

без Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту
Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра

студентки Несен Єлизавети Олександрівни

академічної групи 073-20-2

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування ефективності рішень у сфері управління товарним асортиментом підприємства (за матеріалами ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		Рейтинговою	інституційною	
	Баранець Г.В.			
Рецензент				
Нормоконтролер	Баранець Г.В.			

Дніпро
2024

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри менеджменту

Швець В.Я.

«20» травня 2024 року

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу

ступеня бакалавра

студентці Несен Є.О., академічної групи 073-20-2

спеціальності 073 Менеджмент

на тему «Обґрунтування ефективності рішень у сфері управління товарним асортиментом підприємства (за матеріалами ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода»»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 27 травня 2024 р. № 474-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні основи управління товарним асортиментом промислового підприємства	20.05.2024 р. – 28.05.2024 р.
Аналітичний	Аналіз господарської діяльності ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода»	29.05.2024 р. – 10.06.2024 р.
Рекомендаційний	Рекомендації щодо підвищення ефективності управління підприємством	11.06.2024 р. – 20.06.2024 р.

Завдання видано

_____ (підпис керівника)

Баранець Г.В.

Дата видачі « 20 » травня 2024 року

Дата подання до екзаменаційної комісії « 21 » червня 2024 року

Прийнято до виконання

_____ (підпис студента)

Несен Є.О.

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра
студентки групи 073-20-2
НТУ «Дніпровська політехніка»
Несен Єлизавети Олександрівни

на тему: Обґрунтування ефективності рішень у сфері управління товарним асортиментом підприємства (за матеріалами ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода»)

ТОВАРНИЙ АСОРТИМЕНТ, АСОРТИМЕНТНА ПОЛІТИКА, УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ, РЕАЛІЗОВАНА ПРОДУКЦІЯ, ТОВАРНА ПРОДУКЦІЯ, ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ, ЕФЕКТИВНІСТЬ.

Структура роботи: 73 сторінки комп'ютерного тексту; 9 рисунків; 37 таблиць; 1 додаток; 27 джерел посилань.

Об'єкт розроблення – виробничо-збутова діяльність підприємства.

Мета роботи – дослідити теоретичні та методичні основи управління товарним асортиментом та розробити заходи щодо підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок його перегляду.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у такому: розкрито сутність асортименту та асортиментної політики; розглянуто методи формування асортименту та визначено їх особливості; проаналізовано техніко-економічні показники діяльності ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода»; проаналізовано в динаміці стан та ефективність використання основних засобів, матеріальних ресурсів та запасів, персоналу; надано рекомендації щодо розширення асортименту продукції та визначено їх ефективність.

Методи дослідження – систематизації та узагальнення, наукової абстракції, порівняння, групування, економіко-статистичні, графічний, табличний, коефіцієнтний.

Результати кваліфікаційної роботи бакалавра рекомендовано для використання на підприємствах кондитерської галузі.

Сфера застосування – господарська діяльність підприємства.

Економічна ефективність запропонованих заходів забезпечується за рахунок розширення асортименту продукції. Виведення на ринок нового виду продукції забезпечить зростання операційного прибутку в 2024 році на 4480 тис. грн. Плановий рівень рентабельності продажів становитиме 2,7%.

Значимість роботи – реалізація запропонованих заходів дозволить підвищити конкурентоспроможність кондитерського підприємства та поліпшить показники результативності його діяльності.

SUMMARY

of qualification paper for the Bachelor's degree
by the student of the academic group 073-20-2
Dnipro University of Technology
NESEN YELYZAVETA

Thesis on the topic: Substantiation of the effectiveness of decisions in the field of managing the product range of an enterprise (based on the materials of Private JSC "Confectionery Factory "Lagoda")

PRODUCT ASSORTMENT, ASSORTMENT POLICY, RANGE MANAGEMENT, PRODUCTS SOLD, PRODUCTS, ECONOMIC ACTIVITY, EFFICIENCY.

Structure of the work: 73 pages; 9 figures; 37 tables; 1 attachment; 27 references.

Object of development - production and sales activities of an enterprise.

The purpose of the work is to investigate the theoretical, methodical foundations of product range management and to develop measures to increase the efficiency of the company's activity due to its revision.

The main results of the bachelor's qualification work are as follows: the essence of the assortment and assortment policy is disclosed; the methods of assortment formation were considered and their features were determined; the technical and economic indicators of the activities of Private JSC "Confectionery Factory "Lagoda" were analyzed; the state and efficiency of the use of fixed assets, material resources and inventories, and personnel were analyzed dynamically; recommendations for expanding the range of products are provided and their effectiveness is determined.

Research methods: systematization and generalization, scientific abstraction, comparison, grouping, economic-statistical, graphic, tabular, coefficient.

The results of the bachelor's qualification work are recommended for use at enterprises of the confectionery industry.

Scope of application - business activities of the enterprise.

The economic effectiveness of the proposed measures is ensured by expanding the assortment of products. Introducing a new type of product to the market will ensure an increase in operating profit in 2024 by UAH 4,480,000. The planned level of profitability of sales will be no less than 2.7%.

The significance of the work - the implementation of the proposed measures will increase the competitiveness of the confectionery enterprise and improve its performance indicators.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	6
1.1 Поняття асортименту та принципи асортиментної політики підприємства.....	6
1.2 Методи формування товарного асортименту.....	12
1.3 Оптимізація асортименту.....	14
2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «ЛАГОДА».....	18
2.1 Загальна характеристика підприємства	18
2.2 Аналіз техніко-економічних показників діяльності підприємства.....	20
2.3 Аналіз виробництва, реалізації продукції та її асортименту	26
2.4 Аналіз стану та ефективності використання основних засобів	31
2.5 Аналіз забезпеченості підприємства матеріальними ресурсами та ефективності їх використання.....	39
2.6 Аналіз трудових ресурсів.....	43
2.7 Оцінка фінансових результатів діяльності підприємства.....	51
3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	58
3.1 Дослідження трендів кондитерського ринку та планування змін в товарному асортименті підприємства	58
3.2 Обґрунтування доцільності розширення асортименту продукції	64
ВИСНОВКИ.....	71
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ.....	74
ДОДАТОК А. Фінансова звітність ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода» за 2021-2022 рік.....	78

ВСТУП

В сучасних умовах більшість підприємств для розширення своєї присутності на ринку використовують стратегію диверсифікації виробництва, а тому завдання управління асортиментом набуває важливості. Більш системно питання асортименту вирішуються шляхом розробки та реалізації асортиментної політики, яка не лише визначає позиції підприємства на ринку серед конкурентів, а й забезпечує йому можливості для отримання максимально можливого прибутку. Саме тому, питання формування, зміни та прогнозування асортименту не втрачають актуальності та потребують системного дослідження серед інших управлінських проблем. Питання управління асортиментом потребують синтезу великого обсягу інформації щодо діяльності підприємства та його конкурентів, про обсяги та структуру виробництва, ціни та умов реалізації, регіони та мережі збуту тощо.

З цих позицій обрана тема кваліфікаційної роботи бакалавра постає важливою та актуальною.

Основна мета роботи - дослідити теоретичні та методичні основи управління товарним асортиментом та розробити заходи щодо підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок його перегляду.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішено такі завдання:

- визначено поняття товарного асортименту та асортиментної політики;
- розглянуто методи формування асортименту та його оптимізації;
- проаналізовано техніко-економічні показники діяльності кондитерського підприємства ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода»;
- проаналізовано динаміку стану та показників ефективності використання основних засобів;
- виконано аналіз забезпеченості підприємства матеріальними ресурсами та запасами;

- проаналізовано показники руху та продуктивності праці персоналу підприємства;
- здійснено оцінку показників фінансових результатів та рентабельності;
- досліджено світові тренди у кондитерській галузі ;
- надано рекомендації щодо розширення асортименту продукції на досліджуваному підприємстві.

Об'єкт розроблення – виробничо-збутова діяльність промислового підприємства.

Предмет розроблення – управління асортиментом продукції, що виробляється та реалізується на підприємстві.

В роботі використано такі методи дослідження: систематизації та узагальнення при визначенні поняття асортиментна політика підприємства, аналізу і синтезу, порівняння та групування, економіко-статистичні, графічний, табличний, коефіцієнтний - під час аналізу техніко-економічних показників діяльності підприємства за трирічний період, складання калькуляції витрат, визначення показників ефективності інвестиційного проєкту; наукової абстракції - для обґрунтування вибору стратегії ціноутворення.

Практична значущість одержаних результатів для підприємства полягає в реалізації змін в асортименті продукції кондитерської фабрики шляхом його розширення, а саме випуску нового продукту та виведення його на ринок. В роботі економічно обґрунтовано ефективність запропонованих заходів.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Поняття асортименту та принципи асортиментної політики підприємства

Для того щоб бути успішними, підприємства повинні пропонувати на ринку асортимент продукції (продуктовий портфель), в якому елементи відрізняються, перш за все, прибутковістю та часткою на ринку. Саме ці дві характеристики експерти Бостонської консультативної групи ще на початку 1970-х визначили як ключові при визначенні оптимальної структури виробництва. Однак виробництво та реалізація будь-якого виду продукції, а особливо якщо підприємство пропонує споживачу декілька найменувань, виступають досить складним управлінським рішенням, яке потребує вирішення на основі комплексного підходу через формулювання асортиментної політики.

Асортимент – це сукупність товарів, які пропонує компанія своїм клієнтам. Він може характеризуватися різними параметрами [1]:

1. Широта: Кількість товарних груп, представлених в асортименті.
2. Глибина: Кількість різновидів товарів у межах однієї товарної групи.
3. Насиченість: Загальна кількість товарних одиниць, представлених в асортименті.
4. Структура: Співвідношення різних товарних груп та видів товарів в асортименті.
5. Новизна: Частка нових товарів в асортименті.

Асортимент відіграє ключову роль у стратегії бізнесу та маркетингу. Правильно визначений асортимент може сприяти збільшенню продажів, покращенню задоволеності клієнтів та конкурентоспроможності підприємства. Підприємства повинні аналізувати ринок та потреби споживачів, щоб ефективно визначити оптимальний асортимент продукції або послуг.

Асортимент і його різноманітність – мало не найважливіший елемент товарної політики будь-якого підприємства. Його величина і якісне задоволення потреб клієнтів тісно пов'язані, саме тому працювати над формуванням асортименту необхідно кожному підприємству, незалежно від його розміру, місця розташування, галузі діяльності.

Проведене дослідження показало, що у зарубіжній і вітчизняній науці немає єдиної думки щодо визначення поняття «асортиментна політика». Так, Л.А. Міщенко визначає, що асортиментна політика – це система поглядів на розвиток (концепція розвитку) асортименту й адекватна система заходів з її реалізації у сфері виробництва, обміну і споживання. Л.Я. Баранова стверджує, що асортиментна політика – це економічна політика у сфері розвитку, вдосконалення та оновлення асортименту. Герчикова І.М. зазначає, що асортиментна політика передбачає вирішення проблеми вибору номенклатури виробленої продукції та її оптимізацію. А.В. Орлов, Ф.А. Крутікова визначили таку суть асортиментної політики, як цілеспрямоване формування асортименту з урахуванням розвитку суспільних потреб, купівельного попиту, досягнень науково-технічного прогресу [2].

Аналіз літературних джерел, здійснений в [3], щодо розуміння категорії «асортиментна політика» дозволяє відзначити наступні ключові моменти:

- асортиментна політика передбачає передусім формування оптимальної структури товарів, які б могли найкращим чином реалізувати цілі підприємства;
- ефективна реалізація асортиментної політики неможлива без детального вивчення кон`юнктури ринку;
- розробка заходів щодо формування та управління асортиментом мають стратегічний характер.

Для того, щоб визначення асортиментної політики було максимально повним, необхідно врахувати такі пункти:

1) зробити вказівку на мету діяльності підприємства й ефективне використання наявних ресурсів підприємства для забезпечення економічної ефективності діяльності, отримання прибутку підприємства;

2) визначити цілеспрямовані дії з управління товарним асортиментом підприємства (система заходів із визначення набору товарних груп, процес формування оптимальної структури асортименту, визначення номенклатури виробництва і реалізації товарів);

3) асортиментну політику слід формувати з урахуванням споживчих вимог і вимог суспільства загалом .

Загалом формування асортиментної політики підприємства спрямоване на забезпечення умов для прибуткової діяльності підприємства. Якщо поставити завдання – конкретизувати цілі, то слід вказати на збільшення оборотності, вихід на нові ринки, підвищення економічної стійкості, зниження витрат тощо (рисунок 1.1).



Рисунок 1.1 – Основні цілі асортиментної політики

Загалом цілі асортиментної політики передбачають виведення на ринок як можна більшої кількості асортиментних позицій продукції; проведення активної інноваційної політики; забезпечення достатнього обсягу товарних запасів в торговельних точках (мережах), з метою чого здійснюється постійний моніторинг як кількості, так і повноти асортименту продукції; забезпечення гарантій якості товарів; наявність в асортименті товарів-лідерів, на які важливо акцентувати увагу за допомогою рекламних інструментів і мерчандайзингу; скорочення витрат, пов'язаних з підтриманням асортименту; формування іміджу підприємства шляхом позиціонування асортиментних товарних одиниць [4].

До основних завдань асортиментної політики відносять: забезпечення задоволення потреб покупців, залучення нових клієнтів, зростання фінансових підсумків функціонування компанії. Асортиментна політика передбачає проведення збору інформаційних даних про стан сегментів ринків збуту, продукції, переваг клієнтів, рівня цін, макроекономічних показників, умов зовнішньоекономічної діяльності з іноземними компаніями та товаровиробниками.

Деякі автори виділяють такі проблемні питання в управлінні асортиментом:

- потреба покупців блискавично змінюється, тому підприємство змушене постійно вносити оновлювання у свій асортимент, а це піднімає вимоги до техніко-технологічної основи;

- на підприємствах належним чином не функціонує система управління асортиментом у зв'язку із складністю прогнозування щодо зміни у попиті споживача і відсутністю методики оптимізації асортименту;

- немає чітких критеріїв та інструментів оптимального асортименту на підприємствах;

- конкуренція веде до ситуації, де нова продукція не окупляє повністю інвестиції у виробництві та збут.

Важливими питаннями у розробленні асортиментної політики є інновації, конкурентоздатність товару, оптимізація товарного асортименту, товарна марка, ефектна упаковка, життєвий цикл товару, позиціонування товару на ринку.

Формуючи асортиментну політику необхідно врахувати, відрізнєння товарів за їх видом і часом використання, функціональним призначенням, надійністю, зручним використанням, гарантією і т.п.

Орієнтація виробників на випуск окремих видів товарів, яка дає їм можливість поліпшувати якість, удосконалювати технологію виробництва, значно скорочувати термін освоєння та серійного випуску більш конкурентоспроможних нових товарів, разом з тим призводить до звуження асортименту товарів, що випускаються [5].

