господарювання ПрАТ		за КОАТУУ	8036100000
Вид економічної діяльності виробництво хлібобулочних виробів		за КОПФГ	230
Середня кількість працівників		за КВЕД	10.71
Адреса, телефон 04080, м. Київ, Подільський район, вулиця Межигірська, будинок 83			
Баланс (Звіт про фінансовий стан)			
на 31 грудня 2020 року		Форма №1	Код за ДКУД
			1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи :	1000		
первісна вартість	1001	359	359
накопичена амортизація	1002	359	359
Незавершені капітальні інвестиції	1005	583	537
Основні засоби:	1010	77617	74258
первісна вартість	1011	273019	276184
знос	1012	195402	201926
Інвестиційна нерухомість	1015		
первісна вартість	1016		
знос	1017		
Довгострокові біологічні активи	1020		
первісна вартість	1021		
знос	1022		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Гудвіл	1050		
Відстрочені аквізиційні витрати	1060		
Залишок коштів у централізованих страхових резервах	1065		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	78200	74795
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	44361	54707
Виробничі запаси	1101	38515	47713
Незавершене виробництво	1102	1941	1024
Готова продукція	1103	3322	5396
Товари	1104	583	574
Поточні біологічні активи	1110		
Депозити перестраховання	1115		
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	67283	65760
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за видами авансів	1130		
з бюджетом	1135	18506	17263
у тому числі з податку на прибуток	1136	1432	233
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140		
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	22363	30911
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	1858	2186
Готівка	1166	64	229
Рахунки в банках	1167	1411	1545
Витрати майбутніх періодів	1170	564	567
Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі:	1180		
резервах довгострокових зобов'язань	1181		
резервах збитків або резервах належних витрат	1182		
резервах незароблених премій	1183		
інших страхових резервах	1184		
Інші оборотні активи	1190	106	74
Усього за розділом II	1195	155041	171468
III. Необоротні активи отримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
БАЛАНС	1300	233241	246263

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований капітал	1400	4205	4205
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401		
Капітал в дооцінках	1405	42359	28794
Додатковий капітал	1410	109782	141040
Емісійний дохід	1411		
Накопичені курсові різниці	1412		
Резервний капітал	1415	1051	1051
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	18918	16708
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Інші резерви	1435		
Усього за розділом I	1495	176315	191798
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Пенсійні зобов'язання	1505		
Довгострокові кредити банків	1510	6994	5712
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521		
Цільове фінансування	1525		
Благодійна допомога	1526		
Страхові резерви	1530		
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язання	1531		
резерв збитків або резерв належних витрат	1532		
резерв незароблених премій	1533		
інші страхові резерви	1534		
Інвестиційні контракти	1535		
Призовий фонд	1540		
Резерв на виплату джек-поту	1545		
Усього за розділом II	1595	6994	5712
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Векселі видані	1605	21602	25068
Поточна заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	19344	14376
розрахунки з бюджетом	1620	6301	6437
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунки зі страхування	1625	374	535
розрахунки з оплати праці	1630	725	1107
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635		
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640		
Поточна кредиторська заборгованість за із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670		
Інші поточні зобов'язання	1690	1586	1230
Усього за розділом III	1695	49932	48753
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття	1700		
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800		
БАЛАНС	1900	233241	246263

			КОЛИ
Підприємство ПрАТ "Київхліб"		Дата (рік, місяць, число)	31.12.2021
Територія м. Київ		за ЄДРПОУ	00381574
Організаційно-правова форма господарювання ПрАТ		за КОАТУУ	8036100000
Вид економічної діяльності виробництво хлібобулочних виробів		за КОПФГ	230
Середня кількість працівників		за КВЕД	10.71
Адреса, телефон 04080, м. Київ, Подільський район, вулиця Межигірська, будинок 83			
Баланс (Звіт про фінансовий стан)			
на 31 грудня 2021 року		Форма №1	Код за ДКУД
			1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи :	1000		
первісна вартість	1001	359	359
накопичена амортизація	1002	359	359
Незавершені капітальні інвестиції	1005	537	1017
Основні засоби:	1010	74258	71502
первісна вартість	1011	276184	278772
знос	1012	201926	207270
Інвестиційна нерухомість	1015		
первісна вартість	1016		
знос	1017		
Довгострокові біологічні активи	1020		
первісна вартість	1021		
знос	1022		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Гудвіл	1050		
Відстрочені аквізиційні витрати	1060		
Залишок коштів у централізованих страхових резервах	1065		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	74795	72519
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	54707	89519
Виробничі запаси	1101	47713	80917
Незавершене виробництво	1102	1024	1135
Готова продукція	1103	5396	6562
Товари	1104	574	703
Поточні біологічні активи	1110		
Депозити перестраховання	1115		
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	65760	56811
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за видами авансів з бюджетом	1135	17263	18054
у тому числі з податку на прибуток	1136	233	494
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140		
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	30911	10157
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	2186	2130
Готівка	1166	229	92
Рахунки в банках	1167	1545	1733
Витрати майбутніх періодів	1170	567	564
Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі:	1180		
резервах довгострокових зобов'язань	1181		
резервах збитків або резервах належних витрат	1182		
резервах незароблених премій	1183		
інших страхових резервах	1184		
Інші оборотні активи	1190	74	52
Усього за розділом II	1195	171468	177085
III. Необоротні активи отримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
БАЛАНС	1300	246263	249604