Упорядкування асортиментного ряду шляхом його скорочення цілком збігається зі світовими тенденціями. У світі зараз відбувається процес перегляду стратегії управління асортиментом. Для промислових підприємств важливим є чітко визначити поріг, після якого підприємству не потрібно розширювати свій асортиментний ряд в одній продуктивній лінії. Інакше втрати підприємства від боротьби власних марок будуть більшими, ніж від боротьби з зовнішніми конкурентами. Часто рішення про зміну асортименту приймається інтуїтивно, на основі власних думок або уподобань менеджерів та досвіду роботи підприємства на ринку. На жаль, цього найчастіше недостатньо для створення оптимальної продуктивної лінійки [6].

Більшість етапів системи формування асортименту, незважаючи на уявну простоту, являють собою низку завдань і труднощів, з якими стикається менеджмент будь якого підприємства (рисунок 1.2).

На етапі аналізу потреб споживачів підприємству необхідно вибрати цільову аудиторію, якій буде пропнуватися товар. Важливим завданням на такому етапі є сегментація споживачів, яка являє собою процес поділу ринку на більш дрібні групи – сегменти, в кожному з яких споживачі характеризуються загальними перевагами, однаково реагують на одні й ті самі подразники і виявляють однотипні поведінкові реакції. Аналіз споживачів є одним із найважливіших етапів у формуванні асортименту і будується, як правило, на даних, отриманих під час вивчення потреб усередині цільового сегменту. Для встановлення потреб

використовують різні методики: фокус-групи, анкетування, спостереження, інтерв'ю.

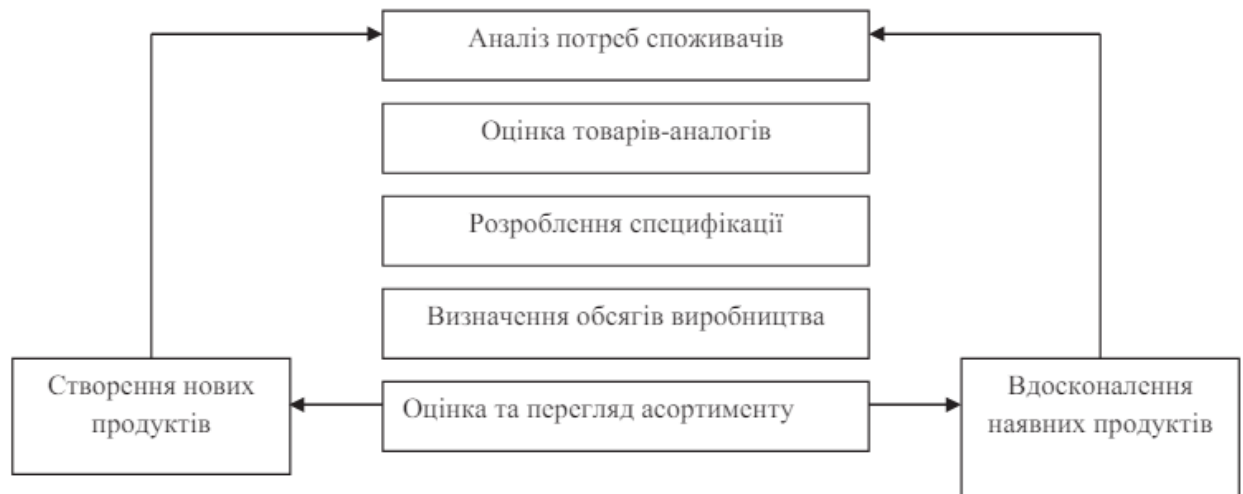


Рисунок 1.2 – Підхід щодо формування асортименту підприємства

Оцінка товарів - аналогів може здійснюватися в рамках конкурентного аналізу за декількома параметрами (якість, ціна, зручність пакування тощо).

Під час розроблення специфікації зазначають найменування, кількість, асортимент товару, ціну та порядок розрахунків, а також умови щодо поставки [7]. Звісно, цей перелік не є сталою величиною та може змінюватись в залежності від ситуації.

Таким чином, оцінка і перегляд асортименту є невід'ємним етапом його формування, на основі даних якого менеджмент компанії вирішує або розробити новий продукт, або вдосконалити наявний, після чого повторюються всі попередні етапи, що і робить систему формування асортименту циклічною і безперервною

До основних методів і моделей планування асортименту належать: модель планування асортименту за допомогою модифікованої матриці БКГ, модель поточного планування та перспективного, ринкова модель заснована на відповідності асортименту рівню попиту, модель планування шляхом оптимізації ключових фінансових показників, модель планування й управління асортиментом на підставі моніторингу фінансово-господарської діяльності

підприємства, модель оптимізації асортименту за маржинальним прибутком і рентабельністю, модель оптимізації асортименту на підставі максимізації показника чистої поточної вартості бізнес-проекту, модель максимуму питомого маржинального доходу на оптимізації асортименту [8].

Загалом асортиментна політика повинна розглядатись як складова економічної політики підприємства (рисунок 1.3).



Рисунок 1.3 - Асортиментна політика як складова економічної політики підприємства

Як видно з рисунку 1.3, питання формування асортиментної політики актуалізується під час розробки виробничої та збутової політики. Фактично завдання асортиментної політики визначають в процесі планування параметрів збуту на підприємстві, а їх виконання доводиться до фахівців, які беруть участь в плануванні та реалізації виробничих (технологічних) процесів.

1.2 Методи формування товарного асортименту

Товарний асортимент підприємства можна сформувати за допомогою використання різних методик. Використання будь-якої можливої методики залежить від масштабів збутової політики, специфіки продукції, різноманітності

асортименту. Вказуючи на переваги та недоліки кожної групи методів і моделей, вчені справедливо зазначають, що наведені методи «не є самодостатніми і повинні розглядатися в комплексі» [9].

Серед основних науково обґрунтованих підходів до формування товарної політики підприємства в частині управління товарним асортиментом можна виділити торговельно-товарознавчий (метод виявлення споживчих переваг), метод економічного аналізу та портфельний підходи (таблиця 1.1) [10].

Таблиця 1.1 – Методи формування асортиментної політики

Назва групи	Методи, що входять до групи
Методи виявлення споживчих переваг	1) засобів спостереження, залежно від стадії вияву споживчих переваг; 2) засобів спостереження, залежно від форми вияву споживчих переваг; 3) методів диференціювання окремих елементів і властивостей продуктів; - модель Розенберга; - багатомірні методи; - методи зіставлення необхідного і реального профілю; - моделі з ідеальною точкою
Методи економічного аналізу	1) ABC-XYZ-аналіз; 2) Дібба-Симкіна; 3) матриця Маркон; 4) методи лінійного програмування
Методи портфельного аналізу	1) матриця BCG, адаптована матриця BCG; 2) матриця General Elektrik або McKinsey; 3) матриця «Темпи росту підприємства та темпи росту ніші»; 4) матриця «Продукт та форма існування малого підприємства»; 5) матриця розробки товару; 6) матриця конкуренції за М.Портером; 7) матриця «Товар-ринки» за І.Ансофом; 8) матриця росту за рахунок зовнішнього придбання; 9) матриця «Ціна-якість»; 10) матриця «Якість й вертикальна інтеграція»; 11) матриця стратегій на фазі впровадження

Серед основних методів формування ефективної товарної політики підприємства І.В. Заблудська, наприклад, виділяє такі, як тестування, ABC-XYZ аналіз, статистичний, кабінетний, польовий, графічний, експертний, економіко-математичний, порівняння, матрицю БКГ, анкетування, сенсорний та інші. Але

зазначений перелік не дає можливості об'єктивно класифікувати методи формування товарної політики за певними ознаками [11]. Варто відзначити те, що кожен із розглянутих методів формування товарного асортименту підприємства має як переваги, так і недоліки в контексті практичного їх застосування (таблиця 1.2)..

Таблиця 1.2 - Порівняння методів формування асортименту

Назва групи	Переваги	Недоліки
Методи виявлення споживчих переваг	- можливість визначення оптимального товарного портфелю за рахунок внутрішніх та ринкових обмежень; - широка сфера використання у різних областях наукової та господарської діяльності;	- наявність точних та обов'язкових даних; - володіння спеціальними знаннями;
Методи економічного аналізу	- можливість групування/класифікації асортименту для прийняття управлінських рішень; - наочність результатів; - можливість сполучення методів;	- обмеженість використання методів (сезонні товари, товари з коротким ЖЦТ); - неправдивість результатів внаслідок малої кількості даних;
Методи портфельного аналізу	- наочність результатів; - простота в застосуванні; - можливість порівняння різних альтернатив за допомогою одних і тих самих показників на одній методологічній основі; багатофункціональне застосування;	- труднощі в зборі даних; - важкість виміру показників; - відсутність синергетичного ефекту; - залежність від рівня застосування методів портфельного аналізу; обмеженість стратегіями, в яких відсутні напрямки зміни ЖЦТ

Отже, для усунення недоліків доцільно використовувати ці методи в комплексі, що дасть можливість нівелювати більшість недоліків і розширити спектр отриманих вигід.

1.3 Оптимізація асортименту

Ефективність оптимізації асортименту залежить від того, наскільки вона регулярно проводиться. Асортимент та його структура повинна переглядатися

раз на півроку, а якщо змінюється маркетингова політика, тоді негайно [12]. Крім оптимізації існуючого асортименту на підприємстві необхідно оцінювати перспективи нової продукції та виведення її на ринок. Та вже на етапі планування та формування нового товару, варто враховувати, який вплив на підприємство вчинить його просування. Тобто, асортиментна політика потребує використання як стратегічних підходів, що дозволить формувати перспективний асортимент продукції через впровадження у виробництво нових видів, так і оперативного втручання, тобто своєчасної зміни структури виробництва у відповідності з поточною динамікою попиту.

Існує декілька підходів до оптимізації асортименту продукції підприємства.

Якщо процедура оптимізації асортименту випускаємої продукції може бути зведена до вирішення системи нерівностей (обмежень), то говорять про використання математичних методів, зокрема методу лінійного програмування. Серед найбільш характерних обмежень, властивій більшості компаній, виділяють наступні: обмеження по обсягу продажів, за виробничими потужностями, доступністю ресурсів, за ціною. Можуть бути розраховані і інші види обмежень. Останнє, що необхідно визначити – це критерій оптимізації для запропонованих обмежень. Як правило, показником, щодо якого проводиться оптимізація структури асортименту, виступає максимум прибутку компанії [13].

Якщо формування асортименту здійснюють на основі критеріїв максимізації прибутку, збільшення обсягу реалізованої продукції, то виходячи з цілей підприємства, виділяються два напрямки оцінки товарів [14]:

1) кількісна оцінка, заснована на обліковій інформації. Даний вид оцінки складається:

- з аналізу структури збуту, який показує абсолютне і відносне значення окремих товарів і асортиментних груп в загальному обсязі збуту, а також відхилення від планових величин і показників за минулі періоди. Як інструмент для аналізу структури збуту використовується АВС-аналіз, заснований на законі Парето: 20% складових будь-якого явища на 80% обумовлюють його виникнення.

Згідно даного аналізу продукція підрозділяється на три класи за обраними критеріями: збут, прибуток, покриття витрат;

- аналізу покриття витрат: розрахунок витрат і доходів дозволяє визначити, який асортимент при виконанні певних умов принесе максимальний дохід; в) аналізу товарообороту, тобто швидкості обігу товарів або часу, протягом якого реалізуються товарні запаси. Прискорення товарообороту є основним критерієм оцінки роботи торгового підприємства, так як означає скорочення часу перебування товарів в сфері обігу;

2) оцінка на основі інформації про зовнішнє середовище. Даний вид оцінки включає дослідження ринкового сприйняття асортименту, використання оцінки продукту на базі суджень споживачів, застосування методів стратегічного аналізу продуктів. До таких методів належать: аналіз життєвого циклу продукту і портфоліо-аналіз.

При оптимізації структури асортименту може бути використаний також метод експертних оцінок. Це найпоширеніший із способів аналізу асортименту, але часто не найбільш ефективний. Перевага використання методу експертних оцінок полягає в тому, що він дозволяє враховувати і оцінювати неформалізовані фактори, наприклад перспективність товару.

До складу експертної комісії, на думку авторів [13], доцільно вводити:

- головного технолога або технолога асортиментного напрямку, який відповідає за технологічну розробку і узгодження нового продукту;

- менеджера по маркетингу і продажам, який оцінює попит на схожу продукцію, і формулює рекламну підтримку нового товару;

- логістика або менеджера відділу постачання. Він повинен проаналізувати забезпеченість потрібними сировиною і матеріалами за налагодженими контактами, транспортними домовленостями;

- бухгалтера або фінансового менеджера, який оцінює перспективну прибутковість (рентабельність) продажів нового товару.

Формування оптимальної структури асортименту в рамках цього методу зводиться до визначення набору показників, які експерти оцінюють за

десятибальною шкалою. Як правило, у якості напрямків аналізу вибираються перспективність, економічна привабливість товарної позиції, доступність ресурсів. Рішення про набір показників для кожного напрямку приймає відповідний підрозділ [15]. Після того як показники відібрані, експерти з відповідних підрозділів присвоюють їм бали. Потім по кожній аналізованій товарній позиції розраховуються сумарний бал з урахуванням її вагомості, а також питома вага в загальній сумі балів. За підсумками ранжирування, проведеного експертною комісією, на підставі виділених критеріїв (список критеріїв може бути розширений до кількості, необхідної для ухвалення остаточного рішення) необхідно вивести інтегральний коефіцієнт по кожному виду нової продукції. Відповідно до результату і формується структура асортименту. При використанні будь-якого із способів аналізу асортименту необхідно враховувати час присутності товару на ринку, аналіз представленості даної продукції у конкурентів та існуючі ринкові тенденції, наприклад, зростання популярності прихильників здорового способу життя диктує виробникам наявність спеціальних продуктів в асортименті.

Провівши таку діагностику свого асортименту, підприємство може визначити перспективи розвитку асортименту на найближчий період, знайти напрями підвищення його прибутковості, опрацювати різні стратегії підтримки або відновлення балансу свого продуктового портфеля.

2 АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ПрАТ «КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «ЛАГОДА»

2.1 Загальна характеристика підприємства

ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода» вже більше 20 років працює на ринку, а торгівельна марка «Загора» завоювала популярність серед населення, що позитивно відобразилось на позиціях компанії. Фабрика випускає і реалізує кондитерські вироби з 1998 року і за цей час увійшла до четвірки лідерів галузі в Україні, а її доля у виробництві вафель і печива склала 6,5%.