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований капітал	1400	4205	4205
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401		
Капітал в дооцінках	1405	28794	28641
Додатковий капітал	1410	141040	157748
Емісійний дохід	1411		
Накопичені курсові різниці	1412		
Резервний капітал	1415	1051	1051
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	16708	205
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Інші резерви	1435		
Усього за розділом I	1495	191798	191850
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Пенсійні зобов'язання	1505		
Довгострокові кредити банків	1510	5712	5892
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521		
Цільове фінансування	1525		
Благодійна допомога	1526		
Страхові резерви	1530		
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язання	1531		
резерв збитків або резерв належних витрат	1532		
резерв незароблених премій	1533		
інші страхові резерви	1534		
Інвестиційні контракти	1535		
Призовий фонд	1540		
Резерв на виплату джек-поту	1545		
Усього за розділом II	1595	5712	5892
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Векселі видані	1605	25068	27074
Поточна заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	14376	20828
розрахунки з бюджетом	1620	6437	1293
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунки зі страхування	1625	535	279
розрахунки з оплати праці	1630	1107	1090
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635		
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640		
Поточна кредиторська заборгованість за із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670		
Інші поточні зобов'язання	1690	1230	1298
Усього за розділом III	1695	48753	51862
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття	1700		
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800		
БАЛАНС	1900	246263	249604

			КОДИ
Підприємство ПрАТ "Київхліб"		Дата (рік, місяць, число)	31.12.2022
Територія м. Київ		за ЄДРПОУ	00381574
Організаційно-правова форма господарювання ПрАТ		за КОАТУУ	8036100000
Вид економічної діяльності виробництво хлібобулочних виробів		за КОПФГ	230
Середня кількість працівників		за КВЕД	10.71
Адреса, телефон 04080, м. Київ, Подільський район, вулиця Межигірська, будинок 83			
Баланс (Звіт про фінансовий стан)			
на 31 грудня 2022 року		Форма №1	Код за ДКУД
			1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи :	1000		
первісна вартість	1001	359	359
накопичена амортизація	1002	359	359
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1017	1019
Основні засоби:	1010	71502	65742
первісна вартість	1011	278772	278428
знос	1012	207270	212686
Інвестиційна нерухомість	1015		
первісна вартість	1016		
знос	1017		
Довгострокові біологічні активи	1020		
первісна вартість	1021		
знос	1022		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Гудвіл	1050		
Відстрочені аквізиційні витрати	1060		
Залишок коштів у централізованих страхових резервах	1065		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	72519	123761
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	89519	83246
Виробничі запаси	1101	80917	73571
Незавершене виробництво	1102	1135	2711
Готова продукція	1103	6562	5949
Товари	1104	703	835
Поточні біологічні активи	1110		
Депозити перестраховування	1115		
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	56811	17733
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за видами авансів з бюджетом	1135	18054	16303
у тому числі з податку на прибуток	1136	494	120
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140		
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	10157	5643
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	2130	3196
Готівка	1166	92	74
Рахунки в банках	1167	1733	2900
Витрати майбутніх періодів	1170	564	564
Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі:	1180		
резервах довгострокових зобов'язань	1181		
резервах збитків або резервах належних витрат	1182		
резервах незароблених премій	1183		
інших страхових резервах	1184		
Інші оборотні активи	1190	52	336
Усього за розділом II	1195	177085	127021
III. Необоротні активи отримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
БАЛАНС	1300	249604	250782