Сьогодні солодощі від ТМ «Загора» можна знайти в будь-якому регіоні – більш ніж в 70% торгівельних мережах. У інших країнах придбати солодощі, також не складе труднощів, оскільки ПрАТ КФ «Лагода» поставляє кондитерські вироби до Росії, Білорусії, Румунії, Азербайджану, Таджикистану, Грузії, Монголії, Ізраїлю, Молдавії і Придністров'я, а також в країни Балтії.

Виробничі потужності даного підприємства розташовані в Україні у Київській області в місті Кагарлик, вул. Став'янка, буд. 99. Головний офіс розташований у місті Київ.

ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода» випускає і реалізує кондитерські вироби не тільки під своїми торговими марками, а так само є виробником продукції в сегменті Private Label. Так, компанія успішно працює за проектами Private Label з такими великими мережами України, як ТОВ «АТБ-маркет» - ТМ «Своя Лінія»; «Fozzy Group» - ТМ «Повна Чаша», ТМ «EXTRA!»; ТОВ «Фудмережа» - ТМ «Хіт Продукт»; ТОВ ТД «Копійка» - ТМ «Копійка»; ТОВ ТД "Бойчак" - ТМ «Топуа».

На підприємстві розроблена і сертифікована міжнародна система НАССР («Аналіз ризиків і контроль критичних точок»), впроваджена система управління безпекою харчових продуктів за міжнародною схемою - FSSC 22000 [16]. Дана система забезпечує контроль на всіх етапах виробництва, зберігання і

реалізації нашої продукції. Досконалість рецептури та обладнання, помножене на професіоналізм і натхнення співробітників фабрики, гарантує найвищу якість продукції.

Асортимент ПрАТ «КФ «Лагода» містить 140 найменувань, серед них, «Артек», «До чаю», «Браво», «Тет-а-тет», «Чорний принц» і багато інших.

Загалом продукція, котру виробляє кондитерська фабрика «Лагода», ділиться на кілька категорій:

- фасована;
- вагова;
- діабетична;
- ТМ «Містечко»;
- PRIVATE LABEL.

Щодо виробничих потужностей слід вказати, що ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода» має у своєму складі бісквітний цех та вафельний цех.

На досліджуваному підприємстві наявна типова лінійно-функціональна структура, що передбачає поділ на функціональні підрозділи, які виконують конкретні завдання, і горизонтальні лінійні ланцюги, що забезпечують комунікацію між ними. Дана структура дозволяє спеціалізувати фахівців в конкретних областях і підвищує ефективність роботи в кожному підрозділі, надає чіткі ролі і обов'язки, що сприяє управлінню та контролю, але в той же час можливі певні ускладнення в координації між певними функціональними підрозділами та занадто ускладнена ієрархічна структура може призвести до певних затримок та досить повільних реакцій на певні проблеми, які можуть виникати [17]. В цілому лінійно-функціональна структура підходить для тих видів бізнесу, які вимагають стандартизації та ефективності виконання функцій, отже і для ПрАТ «КФ «Лагода» відповідно.

2.2. Аналіз техніко-економічних показників діяльності підприємства

Аналіз виробничо-господарської діяльності підприємства здійснюється за основними техніко-економічними показниками. У таблиці 2.1 наведено динаміку та тенденцію зміни показників за досліджувані три роки, а саме за 2020-2022 рр. Вся інформація для аналізу була взята із офіційної фінансової та статистичної звітності підприємства, наведеної у Додатку А.

Таблиця 2.1 – Динаміка техніко-економічних показників

№з.п	Показник	Од. вим.	Роки		
			2020	2021	2022
1.	Обсяг виробництва, в тому числі:		-		
	Вафлі в асортименті	тис. кг	3532,627	3285,3	2058,28
	Δ^6	тис. кг	-	-247,327	-1474,347
	$T_{пр}^6$	%	-	-7,00	-41,74
	$\overline{\Delta}$	тис. кг	-737,1735		
	$\overline{T_{пр}}$	%	-23,67		
	Печиво вагове	тис. кг	6264,624	5770,6	1385,24
	Δ^6	тис. кг	-	-494,024	-4879,384
	$T_{пр}^6$	%	-	-7,89	-77,89
	$\overline{\Delta}$	тис. кг	-2439,692		
	$\overline{T_{пр}}$	%	-52,98		
	Печиво фасоване	тис. кг	2276,879	3414,9	2539,06
	Δ^6	тис. кг	-	1138,021	262,181
	$T_{пр}^6$	%	-	49,98	11,51
	$\overline{\Delta}$	тис. кг	131,0905		
	$\overline{T_{пр}}$	%	5,60		
	Вафлі серії Limited Edition	тис. кг	98,479	0	0
	Δ^6	тис. кг	-	-98,479	-224515
	$T_{пр}^6$	%	-	-100,00	-100,00
	$\overline{\Delta}$	тис. кг	-49,2395		
	$\overline{T_{пр}}$	%	-100,00		
	Десерти	тис. кг	0	0	118,65
	Δ^6	тис. кг	-	0	118,65
	$T_{пр}^6$	%	-	0,00	100,00
	$\overline{\Delta}$	тис. кг	59,325		
	$\overline{T_{пр}}$	%	100,00		
2.	Обсяг реалізованої продукції	тис.грн	224732	231013	160242

	Δ^6	тис. грн	-	6281	-64490
	$T_{пр}^6$	%	-	2,79	-28,70
	$\bar{\Delta}$	тис. грн	-32245		
	$\bar{T}_{пр}$	%	-15,56		
3.	Чисельність персоналу - всього	осіб	482	486	348
	Δ^6	осіб	-	4	-134
	$T_{пр}^6$	%	-	0,83	-27,80
	Δ	осіб	-67		
	$\bar{T}_{пр}$	%	-15,03		
	у тому числі: робітників, безпосередньо зайнятих у виробництві	осіб	337	330	226
	Δ^6	осіб	-	-7	-111
	$T_{пр}^6$	%	-	-2,05	-32,96
	$\bar{\Delta}$	осіб	-56		
	$\bar{T}_{пр}$	%	-18,12		
4.	Продуктивність праці робітника, безпосередньо зайнятого у виробництві	грн /ос.	665427	696553	707427
	Δ^6	грн /ос.	-	31127	42000
	$T_{пр}^6$	%	-	4,68	6,31
	$\bar{\Delta}$	грн /ос.	21000,1		
	$\bar{T}_{пр}$	%	3,11		
5.	Фонд оплати праці персоналу всього	тис.грн	20834,5	21540,3	15026,2
	Δ^6	тис.грн	-	706	-5808
	$T_{пр}^6$	%	-	3,39	-27,88
	Δ	тис.грн	-2904,2		
	$\bar{T}_{пр}$	%	-15,08		
	$\bar{T}_{пр}$	%	-100,00		
6.	Собівартість реалізованої продукції	тис.грн	144820	164647	130660
	Δ^6	тис.грн	-	19827	-14160
	$T_{пр}^6$	%	-	13,69	-9,78
	$\bar{\Delta}$	тис.грн	-7080,0		
	$\bar{T}_{пр}$	%	-5,01		
7.	Валовий прибуток	тис.грн	79912	66366	29582
	Δ^6	тис.грн	-	-13546	-50330
	$T_{пр}^6$	%	-	-16,95	-62,98
	$\bar{\Delta}$	тис.грн	-25165,0		
	$\bar{T}_{пр}$	%	-39,16		
8.	Чистий прибуток (збиток)	тис.грн	8584	-143573	-163040
	Δ^6	тис.грн	-	-152157	-171624
	$T_{пр}^6$	%	-	-1772,57	-1999,35

9.	Рентабельність виробництва	%	38,07	32,05	5,82
10.	Сукупні активи	тис.грн	209901	207046	507995
	Δ^6	%	-	-6	-32
	$T_{пр}^6$	%	-	-15,81	-84,70
	$\overline{\Delta}$	%	-16,1		
	$\overline{T_{пр}}$	%	-60,89		

Динаміка техніко-економічних показників діяльності підприємства надалі представлена графічно у виді діаграм, що наочно демонструють показники (рис. 2.1 – 2.3).

Згідно з проведеними розрахунками щодо динаміки техніко-економічних показників та їх графічних рядів динаміки можна зробити певні висновки.

Протягом трьох років спостерігалася постійна тенденція до зменшення обсягу виробництва кондитерських виробів різних асортиментних груп за виключенням печива фасованого.

Так, обсяг виробництва печива вагового скоротився в 2022 році більш ніж в чотири рази порівняно з базовим періодом, хоча в 2021 році спостерігалася відносно незначне падіння об'ємів випуску даного виду продукції – на 7,8%. В середньому щорічне зниження обсягів виробництва печива вагового становило 2439 тис. кг або 53%. Слід вказати, що різке погіршення показників діяльності ПрАТ «КФ «Лагода» в 2022 році обумовлено початком повномасштабного вторгнення рф. Враховуючи той факт, що виробничі потужності підприємства розташовано у Київській області, де активні воєнні дії розпочалися майже з перших днів вторгнення, то існував високий рівень ризику втрати потужностей, загрози життю персоналу, що обумовило необхідність призупинення діяльності компанії на певний період. Перший та частково другий квартали 2022 року були особливо складними, проте у другому півріччі підприємство було здатне потроху відновити обсяги виробництва і також реалізувати залишки продукції з тим, щоб виконувати зобов'язання за контрактами.

В 2022 році відчутно знизився обсяг виробництва вафель вагових та фасованих. Темп зниження показника становив 41,7% або 1474,3 тис. кг. В

середньому за рік підприємство скорочувало обсяги випуску продукції цієї асортиментної групи на 737,2 тис. кг або 23,7%. Можна передбачити, що у складі цієї групи найбільші темпи зниження спостерігались щодо вагової продукції, натомість обсяг випуску вафель фасованих впав не так відчутно.

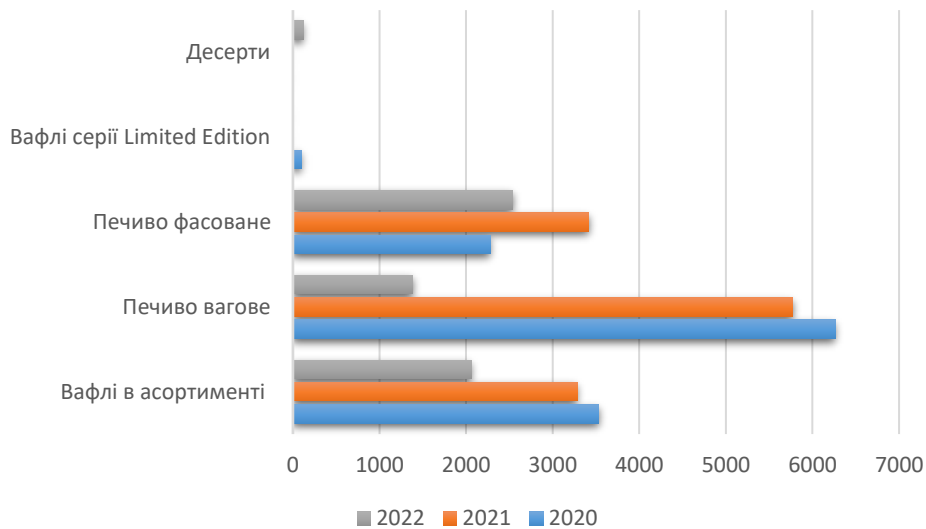


Рисунок 2.1 – Графічні ряди динаміки обсягу виробництва продукції
ПрАТ «КФ «Лагода» по видах у натуральних вимірниках

Підтвердженням даного припущення є результати аналізу динаміки випуску печива фасованого, обсяг якого навпаки, збільшився в 2022 р на 11,5% або 262,2 тис. кг. Така переорієнтація у структурі асортименту зумовлена підвищеними вимогами з боку споживачів щодо зручності упаковки кондитерської продукції в умовах високої міграції, необхідності робити запаси продуктів на випадок довгого перебування в укриттях. У такому вигляді продукція зручна до транспортування і використання військовими (ЗСУ, ДПСУ тощо).

Починаючи з 2021 року підприємство відмовилось від випуску окремих видів продукції, зокрема вафель, в серії Limited Edition. Можна передбачити, що такий експеримент був покликаний забезпечити диверсифікацію товарного портфелю, проте керівництво оцінило цей проєкт як неуспішний і було прийнято рішення про призупинення виробництва.

Натомість в 2022 році було введено нову позицію – фасовані десерти, обсяг виробництва яких становив 118,65 тис.кг. Порівняно з основними асортиментними групами, випуск десертів є незначним і свідчить про реалізацію довгострокових планів керівництва щодо виведення на ринок новинок.

Обсяги реалізації у грошових одиницях демонстрували у досліджуваному періоді спадаючу динаміку як і обсяги виробництва. Проте продажі скоротились не так суттєво: на 64490 тис. грн або 28,7%. В середньому щорічно їх сума скорочувалась на 15,6%. Фактично це свідчить про те, що ціновий фактор справив додатний вплив, тобто за три роки ціни зросли, проте різке скорочення обсягів виробництва призвело до зменшення виручки від реалізації продукції кондитерського підприємства.

Чисельність персоналу, протягом 2020-2021 рр., збільшилася на 4 особи, але у 2022 році, відносно першого, спостерігалось скорочення персоналу на 134 особи. Протягом аналізованого періоду в середньому, чисельність персоналу знижалася на 67 осіб, або на 15,03%.

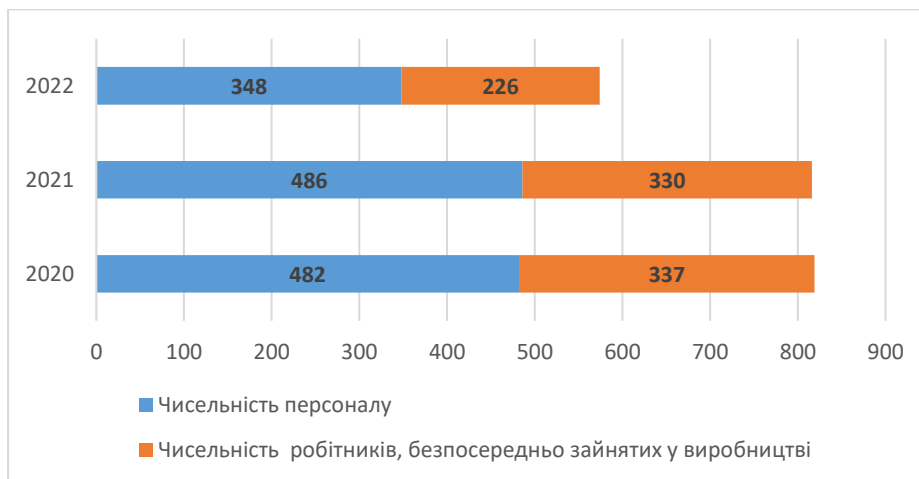


Рисунок 2.2 – Динаміка чисельності персоналу та робітників

Чисельність робочих, безпосередньо зайнятих у виробництві, мала тенденцію до зниження, що в середньому складала 56 осіб чи 18,12% на рік. При тому, у 2021 році, відносно базисного, можна побачити скорочення лише на 7 осіб (2,05%), то у 2022 році відносно базисного - також на 111 осіб (32,96%).

Продуктивність праці робітника на виробництві відносно 2020 року у 2021 році підвищилась на 31127 грн/ос. або на 4,08%, а у 2022 році на 42000 грн/ос., або 6,31%. В середньому, протягом трьох років спостерігалось незначне підвищення продуктивності робітника на 21000,1 грн/ос, або 3,11%.

Фонд оплати праці персоналу протягом трьох років зменшався на 2904,2 тис.грн, (15,08%). У 2021 році відносно 2020 року видно зростання фонду оплати праці на 706 тис.грн. (3,39%), але у 2022 році, відносно того ж базисного зменшення на 5808 тис.грн. (27,88%). Фонд оплати праці змінювався згідно до зміни чисельності персоналу.

Собівартість реалізованої продукції, порівняно із 2020 роком у 2021 році зросла на 19827 тис.грн (13,69%), а у 2022 році відбулося зниження собівартості на 14160 тис.грн (9,78%). В середньому, протягом трьох років, відбувалося зниження собівартості на 7080 тис.грн, або на 5,01%.

У 2021 та 2022 рр. відносно 2020 року валовий прибуток зменшився на 13546 тис.грн. та 50330 тис.грн., або на 16,95% та 62,98%. В середньому валовий прибуток зменшувався на 25165 тис.грн., або на 39,16% відповідно.

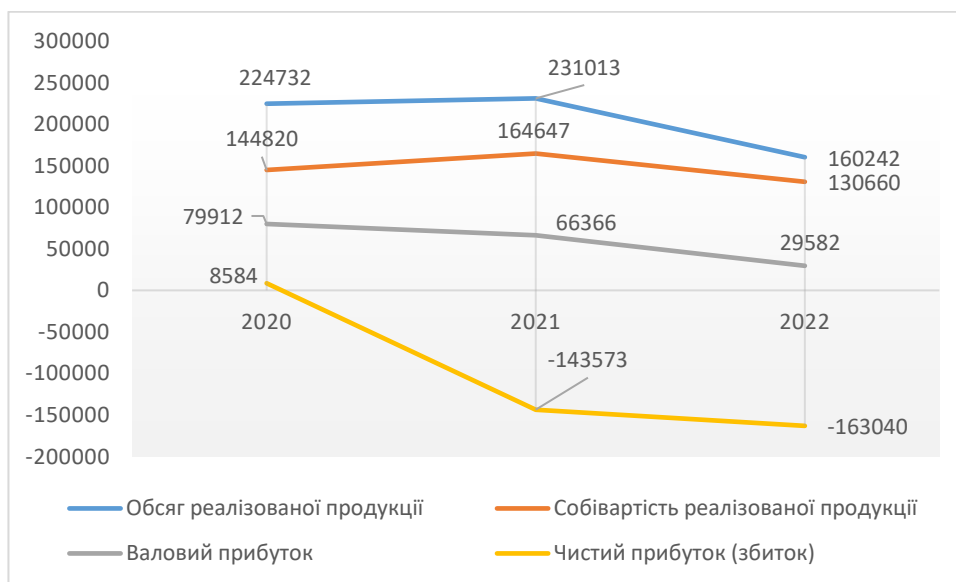


Рисунок 2.3 – Динаміка фінансових результатів діяльності ПрАТ «КФ «Лагода»

У 2020 році мав місце чистий прибуток у розмірі 8584 тис.грн., а у 2021 та 2022 рр. відповідно мав місце чистий збиток у розмірі 143573 тис.грн. та 163040

тис.грн. Протягом трьох років, в середньому чистий прибуток (збиток) зменшувався на 85812 тис.грн., або у 3,4 рази.

Рентабельність компанії у 2021 році відносно базисного знизилась на 6 пунктів, або на 15,81%, а у 2022 році впала на 32 пункти, або на 84,70%. В середньому рентабельність протягом 2020-2022 рр., знижувалася на 16,1 процентних пункти або на 60,89%.

Отже, впродовж досліджуваного періоду підприємство відчутно скоротило обсяги операційної діяльності: зменшило обсяг випуску та реалізації продукції, проте зміни не були однаковими в розрізі різних асортиментних груп. Негативну динаміку виявлено щодо результатів діяльності підприємства – валового та чистого прибутку і відповідно рентабельності.

Показники ефективності використання ресурсів потребують подальшого поглибленого аналізу.

2.3 Аналіз виробництва, реалізації продукції та її асортименту

В повному обсязі аналіз випуску продукції передбачає аналіз формування та виконання виробничої програми, аналіз обсягу продукції, аналіз асортименту продукції, аналіз структури продукції, аналіз якості продукції, аналіз ритмічності виробництва та аналіз виконання договірних зобов'язань та реалізації продукції.

Спочатку аналізується динаміка виробництва та реалізації продукції у порівнянних цінах, які можна побачити у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 - Динаміка виробництва і реалізації продукції у порівнянних цінах

Рік	Обсяг виробництва продукції, тис. грн.	Темп росту, %		Обсяг реалізації продукції, тис. грн.	Темп росту, %	
		базисний	ланцюговий		базисний	ланцюговий
2020 рік	224515	-	-	224732	-	-
2021 рік	230197	102,5	102,5	231013	102,8	102,8
2022 рік	160020	71,3	69,5	160242	71,3	69,4

На основі отриманих в таблиці даних розраховуються середньорічні темпи росту (T_{cp}), приросту ($T_{пр}$) виробленої та реалізованої продукції за формулою середньої геометричної:

$$T_{cp} = \sqrt[n]{T_1 \cdot T_2 \cdot \dots \cdot T_i} \quad (2.1)$$

$$\overline{T_p}(Q_{вп})^б = \sqrt[n-1]{K_{рп}^б} * 100\% = \sqrt[2]{0,713} * 100\% = 84,4\%$$

$$\overline{T_p}(Q_{вп})^л = \sqrt[n-1]{PK_{зр}^б} * 100\% = \sqrt[2]{1,025 * 0,695} * 100\% = 84,4\%$$

$$\overline{T_p}(Q_{рп})^б = \sqrt[n-1]{K_{рп}^б} * 100\% = \sqrt[2]{0,713} * 100\% = 84,4\%$$

$$\overline{T_p}(Q_{рп})^л = \sqrt[n-1]{PK_{зр}^б} * 100\% = \sqrt[2]{1,028 * 0,694} * 100\% = 84,5\%$$

$$\overline{T_{пр}}(Q_{вп})^{\square} = 84,4 - 100 = -15,6\%$$

$$\overline{T_{пр}}(Q_{рп})^{\square} = 84,5 - 100 = -15,5\%$$

Темпи росту виробництва та реалізації продукції ПрАТ «КФ «Лагода» мають однакові значення - 84,4%, тобто немає випередження темпів росту виробництва, що говорило б про накопичення залишків нереалізованої продукції на складах підприємства, а також темпи росту реалізації не випереджають темпи росту виробництва, що свідчило б про дефіцит продукції на складах. Таким чином, темпи виробництва зростають/зменшуються відповідно до темпів реалізації, тобто підприємство в цьому плані працює складено.

Щодо темпів приросту, то спостерігається зменшення обсягів виробництва та реалізації у вартісних показниках на 15,6% та 15,5% відповідно. Такі дані свідчать про наявну негативну тенденцію скорочення обсягів діяльності підприємства.

Наступним є аналіз продукції по видах та аналіз змін в асортименті. Для цього складається аналітична таблиця за формою табл. 2.3.

Виходячи із розрахунків попередньої таблиці можна розрахувати ціни продукції за одиницю за видами, використовуючи наступну формулу:

$$Ц_{од} = \frac{Q_{\text{вир-ва, тис.грн}}}{Q_{\text{вир-ва, тис.шт}}}$$

Таблиця 2.3 – Дані про зміну асортименту і структури продукції

Вид продукції	Обсяг виробництва продукції у порівнянних цінах, тис. грн.		Темп зростання, %	Структура виробництва, %	
	базисний період	звітний період		базисний період	звітний період
Вафлі в асортименті	76195	52007	68,3	33,1	32,5
Печиво вагове	66297	21891	33,0	28,8	13,7
Печиво фасоване	13351	11857	88,8	5,8	7,4
Інша продукція	74354	74265	99,9	32,3	46,4
Разом	230197	160020	69,5	100,0	100,0

Для характеристики інтенсивності структурних перетворень доцільно використати коефіцієнт структурної активності:

$$K_{C.A.} = \sum_{i=1}^n \sqrt{\Delta Y_{qi}^2}$$

де ΔY_{qi} – зміна структурного показника за i -тим видом продукції (у частках одиниці).

$$K_{C.A.} = \sqrt{(0,325 - 0,331)^2} + \sqrt{(0,1368 - 0,288)^2} + \sqrt{(0,0741 - 0,058)^2} + \sqrt{(0,464 - 0,323)^2} = 0,2158 \text{ або } 21,58\%$$

Чим вище даний коефіцієнт, тим активніші структурні перетворення, здійснювані на підприємстві. Коефіцієнт структурної активності в даному випадку дорівнює 0,2158. В даному випадку це свідчить про недостатньо активно реагуючу на становище ринку адміністрацію підприємства, яка не змогла своєчасно змінити структуру виробництва та асортимент таким чином, щоб не знизити обсяги виробництва та реалізації продукції в цілому. Проте оцінка може бути й іншою з точки зору винятково складних умов, у яких опинилися суб'єкти господарювання майже всіх видів економічної діяльності в 2022 році через початок повномасштабної війни.

Збільшення обсягу виробництва (реалізації) за одними видами і скорочення за іншими видами продукції призводить до зміни її структури, тобто співвідношення окремих виробів у загальному їх підсумку.

Зміна структури виробництва значно впливає на всі економічні показники: обсяг виробництва у вартісній оцінці, матеріаломісткість, собівартість товарної продукції, прибуток, рентабельність.

Оцінити вплив структурного чинника на обсяг виготовленої продукції можна способом ланцюгової підстановки, який дозволяє абстрагуватися від всіх чинників, окрім структури продукції.

Відповідно до поставленої задачі будується факторна модель обсягу товарної продукції за наступною формулою

$$ТП = \sum V_{\text{заг}} * ПВ_i * Ц_i \quad (2.2)$$

де $V_{\text{заг}}$ – загальний випуск продукції;

$ПВ_i$ – питома вага продукції за i -им видом;

$Ц_i$ – ціна продукції за i -им видом.

Далі здійснюється послідовність аналітичних перетворень для того, щоб визначити вплив саме структурного чинника на зміну обсягу товарної продукції у звітному періоді порівняно з базовим:

$$ТП_0 = \sum V_{\text{заг.0}} * ПВ_{i0} * Ц_{i0}. \quad (2.3)$$

$$ТП_{\text{ум.1}} = \sum V_{\text{заг.1}} * ПВ_{i0} * Ц_{i0}. \quad (2.4)$$

$$ТП_{\text{ум.2}} = \sum V_{\text{заг.1}} * ПВ_{i1} * Ц_{i0}. \quad (2.5)$$

$$\Delta ТП_{\text{пв.}} = ТП_{\text{ум.2}} - ТП_{\text{ум.1}}. \quad (2.6)$$

За вищенаписаними формулами було здійснено розрахунки для аналізу впливу структурного чинника на обсяг виготовленої продукції для досліджуваного підприємства.

Для перевірки правильності виконаних розрахунків та отримання уточнюючої оцінки впливу структурного чинника на зміну випуску окремих

Таблиця 2.3 – Аналіз структури товарної продукції ПрАТ «КФ «Лагода»

Вид продукції	Оптова ціна за 1 ум. од., грн.	Обсяг виробництва продукції, ум. од.		Структура продукції, %		Вартість випущеної продукції в цінах базового періоду, тис. грн.			Зміна товарної продукції за рахунок структури, тис. грн.
		t ₀	t ₁	t ₀	t ₁	t ₀	факт при базовій структурі	t ₁	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Вафлі в асортименті	30,50	21762,9	12251,24	45,14141	37,33723	76195	51859	42893	-8966
Печиво вагове	110,49	5770,6	1385,24	11,96959	4,22170	66297	45122	15915	-29207
Печиво фасоване	30,91	3414,9	2539,06	7,08331	7,73811	13351	9087	9927	840
Інша продукція	20,37	13781,7	14459,93	28,58651	44,06849	32688	22248	34297	12049
Разом	-	48210,5	32812,4	100	100	230197	156674	129072	-27601

видів продукції була побудована аналітична табл. 2.3 з більш розширеними розрахунками.

В таблиці 2.3 дані графі 7 одержані множенням показника графі 6 по кожному виду продукції на коефіцієнт зростання товарної продукції в цілому по підприємству в умовно-натуральних одиницях ($K_{зр.тп.}$):

$$K_{зр.тп.} = \frac{\sum \text{Обсяг виробництва звітного року}}{\sum \text{Обсяг виробництва базового року}} \quad (2.7)$$

Для розрахунку графі 7 за таблицею 2.3 коефіцієнт зростання товарної продукції в цілому по підприємству має такий вигляд:

$$K_{зр.тп.} = 32812,4 / 48210,5 = 0,681$$

Розрахунки показали, що за рахунок зміни в структурі виробництва продукції обсяг випуску на підприємстві у вартісному вимірнику зменшився на 27 601 тис.грн. Це свідчить про недоцільність зміни структури у звітному періоді, так як при рівні цін та структурі базисного періоду обсяг виробництва склав би 156 674 тис.грн, що більше обсягів виробництва при змінній структурі та із базисними цінами у звітному році, які складають 129 072 тис.грн. Тобто за типових економічних умов зміна структури у звітному році оцінюється як проведена неякісно: не зреагувавши вчасно або не врахувавши всі зміни у кон'юнктурі ринку, економіці країни чи законодавстві, наслідком є падіння обсягів виробництва як в натуральних одиницях продукції, так й у вартісних відповідно. В кризових умовах, зумовлених початком воєнних дій в мирній країні, оцінка може бути змінена.

2.4 Аналіз стану та ефективності використання основних засобів

Аналіз стану та ефективності використання основних фондів починається, насамперед, з аналізу наявності основних засобів, їх динаміки і структури. Для цього будуються допоміжні таблиці 2.4 – 2.6.

Таблиця 2.4 – Наявність, рух і структура основних засобів в 2020 р.