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований капітал	1400	4205	4205
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401		
Капітал в дооцінках	1405	28641	28442
Додатковий капітал	1410	157748	157952
Емісійний дохід	1411		
Накопичені курсові різниці	1412		
Резервний капітал	1415	1051	1051
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	205	750
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Інші резерви	1435		
Усього за розділом I	1495	191850	190900
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Пенсійні зобов'язання	1505		
Довгострокові кредити банків	1510	5892	6930
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521		
Цільове фінансування	1525		
Благодійна допомога	1526		
Страхові резерви	1530		
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язання	1531		
резерв збитків або резерв належних витрат	1532		
резерв незароблених премій	1533		
інші страхові резерви	1534		
Інвестиційні контракти	1535		
Призовий фонд	1540		
Резерв на виплату джек-поту	1545		
Усього за розділом II	1595	5892	6930
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Векселі видані	1605	27074	12541
Поточна заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	20828	36665
розрахунки з бюджетом	1620	1293	1851
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунки зі страхування	1625	279	174
розрахунки з оплати праці	1630	1090	670
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635		
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640		
Поточна кредиторська заборгованість за із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670		
Інші поточні зобов'язання	1690	1298	1051
Усього за розділом III	1695	51862	52952
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття	1700		
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800		
БАЛАНС	1900	249604	250782

			КОДИ
Підприємство ПрАТ "Київхліб"		Дата (рік, місяць, число)	31.12.2020
		за ЄДРПОУ	381574
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)			
за 2020 рік			
	Форма №2	Код за ДКУД	1801003
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	265898	276748
Чисті зароблені страхові премії	2010		
Премії підписані, валова сума	2011		
Премії, передані у перестраховання	2012		
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	215169	228875
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		
Валовий:			
прибуток	2090	50729	47873
збиток	2095		
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		
Інші операційні доходи	2120	6321	5612
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		
Адміністративні витрати	2130	5701	5984
Витрати на збут	2150	8717	9093
Інші операційні витрати	2180	20702	12747
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		
Витрати від первісного визначення біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	21930	25661
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	7	16
Інші доходи	2240	48	50
Дохід від благодійної допомоги	2241		
Фінансові витрати	2250	1553	1254
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	8	3
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	20424	24470
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	4941	5887
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	15483	18585
збиток	2355		

II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	15483	18583
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Матеріальні затрати	2500	188594	204657
Витрати на оплату праці	2505	14648	14950
Відрахування на соціальні заходи	2510	5218	5549
Амортизація	2515	6851	6735
Інші операційні витрати	2520	38370	26345
Разом	2550	253681	258236
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

			КОДИ
Підприємство ПрАТ "Київхліб"		Дата (рік, місяць, число)	31.12.2021
		за ЄДРПОУ	381574
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)			
за 2021 рік			
	Форма №2	Код за ДКУД	1801003
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	197849	265898
Чисті зароблені страхові премії	2010		
Премії підписані, валова сума	2011		
Премії, передані у перестраховування	2012		
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	168239	215169
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		
Валовий:			
прибуток	2090	29610	50729
збиток	2095		
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		
Інші операційні доходи	2120	5041	6321
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		
Адміністративні витрати	2130	6166	5701
Витрати на збут	2150	4830	8717
Інші операційні витрати	2180	13457	20702
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		
Витрати від первісного визначення біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	10198	21930
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	4	7
Інші доходи	2240	6	48
Дохід від благодійної допомоги	2241		
Фінансові витрати	2250	1488	1553
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	5	8
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	8715	20424
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	2156	4941
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	6559	15483
збиток	2355		

II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	6559	15483
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Матеріальні затрати	2500	131569	188594
Витрати на оплату праці	2505	12683	14648
Відрахування на соціальні заходи	2510	2215	5218
Амортизація	2515	4893	6851
Інші операційні витрати	2520	17211	38370
Разом	2550	168571	253681
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство ПрАТ "Київхліб"			31.12.2022
		за ЄДРПОУ	381574
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)			
за 2022 рік			
	Форма №2	Код за ДКУД	1801003
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	213167	197849
Чисті зароблені страхові премії	2010		
Премії підписані, валова сума	2011		
Премії, передані у перестраховання	2012		
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	178991	168239
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		
Валовий:			
прибуток	2090	34176	29610
збиток	2095		
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		
Інші операційні доходи	2120	6912	5041
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		
Адміністративні витрати	2130	7543	6166
Витрати на збут	2150	5598	4830
Інші операційні витрати	2180	15221	13457
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		
Витрати від первісного визначення біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	12726	10198
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	6	4
Інші доходи	2240	8	6
Дохід від благодійної допомоги	2241		
Фінансові витрати	2250	1612	1488
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	6	5
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	11122	8715
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	3980	2156
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	7142	6559
збиток	2355		

II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	7142	6559
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Матеріальні затрати	2500	139471	131569
Витрати на оплату праці	2505	14164	12683
Відрахування на соціальні заходи	2510	3237	2215
Амортизація	2515	7225	4893
Інші операційні витрати	2520	17928	17211
Разом	2550	182025	168571
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		