Група основних засобів	Наявність станом на початок періоду		Надійшло за звітний період		Вибуло за звітний період		Наявність на кінець періоду	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Будинки і споруди	68687	59,00					61286	54,99
Машини та обладнання	23964	20,59					21024	18,87
Транспортні засоби	886	0,76					30	0,03
Інші	22872	19,65					29100	26,11
Разом	116409	100,00	6228	100,00	11197	100,00	111440	100,00

Таблиця 2.5 – Наявність, рух і структура основних засобів у 2021 році

Група основних засобів	Наявність станом на початок періоду		Надійшло за звітний період		Вибуло за звітний період		Наявність на кінець періоду	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Будинки і споруди	61365	55,07					54263	47,50
Машини та обладнання	21675	19,45					16264	14,24
Транспортні засоби	520	0,47					302	0,26
Інші	27880	25,02					43417	38,00
Разом	111440	100,0	15537	100,0	12731	100,00	114246	100,00

У 2020 році основні засоби досліджуваного підприємства на початок року склали 116409 тис.грн., на кінець року – 111440 тис.грн. Протягом року надійшло основних засобів на суму 6228 тис.грн та вибуло, відповідно, на суму 11197 тис.грн. На початок 2020 року значну частину в структурі основних засобів склали будинки та споруди – 59%, а на кінець року дещо зменшились до 54,99%.

Машини та обладнання залишили 20,59% на початок року, та 18,87% на кінець. Транспортні засоби займали 0,76% на початок року та лише 0,03% на кінець. Інші основні засоби склали на початок періоду 19,65%, а на кінець 26,11%.

Таблиця 2.6 – Наявність, рух і структура основних засобів у 2022 році

Група основних засобів	Наявність станом на початок періоду		Надійшло за звітний період		Вибуло за звітний період		Наявність на кінець періоду	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Будинки і споруди	54263	47,50					47345	52,45
Машини та обладнання	16264	14,24					10456	11,58
Транспортні засоби	302	0,26					5	0,01
Інші	43417	38,00					32460	35,96
Разом	114246	100,00	0	100,00	23980	100,00	90266	100,00

Основні засоби на початок 2021 року склали 111440 тис.грн., а на кінець року, відповідно, 114246 тис.грн. Знов таки значну частину основних засобів займали будинки та споруди, які на початок 2021 року склали – 55,07%, а на кінець року зменшились до 47,50%. Також, суттєву частину займали інші основні засоби, що на початок періоду склали 25,05%, на кінець 38%. Машини та обладнання склали 19,45% та 14,24% відповідно, а транспортні засоби 0,47% та 0,26%. Транспортні засоби займали 0,47% на початок 2021 року та на кінець 0,26%. Протягом року надійшло основних засобів на суму 15537 тис.грн, а вибуло на суму 12731 тис.грн.

У 2022 році на початок року основні засоби заводу склали 114246 тис.грн., а на кінець року зменшились до 90266 тис.грн., за рахунок вибуття основних засобів на суму 23980 тис.грн. та відсутність їх придбання. Доволі значні частки в структурі основних засобів заводу склали будинки та споруди, що на початок

року займали 47,50%, а на кінець року – 52,45%, а також інші основні засоби – 38% та 35,96, відповідно. Машини та обладнання залишили 14,24% на початок 2022 року, та 11,58% на кінець. Транспортні засоби займали 0,26% на початок року та лише 0,01% на кінець.

Наступним кроком є аналіз руху та технічного стану основних засобів. Для цього використовуються коефіцієнти зносу та придатності, що розраховуються у таблиці 2.7.

Як видно з розрахунків, по роках аналізованого періоду спостерігається збільшення коефіцієнту зносу від 0,682 у 2020 році до 0,755 у 2022 році, що свідчить про незадовільний стан основних засобів. Порівняно із 2020 роком у 2022 році коефіцієнт зносу збільшився на 0,073. Коефіцієнт придатності, у свою чергу, пропорційно зменшився на 0,073.

Таблиця 2.7 – Розрахунок показників стану основних засобів ПрАТ «КФ «Лагода»

№ з/п	Показник	Формула	Роки		
			2020	2021	2022
1.	Коефіцієнт зносу (К _{зн})	$K_{зн} = \frac{\text{Сума зносу основних засобів}}{\text{Первісна вартість основних засобів}}$	0,682	0,695	0,755
2.	Коефіцієнт придатності (К _{прид})	$K_{прид} = \frac{\text{Залишкова вартість основних засобів}}{\text{Первісна вартість основних засобів}}$	0,318	0,305	0,245

Оцінка ефективності та інтенсивності використання основних засобів досліджуваного підприємства проводиться з використанням показників фондорентабельності, фондоддачі, фондоємності та відносної економії основних фондів.

Таблиця 2.8 – Оцінка рівня забезпеченості основними засобами ПрАТ «КФ «Лагода»

№ з/п	Показник	Формула	Роки		
			2020	2021	2022

1	Фондорентабельність (Ф _р)	$\text{Фр} = \frac{\text{Прибуток від основної діяльності, грн.}}{\text{Середньорічна вартість основних фондів, грн.}}$	0,189	-1,151	-1,592
2	Фондовіддача основних засобів (Ф)	$\text{Ф} = \frac{\text{Об'єм виручки від реалізації продукції, грн.}}{\text{Середньорічна вартість основних фондів, грн.}}$	1,971	2,040	1,565
3	Фондоємність (Ф _ε)	$\text{Ф}\epsilon = \frac{\text{Середньорічна вартість основних фондів, грн.}}{\text{Об'єм виручки від реалізації продукції, грн}}$	0,507	0,490	0,639
4	Відносна економія основних фондів	$\begin{aligned} E_{O3} &= O3_1 - O3_0 * I_{ВП}; \\ I_{ВП} & - \text{індекс обсягу валового виробництва продукції} \\ I_{ВП} &= \frac{OB_1}{OB_0} \end{aligned}$	23813,89		

Проведені розрахунки показують, що протягом аналізованого періоду фондорентабельність ПрАТ «КФ «Лагода» значно змінилася. Якщо в 2020 році показник фондорентабельності був позитивний, то у період 2021-2022 рр. він став від'ємним – мінус 1,151 у 2021 р. та мінус 1,592 у 2022 р., що свідчить про різкий перехід до збиткової діяльності компанії, а також про низьку ефективність використання основних засобів.

Показник фондівіддачі протягом розглядаємого періоду мав коливання від 1,971 (2020 р.) до 2,040 (2021 р.) та зменшився до рівня нижче базового року до 1,565 (2022 р.). Таке становище говорить про те, що кількість виготовлюваної продукції, припадаюча на одиницю основних фондів, зменшується. При порівнянні за три роки спостерігається негативна тенденція, що підтверджується збитковими результатами згідно розрахунків фондорентабельності.

Відповідно фондоємність також має коливання - у 2022 році, порівняно із 2020 роком має місце підвищення значення даного показника до 0,639 з 0,507 відповідно. Це закономірно, бо фондоємність є зворотним показником фондівіддачі. Тобто, зростання показника фондоємності свідчить про підвищення вартості основних фондів, які припадають на одиницю вартості виготовленої продукції, що позитивною характеристикою назвати також не можна, так як ця вартість основних фондів відображається на собівартості продукції.

Відносна економія основних фондів протягом 2021-2022 рр. склала 23813,89 грн., що констатує перевитрати фондів.

Для визначення причин змін окремих показників типовий вищенаведений аналіз доповнюється факторним, що визначить найбільш впливові фактори зміни. Для цього в якості узагальнюючого показника розглядається рентабельність капіталу, вкладеного в основні засоби (фондорентабельність). Формулу для її визначення можна представити у вигляді мультиплікативної моделі:

$$R_{оз} = ФВ_{оз} * Ч_{рп} * R_{п} \quad (2.8)$$

де $ФВ_{оз}$ – фондвіддача основних засобів;

$Ч_{рп}$ – частка реалізації від випуску;

$R_{п}$ – рентабельність продажів.

Таблиця 2.9 – Вихідні дані для розрахунку трифакторної моделі фондорентабельності основних засобів ПрАТ «КФ «Лагода»

Показник	Роки		Відхилення
	2021	2022	
Фондовіддача основних засобів	2,040	1,565	-0,475
Частка реалізованої продукції	1,004	1,001	-0,003
Рентабельність продажів	-0,562	-1,016	-0,454
Рентабельність основних засобів	-1,151	-1,592	-0,441

Далі визначається рентабельність основних засобів по базисному та звітному роках:

$$R_{оз(21)} = 2,040 * 1,004 * (-0,562) = -1,151;$$

$$R_{оз(22)} = 1,565 * 1,001 * (-1,016) = -1,592.$$

Зміна рівню рентабельності протягом 2021-2022 рр. в цілому визначається двома способами, значення яких має дорівнювати один одному

$$\Delta R_{оз} = R_{оз(22)} - R_{оз(21)} \quad (2.9)$$

$$\Delta R_{03} = \Delta R_{03}(\Phi B_{03}) + \Delta R_{03}(Ч_{pp}) + \Delta R_{03}(R_{pp}) \quad (2.10)$$

Визначення зміни рівню рентабельності основних засобів протягом 2021-2022 років за рахунок кожного фактору проводиться на підставі використання методу абсолютних різниць за формулами

$$\Delta R_{03}(\Phi B_{03}) = \Delta \Phi B_{03} * Ч_{pp(21)} * R_{pp(21)} \quad (2.11)$$

$$\Delta R_{03}(Ч_{pp}) = \Phi B_{03(22)} * \Delta Ч_{pp} * R_{pp(21)} \quad (2.12)$$

$$\Delta R_{03}(R_{pp}) = \Phi B_{03(22)} * Ч_{pp(22)} * \Delta R_{pp} \quad (2.13)$$

$$\Delta R_{03}(\Phi B_{03}) = (1,565 - 2,040) * 1,004 * (-0,562) = 0,268$$

$$\Delta R_{03}(Ч_{pp}) = 1,565 * (1,001 - 1,004) * (-0,562) = 0,002$$

$$\Delta R_{03}(R_{pp}) = 1,565 * 1,001 * (-1,016 - (-0,562)) = -0,711$$

$$\Delta R_{03} = (-1,592) - (-1,151) = -0,441$$

$$\Delta R_{03} = 0,268 + 0,002 + (-0,711) = -0,441$$

Протягом аналізованого періоду фондорентабельність зменшилась на 0,441 пункти. За рахунок зменшення фондівдачі основних засобів на 0,475 процентних пунктів збитковість основних засобів зросла на 0,268 пункти, за рахунок зменшення частки реалізованої продукції на 0,003 процентних пунктів - підвищилась на 0,002 пунктів відповідно, а за рахунок зменшення рентабельності продажів на 0,454 процентних пунктів фондорентабельність капіталу, вкладеного в основні засоби, зменшилась на 0,711 пунктів.

Наступним кроком є визначення факторів зміни фондівдачі: зміна частки активної частини основних засобів в їх загальній сумі, питомої ваги діючих машин та обладнання в активній частині основних засобів, фондівдачі технологічного обладнання:

$$\Phi B_{03} = \Phi B_M * Ч_a * Ч_M \quad (2.14)$$

де ΦB_M – фондівдача машин та обладнання;

$Ч_a$ – частка активної частини основних засобів;

Ч_m – частка діючих машин та обладнання в активній частині ОЗ.

Для здійснення розрахунків були прийняті такі співвідношення:

- частка активної частини основних засобів станом на початок досліджуваного періоду 0,65, станом на кінець періоду – 0,70;

- частка діючих машин та обладнання в активній частині основних засобів станом на початок досліджуваного періоду 0,90, станом на кінець періоду – 0,80.

Зміна фондovіддачі основних засобів за рахунок трьох вищенаведених факторів також визначається способом абсолютних різниць, оскільки залежність між ними мультиплікативна.

Зміна рівня фондovіддачі протягом 2021-2022 рр. в цілому визначається двома способами, значення яких має дорівнювати один одному

$$\Delta\text{ФВ}_{\text{оз}} = \text{ФВ}_{\text{оз}(22)} - \text{ФВ}_{\text{оз}(21)} \quad (2.15)$$

$$\Delta\text{ФВ}_{\text{оз}} = \Delta\text{ФВ}_{\text{оз}}(\text{ФВ}_m) + \Delta\text{ФВ}_{\text{оз}}(\text{Ч}_a) + \Delta\text{ФВ}_{\text{оз}}(\text{Ч}_m) \quad (2.16)$$

Таблиця 2.10 – Вихідні дані для розрахунку факторної моделі фондovіддачі основних засобів ПрАТ «КФ «Лагода»

Показник	Роки		Відхилення
	2021	2022	
Основні засоби	112843	102256	-10587
Активна частина основних засобів	73347,95	71579,2	-1769
Обсяг випуску продукції	230197	160020	-70177
Частка машин та обладнання в активній частині основних засобів	66013,155	57263,4	-8750
Фондовіддача основних засобів	2,040	1,565	-0,475

Визначення зміни фондovіддачі основних засобів за рахунок кожного з факторів проводиться також на підставі методу абсолютних різниць

$$\Delta\text{ФВ}_{\text{оз}(\text{ФВ}_m)} = \Delta\text{ФВ}_m * \text{Ч}_{a(21)} * \text{Ч}_{m(21)} \quad (2.17)$$

$$\Delta\text{ФВ}_{\text{оз}(\text{Ч}_a)} = \text{ФВ}_{m(22)} * \Delta\text{Ч}_a * \text{Ч}_{m(21)} \quad (2.18)$$

$$\Delta\text{ФВ}_{\text{оз}(\text{Ч}_m)} = \text{ФВ}_{m(22)} * \text{Ч}_{a(22)} * \Delta\text{Ч}_m \quad (2.19)$$

$$\Delta\Phi B_{\text{оз}(\Phi B_M)} = \left(\frac{160020}{57263,36} - \frac{230197}{66013,16} \right) * 0,65 * 0,9 = -0,405$$

$$\Delta\Phi B_{\text{оз}(\Phi a)} = 2,794 * (0,7 - 0,65) * 0,9 = 0,126$$

$$\Delta\Phi B_{\text{оз}(\Phi_M)} = 2,794 * 0,7 * (0,8 - 0,9) = -0,196$$

$$\Delta\Phi B_{\text{оз}} = 1,565 - 2,040 = -0,475$$

$$\Delta\Phi B_{\text{оз}} = -0,405 + 0,126 + (-0,196) = -0,475$$

За період 2021-2022 рр. фондвіддача основних засобів ПрАТ «КФ «Лагода» зменшилась на 0,475 пункти. За рахунок зменшення фондвіддачі машин та обладнання на 0,693 п.п. фондвіддача основних засобів зменшилась на 0,405 пункти, за рахунок збільшення частки активної частини основних засобів на 0,05 п.п. - підвищився на 0,126 пунктів, а за рахунок зменшення частки діючих машин та обладнання на 0,1 п.п. фондвіддача основних засобів зменшилась на 0,196 пунктів.

2.5 Аналіз забезпеченості підприємства матеріальними ресурсами та ефективності їх використання

Аналіз матеріальних ресурсів проводять, виходячи з розуміння того, що останні знаходяться у двох станах – статичному та динамічному. Ці два стани взаємопов'язані між собою та є невід'ємною складовою матеріального потоку – об'єкта логістичного управління.

В загальному вигляді аналіз матеріальних ресурсів зводиться до аналізу статичних показників стану матеріальних ресурсів – запасів, в тому числі по видах. Результати аналізу представлені у таблиці 2.11. За відсутністю «Приміток до фінансової звітності» для аналізу було використано загальні дані щодо запасів за Ф.№1 «Баланс» з другого розділу «Оборотні активи».

Таблиця 2.11 – Динаміка показників складу та структури запасів підприємства ПрАТ «КФ «Лагода»

Показники	Станом на 31.12.2020 рр.	Станом на 31.12.2021 рр.	Станом на 31.12.2022 рр.
-----------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
1. Виробничі запаси	14316	63,10	14900	66,38	13656	65,07
2. Запаси незавершеного виробництва	11	0,05	1	0,004	9	0,04
3. Запаси готової продукції	8333	36,73	7426	33,08	7239	34,49
4. Товари	28	0,12	119	0,53	84	0,40
Разом	22688	100,00	22446	100,00	20988	100,00

Згідно до таблиці, котра висвітлює динаміку запасів протягом 2020-2022 рр., крім виробничих запасів, що займають найзначнішу питому вагу – 63,10%, 66,38% та 65,07% по роках відповідно, суттєву частину займають запаси готової продукції. Таким чином, у 2020 році вони склали 36,73%, у 2021 році – 33,08%, а в 2022 році – 34,49%. На запаси незавершеного виробництва та товари відводиться менше 1% структури у загальному обсязі запасів.

Розрахунки та динаміка показників складу та структури запасів представлені у таблиці 2.12.

Таблиця 2.12 – Динаміка показників складу та структури запасів ПрАТ «КФ «Лагода»

Показник	Формула	Роки			Відхилення	
		2020	2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2021
Коефіцієнт накопичення	$K_n = \frac{BЗ + НЗВ}{ГП + Т}$	1,714	1,975	1,866	0,261	-0,109
Тривалість виробничих запасів, днів	$T_{BЗ} = \frac{BЗ * 360}{C_{мв}}$	50	40	52	-11	12
Тривалість обороту незавершеного виробництва, днів	$T_{НЗВ} = \frac{НЗВ * 360}{C_{ф}}$	0	0	0	0	0
Тривалість зберігання готової продукції, днів	$T_{ГП} = \frac{ГП * 360}{C_{ф.в.}}$	26	22	25	-5	4
Тривалість виробничого циклу, днів	$T_{вц} = T_{BЗ} + T_{НЗВ} + T_{ГП}$	76	61	77	-15	16
Матеріалоємність	$ММ = М/ВП$	0,53	0,58	0,62	0,05	0,04
Матеріаловіддача	$МВід = ВП/М$	1,88	1,73	1,61	-0,15	-0,12

Питома вага матеріальних витрат в собівартості продукції	$V_M = M/C * 100$	82,27	80,65	76,11	-1,62	-4,54
Прибуток валовий, скоригований	$P_{СК} = \text{Вал.П-АВ-ВЗ}$	-44712	-31426	-48565	13286	-17139
Прибуток на 1 грн. матеріальних витрат	$P_{СК} / MВ$	-0,38	-0,24	-0,49	0,14	-0,25

Розрахунки показали, що коефіцієнт накопичення має значення вищі за одиницю, що говорить про достатню забезпеченість підприємства ПрАТ «КФ «Лагода» матеріальними ресурсами. Однак, можуть бути труднощі із реалізацією готової продукції.

Тривалість зберігання виробничих запасів, тривалість обороту незавершеного виробництва та тривалість зберігання готової продукції разом визначають тривалість виробничого циклу, який у 2020 році складав 76 днів, у 2021 році скоротився на 15 днів та склав 61 день, а у 2022 році зріс на 16 днів та залишив 77 днів. Тобто, тривалість виробничого циклу має тенденцію до зростання, що має негативні наслідки.

Матеріалоємність має зростання з 0,53 до 0,62, а матеріаловіддача скоротилася із 1,88 до 1,61 відповідно, так як є зворотним показником матеріалоємності. Таким чином, на підприємстві спостерігається підвищення матеріалоємності за рахунок зростання суми матеріальних витрат.

Питома вага матеріальних витрат у собівартості протягом аналізованого періоду має тенденцію до зниження – з 82,27% у 2020 році до 77,11% у 2022 році.

Прибуток на 1 грн. матеріальних витрат підвищився на 0,14 пунктів у 2021 році та зменшився на 0,25 пункти у 2022 році й склав -0,49 грн.

Одним із показників ефективності використання матеріальних ресурсів є прибуток на 1 грн. матеріальних витрат. Після встановлення динаміки показника прибутку на 1 грн. матеріальних витрат, яка наведена у таблиці 2.12, вивчаються фактори зміни його величини. Для цього можна використати наступну факторну модель

$$\frac{\Pi}{MB} = \frac{\Pi}{BP} * \frac{BP}{BP} * \frac{BP}{BP} * \frac{BP}{MB} = R_{пр} * D_{рп} * MB \quad (2.20)$$

де Π – прибуток від реалізації продукції, який визначається за даними Ф.№2 як валовий прибуток, скоригований на величину адміністративних витрат та витрат на збут, тис. грн.;

BP – виручка (дохід) від реалізації продукції, тис. грн.;

$R_{пр}$ – рентабельність продажів;

$D_{рп}$ – частка реалізованої продукції в загальному обсязі випуску товарної продукції;

MB – матеріаловіддача.

Таблиця 2.13 – Вихідні дані для розрахунку факторної моделі прибутку на 1 грн. матеріальних витрат

Показник	Роки		Відхилення
	2021	2022	
Рентабельність продажів	-0,14	-0,30	-0,17
Частка реалізованої продукції	1,004	1,001	-0,003
Матеріаловіддача	1,73	1,61	-0,12
Прибуток на 1 грн. MB	-0,24	-0,49	-0,25

Зміна рівня прибутку на 1 грн. матеріальних витрат протягом 2021-2022 рр. в цілому визначається двома способами, значення яких має дорівнювати один одному

$$\Delta\Pi/MB = \Pi/MB_{(22)} - \Pi/MB_{(21)} \quad (2.21)$$

$$\Delta\Pi/MB = \Delta\Pi/MB(R_{пр}) + \Delta\Pi/MB(D_{рп}) + \Delta\Pi/MB(MB) \quad (2.22)$$

Зміна прибутку на 1 грн. матеріальних витрат за рахунок вищенаведених факторів визначається методом ланцюгових підстановок, так як залежність між ними мультиплікативна й можна використовувати будь-який метод

$$\Pi/MB_{(14)} = R_{пр(21)} * D_{рп(21)} * MB_{(21)} \quad (2.23)$$

$$\Pi/\text{MB}_{(R_{\text{пр}})} = R_{\text{пр}(22)} * Ч_{\text{рп}(21)} * \text{MB}_{(21)} \quad (2.24)$$

$$\Pi/\text{MB}_{(Ч_{\text{рп}})} = R_{\text{пр}(22)} * Ч_{\text{рп}(22)} * \text{MB}_{(21)} \quad (2.25)$$

$$\Pi/\text{MB}_{(\text{MB})} = R_{\text{пр}(22)} * Ч_{\text{рп}(22)} * \text{MB}_{(22)} \quad (2.26)$$

Зміна прибутку на 1 грн. матеріальних витрат за рахунок конкретного фактору визначається за формулами

$$\Delta\Pi/\text{MB}_{(R_{\text{пр}})} = \Pi/\text{MB}_{(R_{\text{пр}})} - \Pi/\text{MB}_{(21)} \quad (2.27)$$

$$\Delta\Pi/\text{MB}_{(Ч_{\text{рп}})} = \Pi/\text{MB}_{(Ч_{\text{рп}})} - \Pi/\text{MB}_{(R_{\text{пр}})} \quad (2.28)$$

$$\Delta\Pi/\text{MB}_{(\text{MB})} = \Pi/\text{MB}_{(\text{MB})} - \Pi/\text{MB}_{(Ч_{\text{рп}})} \quad (2.29)$$

Отже, протягом 2021-2022 рр. прибуток на 1 грн. матеріальних витрат зменшився на 0,25 пункти. За рахунок зменшення рентабельності продажів на 0,17 процентних пункти прибуток на 1 грн. матеріальних витрат зменшився на 0,29 пункти, що чинить найбільший вплив на узагальнюючий показник факторного аналізу. Частка реалізованої продукції змінилася в негативну сторону на 0,003 пункти, що, мало мінімальний вплив на результуючий показник. За рахунок зменшення матеріаловіддачі на 0,12 процентних пункти, прибуток на 1 грн. матеріальних витрат збільшився на 0,04 пункти.

2.6 Аналіз трудових ресурсів

Для характеристики стану використання на підприємстві трудових ресурсів і виявлення резервів збільшення обсягу виробництва та підвищення рентабельності роботи необхідно проаналізувати показники, які пов'язані з рухом, якістю, продуктивністю, а також вартістю робочої сили: чисельність персоналу підприємства з точки зору динаміки, категорійної структури, професійної підготовленості, плинності працівників; використання робітниками і службовцями робочого часу, стан трудової дисципліни; продуктивність праці; фонд оплати праці, динаміка середньої заробітної плати працівників і трудомісткості продукції.

Відповідно із зазначеною послідовністю аналіз починається з визначення стану забезпеченості підприємства персоналом. Вихідні та розрахункові дані для аналізу представлені у вигляді таблиці 2.14.

Таблиця 2.14 – Аналіз забезпеченості підприємства робочою силою на ПрАТ «КФ «Лагода»

Категорії персоналу	Умови познач.	Чисельність, чол.			Відхилення		Відхилення		Структура, %		
		2020 р.	2021 р.	2022 р.	2021/2020		2022/2021		2020 р.	2021 р.	2022 р.
					+/-	%	+/-	%			
1.ПВП	ПВП	419	403	296	-16	-3,81	-108	-26,67	87	83	85
у тому числі:											
робітники	$Ч_p$	337	330	226	-7	-2,05	-104	-31,55	70	68	65
АУП	АУП	82	73	70	-9	-11,03	-3	-4,53	17	15	20
2.НВП	НВП	63	83	52	20	31,85	-30	-36,82	13	17	15
Всього:	Ч	482	486	348	4	0,83	-138	-28,40	100	100	100

Для наочності отримані результати аналізу динаміки складу персоналу представлені на рисунках 2.4-2.5.

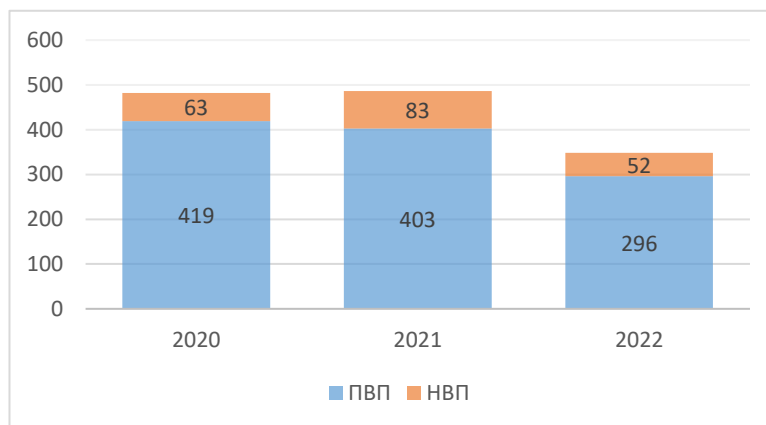


Рисунок 2.4 – Діаграма динаміки чисельності персоналу по категоріях, осіб

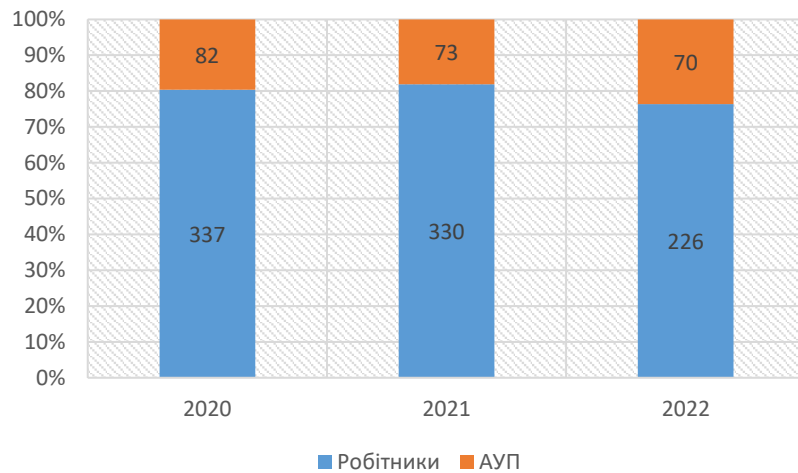


Рисунок 2.5 – Діаграма динаміки чисельності промислово-виробничого персоналу

Рух чисельності робітників характеризують абсолютні і відносні показники. Перелік абсолютних показників та методика їх визначення представлені в таблиці 2.15.

Таблиця 2.15 – Абсолютні показники руху персоналу

1.	Загальний оборот робочої сили ($\text{Ч}_{\text{заг.}}$)	сума прийнятих на роботу (зарахованих до облікового складу) і вибувших працівників.
2.	Оборот з прийому ($\text{Ч}_{\text{пр.}}$)	чисельність прийнятих на роботу за певний період за всіма джерелами надходження.
3.	Оборот з вибуття ($\text{Ч}_{\text{виб.}}$)	чисельність працівників, які залишили роботу в даній організації, вибуття або переведення яких оформлено наказом.
4.	Плинність кадрів ($\text{Ч}_{\text{плин.}}$)	число звільнених працівників з суб'єктивних причин (за власним бажанням, з адміністрації та у зв'язку із закінченням терміну контракту).

Відносні показники використовуються для характеристики інтенсивності руху робочої сили (таблиця 2.16).

Таблиця 2.16 – Відносні показники руху персоналу

Показник	Формула
Коефіцієнт загального обороту	$K_{\text{заг}} = \frac{\sum \text{Ч}_{\text{заг}}}{\bar{\text{Ч}}} \cdot 100\%$ $K_{\text{заг}} = K_{\text{об.пр}} + K_{\text{об.зв.}}$
Коефіцієнт обороту з прийому	$K_{\text{об.пр.}} = \frac{\sum \text{Ч}_{\text{пр.}}}{\bar{\text{Ч}}} \cdot 100\%$

Коефіцієнт обороту з вибуття	$K_{об.виб.} = \frac{\sum \mathcal{Q}_{об.виб.}}{\bar{\mathcal{Q}}} \cdot 100\%$
Коефіцієнт плинності кадрів	$K_{плик} = \frac{\sum \mathcal{Q}_{плик.}}{\bar{\mathcal{Q}}} \cdot 100\%$
Коефіцієнт поповнення працівників	$K_{поповн.} = \frac{\mathcal{Q}_{пр}}{\mathcal{Q}_{виб}} \cdot 100\%$

Результати розрахунку коефіцієнтів руху робочої сили на підприємстві представлені у вигляді таблиці 2.17.

По розрахунках видно, що в 2022 році на досліджуваному підприємстві коефіцієнт загального обороту складає 85,65%. На підприємство було прийнято 20,34% кадрів від їх загального обсягу, про що говорить помірний оборот з прийому. Коефіцієнт обороту зі звільнення показує, що у аналізованому періоді було звільнено 66,31% кадрів від їх загальної кількості. Особливу увагу заслуговує коефіцієнт плинності кадрів, так як вважається, що він уособлює надмірний оборот робочої сили.

Таблиця 2.17 – Динаміка показників руху персоналу на ПрАТ «КФ «Лагода»

Роки	Середньооблікова чисельність робітників	Прийнято робітників	Вибуло робітників	у т.ч. за причинами плинності	Коефіцієнти, %			
					обороту з прийому	обороту зі звільнення	плинності	загального обороту
2022 р.	226	46	150	42	20,34	66,31	18,57	86,65

Надмірним вважають звільнення за порушення трудової дисципліни, через невідповідність кваліфікації, за власним бажанням, а також самовільне залишення роботи без поважних причин. У 2022 році коефіцієнт плинності кадрів склав 18,57%, що показує помірний оборот робочої сили відносно загальної кількості.

Наступним кроком в аналізі використання персоналу є аналіз використання робочого часу. Для характеристики загального фонду часу робітників і його використання застосовуються баланси робочого часу.

Таблиця 2.18 – Баланс робочого часу для підприємства

Ресурси робочого часу			Використання робочого часу			
№ з/п	Показник	Значення, людино-днів	№ з/п	Показник	Значення, людино-днів	Структура МВФ, %
1	Календарний фонд робочого часу	82563	1	Відпрацьовано фактично	32561	72,55%
2	Святкові та вихідні дні	2398	2	Неявки з поважних причин - всього у тому числі:	11403	25,41%
				а) Відпустки на навчання	4848	10,80%
				б) Відпустки по хворобі	2054	4,58%
				в) Інші неявки, дозволені законодавством	4501	10,03%
3	Табельний (номінальний фонд часу)	80165	3	Цілоденні втрати – всього у тому числі:	917	2,04%
4	Чергові відпустки	35284		а) неявки з дозволу адміністрації	802	1,79%
				б) прогули	114	0,25%
				в) цілоденні простої	1	0,002%
	Максимально-можливий фонд часу	44881		Максимально-можливий фонд часу	44881	100

З балансу можна побачити, що за звітний рік на підприємстві фактично відпрацьовано 32561 люд-днів, що складає 72,55%, неявки з поважних причин склали 11403 люд-днів (чи 25,41%), та цілоденні втрати мали 917 люд-днів (чи 2,04%), при максимально-можливому часі 44881 люд-днів.

Для розрахунку фонду робочого часу (ФРЧ) застосовують трьохфакторну мультиплікативну модель

$$\Phi PC = CP \times D \times T, \quad (2.30)$$

де CP – чисельність робітників;

D – кількість робочих днів, відпрацьованих 1 роб. в середньому за рік;

T – тривалість робочого дня.

В методиці розрахунку впливу складових факторів на фонд робочого часу застосовують факторний аналіз. Для аналізу доцільно використовувати спосіб абсолютних різниць

$$\Phi PC_1 = CP_1 \times D_1 \times T_1 \quad (2.31)$$

$$\Phi PC_0 = CP_0 \times D_0 \times T_0 \quad (2.32)$$

Таблиця 2.19 – Розрахунок впливу факторів на формування фонду робочого часу

Показники впливу на формування фонду робочого часу	Розрахунок	Результат, тис.грн.
За рахунок змін чисельності: $\Delta \Phi PC_{чр} = \Delta CP \times D_0 \times T_0;$ $\Delta CP = CP_1 - CP_0$	$\Delta \Phi PC_{чр} = -104 * 295 * 8,2$	-252253,32
	$\Delta CP = 330 - 226 = -104$	
За рахунок змін числа днів, відпрацьованих одним працівником; $\Delta \Phi PC_{д} = CP_1 \times \Delta D \times T_0;$ $\Delta D = D_1 - D_0$	$\Delta \Phi PC_{д} = 226 * 15 * 8,2$	27822,6
	$\Delta D = 310 - 295 = 15$	
За рахунок змін середньої тривалості робочого дня $\Delta \Phi PC_{т} = CP_1 \times D_1 \times \Delta T;$ $\Delta T = T_1 - T_0$	$\Delta \Phi PC_{т} = 226 * 310 * 0,2$	14024,4
	$\Delta T = 8,4 - 8,2 = 0,2$	
Разом: $\Delta \Phi PC = \Phi PC_1 - \Phi PC_0 =$	$\Delta \Phi PC = 589024,8 - 799431,12$	-210406,32

Розрахунок впливу різних факторів на формування робочого часу показав зменшення останнього на 210406,32 тис.грн. за період 2021-2022 рр. За рахунок зменшення чисельності робітників на 104 особи фонд робочого часу зменшився

на 252253,32 тис.грн. Збільшення числа днів, відпрацьованих одним працівником на 15 днів, спричинило збільшення фонду робочого часу на 27822,6 тис.грн, а збільшення середньої тривалості дня на 0,2 години, збільшило фонд робочого часу на 14024,4 тис.грн. відповідно.

Наступним етапом у здійсненні аналізу трудових ресурсів є аналіз продуктивності праці. Вихідні та розрахункові дані для здійснення аналізу представлено в таблиці 2.20.

Розрахунки таблиці можна доповнити факторним аналізом продуктивності праці одного працюючого, що розраховується за наступною формулою

$$\Pi_{\text{п}} = d_{\text{р}} \times Д \times Т \times ГВ_{\text{р}} \quad (2.33)$$

де $d_{\text{р}}$ – питома вага робітників у загальній чисельності промислово-виробничого персоналу;

$Д$ – кількість відпрацьованих робітниками днів;

$Т$ – середня тривалість робочого дня;

$ГВ_{\text{р}}$ – середньогодинна продуктивність праці одного робітника, грн.

Таблиця 2.20 – Показники аналізу продуктивності праці підприємства
ПрАТ «КФ «Лагода»

Показник	Ум. позн.	Роки			Відхилення за період 2021/2020		Відхилення за період 2022/2021	
		2021 р.	2022 р.	2023 р.	± Δ	%	± Δ	%
1. Обсяг товарної продукції в порівняних цінах, тис. грн.	ТП _{пор}	224515	230197	160020	5682	2,53	-70177	-30,49
2. Середньообліковий склад ПВП, осіб	Ч _{пвп}	419	403	296	-15,96	-3,81	-107,58	-26,67
3. Середньообліковий склад робітників, осіб	Ч _р	337	330	226	-6,92	-2,05	-104,28	-31,55
4. Питома вага робітників у ПВП, %	$d_{\text{р}}$	80,46	81,93	76,47	1,47	1,82	-5,46	-6,66
5. Відпрацьовано робітником за рік, днів	Д	328	295	310	-33	-10,06	15	5,08
6. Тривалість робочого дня, год.	t	8	8,2	8,4	0,2	2,50	0,2	2,44

7. Середня продуктивність праці одного працюючого за рік, тис. грн.	П _п	535,40	570,67	540,97	35,27	6,59	-29,70	-5,20
8. Середня продуктивність праці одного робітника за рік, тис. грн	П _р	665,43	696,55	707,43	31,13	4,68	10,87	1,56
9. Середньоденна продуктивність праці одного робітника, тис. грн.	П _{рд}	218259,99	205483,28	219302,39	-12776,71	-5,85	13819,11	6,73
10. Середньогодинний виробіток одного робітника, тис. грн.	ГВ _р	0,25	0,29	0,27	0,03	13,55	-0,02	-5,65
11. Трудомісткість продукції в 1 тис. грн.	Т _м	3,94	3,47	3,68	-0,47	-11,93	0,21	5,99

Визначення зміни продуктивності праці одного працюючого протягом 2021-2022 рр. за рахунок кожного з факторів проводиться на підставі методу абсолютних різниць за формулами:

$$\Delta\Pi_{\Pi(d_p)} = \Delta d_p * D_{(21)} * T_{(21)} * ГВ_{p(21)} \quad (2.34)$$

$$\Delta\Pi_{\Pi(D)} = d_{p(22)} * \Delta D_{\square} * T_{21} * ГВ_{p(21)} \quad (2.35)$$

$$\Delta\Pi_{\Pi(T)} = d_{p(22)} * D_{(22)} * \Delta T_{\square} * ГВ_{p(21)} \quad (2.36)$$

$$\Delta\Pi_{\Pi(ГВ_p)} = d_{p(22)} * D_{(22)} * T_{(22)} * \Delta ГВ_p \quad (2.37)$$

Зміна рівня продуктивності праці одного працюючого в цілому визначається двома способами, значення яких має дорівнювати один одному:

$$\Delta\Pi_{\Pi} = \Pi_{\Pi(22)} - \Pi_{\Pi(21)} \quad (2.38)$$

$$\Delta\Pi_{\Pi} = \Delta\Pi_{\Pi(d_p)} + \Delta\Pi_{\Pi(D)} + \Delta\Pi_{\Pi(T)} + \Delta\Pi_{\Pi(ГВ_p)} \quad (2.39)$$

$$\Delta\Pi_{\Pi(d_p)} = (0,765 - 0,819) * 295 * 8,2 * 0,29 = -38,01$$

$$\Delta\Pi_{\Pi(D)} = 0,765 * (310 - 295) * 8,2 * 0,29 = 27,08$$

$$\Delta\Pi_{\Pi(T)} = 0,765 * 310 * (8,4 - 8,2) * 0,29 = 13,65$$

$$\Delta\Pi_{\Pi(ГВ_p)} = 0,765 * 310 * 8,4 * (0,27 - 0,29) = -32,42$$

$$\Delta\Pi_{\Pi} = -38,01 + 27,08 + 13,65 + (-32,42) = -29,70$$

$$\Delta\Pi_{\Pi} = 540,97 - 570,67 = -29,70$$

Факторний аналіз продуктивності праці одного працюючого протягом аналізованого періоду виявив, що за рахунок зниження питомної ваги робітників у загальній чисельності промислово-виробничого персоналу на 5,46 процентних пункти продуктивність праці знизилась на 38,01 тис.грн., під впливом підвищення кількості відпрацьованих робітниками днів на 15 – підвищилась на 27,08 тис.грн., за рахунок збільшення середньої тривалості робочого дня на 0,2 години – зросла на 13,65 тис.грн., а беручи до уваги зменшення середньогодинної продуктивності праці одного робітника на 0,02 тис.грн. – зменшилась на 29,70 тис.грн. відповідно. Найвпливовіший фактор – питома вага робітників у загальній чисельності промислово-виробничого персоналу.

2.7 Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства

Фінансові результати діяльності підприємства характеризуються приростом власного капіталу (чистих активів), основним джерелом якого є прибуток від операційної, інвестиційної, фінансової діяльності, а також внаслідок надзвичайних обставин.

Для проведення аналізу була складена таблиця, котра містить інформацію про доходи, витрати, прибутки і збитки від господарської діяльності підприємства за звітний та попередній періоди, їх абсолютну і відносну зміну (відхилення). Розрахунки представлені у таблиці 2.21.

Таблиця 2.21 – Фінансові результати підприємства ПрАТ «КФ «Лагода»

№ з\п	Показник	2020 рік		2021 рік		2022 рік	
		тис.грн.	у % до ВР	тис.грн.	у % до ВР	тис.грн.	у % до ВР
1	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	224732	100,00	231013	100,00	160242	100,00
2	Собівартість реалізованої продукції	144820	64,44	164647	71,27	130660	81,54
3	Валовий прибуток (збиток)	79912	35,56	66366	28,73	29582	18,46
4	Інші операційні доходи	82357	36,65	13893	6,01	96678	60,33
5	Адміністративні витрати	9567	4,26	9205	3,98	7424	4,63

6	Витрати на збут	115057	51,20	88587	38,35	70723	44,14
7	Інші операційні витрати	16159	7,19	112325	48,62	210889	131,61
8	Фінансові результати від операційної діяльності	21486	9,56	-129849	-56,21	-	-101,58
9	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	8613	3,83	-143565	-62,15	-	-101,75
10	Чистий прибуток (збиток)	8584	3,82	-143573	-62,15	-	-101,75

Відповідно до розрахунків підприємство у 2020 році мало прибуткову ситуацію, а в 2021-2022 рр. вже вело збиткову діяльність. Так у 2020 році прибуток склав 8584 тис.грн., відповідно у наступні два роки мав місце збиток - 143573 тис.грн. та 163040 тис.грн. Таким чином, за два останні роки на підприємстві спостерігається негативна тенденція до зростання суми збитків, які в 2022 році склали 163040 тис.грн.

Далі проводиться аналіз доходів та витрат (таблиця 2.22).

Таблиця 2.22 – Динаміка складу та структури доходів, витрат

Показник	2020 рік		2021 рік		2022 рік	
	тис.грн.	у % до виручки	тис.грн.	у % до виручки	тис.грн.	у % до виручки
Доходи						
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	224732	100,00	231013	100,00	160242	100,00
Інші операційні доходи	82357	36,65	13893	6,01	96678	60,33
Разом	307089	136,65	244906	106,01	256920	160,33
Витрати і відрахування						
Собівартість реалізованої продукції	144820	64,44	164647	71,27	130660	81,54
Адміністративні витрати	9567	4,26	9205	3,98	7424	4,63
Витрати на збут	115057	51,20	88587	38,35	70723	44,14
Інші операційні витрати	16159	7,19	112325	48,62	210889	131,61
Разом	285603	127,09	374764	162,23	419696	261,91
Фінансові результати від операційної діяльності	21486	9,56	-129849	-56,21	-162776	-101,58
Чистий прибуток (збиток)	8584	3,82	-143573	-62,15	-163040	-101,75

Згідно отриманих у таблиці 2.22 даних, можна побачити значне та досить швидке зростання інших операційних витрат в структурі виручки від реалізації протягом аналізованого періоду з 7,19% (2020 р.), 48,62% (2021 р.), до 131,61%

(2022 р.). Значну частку у виручці становить собівартість реалізованої продукції, що займала 64,44% у 2020 році, 71,27% у 2021 році та 81,54% у 2022 році. Також недалеко знаходяться й витрати на збут, які у 2020 році займали 51,20% у структурі, у 2021 році 38,35%, а в 2022 році 44,14%. В цілому по виручці з реалізованої продукції витрати у 2020-2021 рр. склали більше 100%, а саме 127,09% та 162,23% відповідно, а в 2022 році й зовсім зросли до 261,91%, що характеризує збиткове становище підприємства.

Даному підприємству необхідно терміново налагоджувати діяльність шляхом зниження собівартості продукції та оптимізування інших операційних витрат. Необхідне модернізування виробничого обладнання, оптимізація виробничого циклу в цілому та, можливо, пошук інвестицій.

Оскільки у структурі витрат промислового підприємства зазвичай переважають операційні витрати, то доцільним є аналіз структури операційних витрат підприємства (таблиця 2.23).

Таблиця 2.23 – Структура операційних витрат підприємства ПрАТ «КФ «Лагода»

Показники	2020 рік	2021 рік	2022 рік	Відхилення звітного року +/-		Звітний рік у % до:	
				баз. 2022-2020	ланцюг. 2022-2021	баз. року 2022-2020	поперед. року 2022-2021
Операційні витрати (разом), тис.грн	284930	373860	417673	132743	43813	46,59	11,72
у т.ч.							
Матеріальні затрати							
- сума, тис.грн.	119148	132789	99442	-19706	-33347	-16,54	-25,11
- питома вага, %	41,82	35,52	23,81	-18,01	-11,71	-43,06	-32,97
Витрати на оплату праці							
- сума, тис.грн.	20815	21490	18730	-2085	-2760	-10,02	-12,84
- питома вага, %	7,31	5,75	4,48	-2,82	-1,26	-38,61	-21,99
Відрахування на соціальні заходи							
- сума, тис.грн.	7679	8126	6579	-1100	-1547	-14,32	-19,04
- питома вага, %	2,70	2,17	1,58	-1,12	-0,60	-41,55	-27,53

Амортизація							
- сума, тис.грн.	30427	28436	24028	-6399	-4408	-21,03	-15,50
- питома вага, %	10,68	7,61	5,75	-4,93	-1,85	-46,13	-24,37
Інші операційні витрати							
- сума, тис.грн.	106861	183019	268894	162033	85875	151,63	46,92
- питома вага, %	37,50	48,95	64,38	26,87	15,43	71,66	31,51

Розрахунки в таблиці 2.23 показали, що операційні витрати зросли протягом 2020-2022 рр. на 132743 тис.грн., або на 46,59%. Таке зростання, в першу чергу, спричиняє підвищення суми інших операційних витрат підприємства, які зросли на 162033 тис.грн., або в 1,5 рази. Можливо, таке підвищення було спричинене зростанням сум безнадійної дебіторської заборгованості; втратами від операційної курсової різниці, так як економічне становище країни на даний час близьке до кризового; втратами від знецінення запасів тощо. Це свідчить про збитковий стан підприємства та неможливість злагоджено вести виробничу діяльність.

Результати розрахунку показників рентабельності наведено в таблиці 2.24.

Таблиця 2.24 – Показники рентабельності підприємства

Показники	Формула	Роки			Відхилення +/-	
		2020	2021	2022	2021/2020	2022/2021
Показник рентабельності власного капіталу (R _{ROE}), %	$R_{ROE} = \frac{\text{Чистий прибуток(збиток)}}{\text{Власний капітал}}$	14,90	1451,92	99,91	1437,02	-1352,01
Рентабельність виробництва продукції (P _B), %	$P_B = \frac{\text{Пскор}}{\text{ВСП} + \text{АВ} + \text{ВЗ}} \times 100\%$	-16,59	-11,97	-23,26	4,62	-11,28
Валова рентабельність реалізованої продукції (R _{GPM}), %	$R_{GPM} = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Виручка від реалізації}}$	35,56	28,73	18,46	-6,83	-10,27
Операційна рентабельність реалізованої продукції (R _{OIM}), %	$R_{OIM} = \frac{\text{Операційний прибуток}}{\text{Виручка від реалізації}}$	9,56	-56,21	-101,58	-65,77	-45,37
Чиста рентабельність реалізованої продукції (R _{NPM}), %	$R_{NPM} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Виручка від реалізації}}$	3,82	-62,15	-101,75	-65,97	-39,60

Згідно таблиці 2.24 можна побачити, що протягом досліджуваного періоду рентабельність власного капіталу значно змінювалась. Так, у 2020 році рентабельність власного капіталу мала значення – 14,90%, то у 2021-2022 рр. відповідно складала 1451% та 99,91%. Такі неадекватно великі значення мають місце тому, що власний капітал в 2021 та 2022 роках мав від’ємне значення та завдяки чистому збитку по підприємству. Це говорить про значне зниження рівня власного капіталу, а саме його відсутність, а також про зростання позикового капіталу та зниження рівня оборотності активів кондитерського підприємства.

Рентабельність виробництва протягом 2020-2022 рр. коливалася, але все одно мала від’ємне значення та за 2020-2021 рр. збільшилася на 4,62 процентних пункти, а в 2022 році зменшилася на 11,28 процентних пункти, що свідчить про зменшення обсягів виробництва у ці роки, що й видно з таблиць техніко-економічних показників підприємства. Станом на 2022 рік значення рентабельності виробництва склало -23,26%. Зменшення рентабельності виробництва продукції може відбуватися за рахунок підвищення собівартості продукції, витрат адміністративних та на збут продукції, а також за рахунок зниження прибутку від реалізації, що й видно по підприємству.

Валова рентабельність реалізованої продукції протягом 2020-2022 рр. зменшилася на 10,27 процентних пункти від 35,56% у 2020 році до 18,46% у 2022 році, що говорить про деякі проблеми з ефективністю виробничої діяльності та цінової політики. Це також підтверджує раніше зроблені висновки за попередніми підрозділами роботи. Проте позитивне наявне значення протягом свідчить про задовільний стан підприємства..

Операційна рентабельність реалізованої продукції в 2021 році зменшилась на 65,77 процентних пункти, а у 2022 році - на 45,37 процентних пункти. У 2022 р. операційна рентабельність склала -101,58%. Таке становище говорить про те, що підприємство несе збитки.

Чиста рентабельність реалізованої продукції має майже таке ж становище, що й операційна рентабельність, а саме у 2020 році вона складала 3,82%, у 2021

році – -62,15%, а у 2022 році – -101,75%. Зниження чистої рентабельності реалізованої продукції свідчить про зменшення розміру виручки та той факт, що на реалізовану продукцію припадають тільки чисті збитки.

Надалі показане визначення впливу на зміну рентабельності продажів таких чинників, як зміна цін та собівартість реалізованої продукції протягом трьох років.

Таблиця 2.25 – Вихідні дані для факторного аналізу валової рентабельності

№ з\п	Показники	Роки		Відхилення +/-
		2021	2022	
1	Ввиручка від реалізації продукції, тис.грн. (V)	231013	160242	-70771
2	Собівартість реалізованої продукції, тис.грн. (S)	164647	130660	-33987
3	Валова рентабельність реалізованої продукції, %. (R)	0,2873	0,1846	-0,1027

Формули валової рентабельності мають наступний вигляд:

$$R_{Q0} = \frac{V_0 - S_0}{V_0}; \quad R_{Q1} = \frac{V_1 - S_1}{V_1}. \quad (2.40)$$

Вплив факторів розраховується методом ланцюгових підстановок за формулами:

$$R_P = \frac{V_1 - S_0}{V_1} - \frac{V_0 - S_0}{V_0}. \quad (2.41)$$

$$R_S = \frac{V_1 - S_1}{V_1} - \frac{V_1 - S_0}{V_1}. \quad (2.42)$$

Для перевірки правильності виконаних розрахунків використовують метод балансу, за яким сума впливу двох наведених чинників відповідає загальній зміні рентабельності за період

$$\Delta R_Q = \Delta R_P + \Delta R_S. \quad (2.43)$$

$$R_{Q0} = \frac{231013 - 164647}{231013} = 0,2873$$

$$R_{Q1} = \frac{160242 - 130660}{160242} = 0,1846$$

$$R_p = \frac{160242 - 164647}{160242} - \frac{231013 - 164647}{231013} = -0,3148$$

$$R_s = \frac{160242 - 130660}{160242} - \frac{160242 - 164647}{160242} = 0,2121$$

$$\Delta R_Q = -0,3148 + 0,2121 = -0,1027$$

Виконаний факторний аналіз визначає два фактори впливу на валову рентабельність», а саме ціну та собівартість. За рахунок зменшення собівартості на 33987 тис.грн., валова рентабельність збільшилася на 0,2121 процентних пункти, а за рахунок зменшення ціни – зменшилася на 0,3148 процентних пункти. Два фактори в цілому мали такий вплив на валову рентабельність, що зменшили її рівень на 0,1027 процентних пункти.

3 РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

3.1 Дослідження трендів кондитерського ринку та планування змін в товарному асортименті підприємства

При розробці заходів, спрямованих на підвищення ефективності ПрАТ «КФ «Лагода» необхідно не тільки намагатися усунути виявлені «вузькі» місця в діяльності підприємства, а й обов'язково орієнтуватися на світові тренди.

Слід вказати, що кондитерські вироби з цукру є звичною продукцією для споживачів в усьому світі. Ринки у розвинених країнах є досить зрілими і насиченими. Як наслідок, одним із ключових драйверів розвитку і зростання продажів цієї категорії продукції є впровадження інноваційних продуктів з новими смаками, ароматами, текстурами, формами і упаковками [18].

Загалом при формуванні та реалізації конкурентної політики виробниками кондитерських виробів необхідно брати до уваги такі світові тенденції (розглянуто далі).

Рух «Tech Inspired» є однією з рушійних сил, які формуватимуть сектор у 2024 році. Його суть полягає в інтеграції передових технологій, таких як штучний інтелект, 3D-друк, що зумовлено зростаючим попитом споживачів на унікальні продукти, які відповідають стилю сучасного життя, дозволяють отримати максимум насолоди від споживання солодошів.

З даними [19], на відміну від 35% у 2018 році, у даний час 42% споживачів у всьому світі віддають перевагу онлайн-купівлям, спонукаючи кондитерські компанії, пекарні розширювати пропозицію та покращувати презентацію готових кондитерських виробів. Увага споживача акцентована на зовнішньому вигляді продукту, його оформленні. Десерти та інші кондитерські вироби повинні бути не тільки смачними, а й достойними Instagram. Особливо це стосується

покоління Z та Y. Протягом останніх років особливою популярністю серед споживачів користуються бенто-торти, Cake to go (тортик на одного в паперовому стаканчику), японські моти на основі рисового тіста, а також дзеркальні торти, покриті глянцевою глазур'ю. При цьому якість продукції залишається одним з ключових критеріїв вибору кондитерського виробу сучасними споживачами.

Результати досліджень в рамках «Taste Tomorrow» свідчать, що біля 73% сучасних споживачів віддають перевагу класичним видам десертів, які вони знають і котрим довіряють [19]. Доводять цей факт й результати дослідження національного ринку кондитерських виробів, в рамках якого зазначається, що у 2023 році спостерігається тенденція повернення до класичних ласощів, але з новими елементами, що стала відома як «ностальгія» [20]. Це заохочує людей до звернення до традиційних смаків. Проте, важливо не змінювати класичні рецепти занадто сильно, а лише додавати до них нові інгредієнти, щоб продукт не втратив свого традиційного смаку та запаху.

З іншого боку, сучасні споживачі, зокрема молодше покоління, бажають новизни та оригінальності. Постійне розширення асортименту та наявність новинок заохочує споживачів купувати продукт знову і знову. Споживачі шукають інновації у вже знайомих продуктах, як наприклад – круасани із новими наповнювачами, у незвичній подачі. Так, сьогодні споживач може знайти круасани з вишневим, полуничним, абрикосовим джемами, з ванільною або шоколадною начинками. Також розширюється пропозиція овочевих начинок. Наступна вимога, яку покупці пред'являють ринку – наявність великого вибору продукції як на ринку загалом, так і у окремих брендів.

Ще одним важливим світовим трендом, що впливає на всю кондитерську галузь і на виробу з цукру зокрема, є тренд до здорового способу життя, що є найбільш сильним у розвинених країнах з високим рівнем доходів. Цей тренд стримує зростання кондитерської продукції з цукру в розвинених країнах і переміщує фокус на країни, що розвиваються, насамперед, Азіатсько-Тихоокеанського регіону і Близького Сходу.

Сучасні виробники вдаються до таких дій [18]:

1. Обмежують вміст доданого білого цукру або замінюють його на інші підсолоджувачі (наприклад, мед);
2. Обмежують вміст домішок (штучних фарбників, ароматизаторів, консервантів) або використовують натуральні замінники;
3. Додають корисні інгредієнти – вітаміни, мікроелементи, клітковину тощо.

Так звані «функціональні» кондитерські вироби позиціонуються не просто як смачний і солодкий продукт, а і засіб покращення самопочуття людини, що дозволяє, наприклад, додати енергії, підвищити увагу і працездатність, підвищити імунітет, заспокоїти і знизити рівень стресу. Вони містять відповідні інгредієнти – кофеїн, вітаміни В і С, фолієву кислоту тощо. Так, сьогодні спостерігається протеїновий бум – експерти відзначають, що енергетичні батончики і батончики з великим вмістом рослинної сировини стають все більш популярними у світі [21].

Розвивається також тенденція «чистої етикетки», яка активно конкурує на ринку поряд з іншими трендами. Обсяг ринку кондитерських виробів з «чистою етикеткою» в Європі щорічно зростає. Раніше термін «чиста етикетка» передбачав лише те, що продукт виготовлений без хімічно модифікованих інгредієнтів, проте на теперішній час цей тренд все частіше передбачає, що у виробі відсутні алергени, тобто мова йде про рослинні інгредієнти.

Так, перехід на веганство є важливим та актуальним питанням, що стає все більш популярним у світі. За даними Fortune Business Insights, світовий ринок веганських продуктів очікує зростання на 12,95% протягом наступних років [20]. Це свідчить про те, що веганство стає тенденцією в споживчій поведінці, а також змінює підхід до харчування та випічки. Веганські кондитерські вироби, випічка стають все більш популярною та зручною для споживачів.

Як засвідчують результати дослідження компанії Lesaffre UK, до недавнього часу ринок виробів з «чистою етикеткою» був більш елітарним [22].

Зараз даний діапазон розширюється в напрямку доступності цих продуктів споживачам з будь-яким бюджетом, оскільки застосування ферментів, які розроблюються для заміни емульгаторів, забезпечує зниження собівартості. Таким чином, можна виробляти кондитерську продукцію, зокрема борошняну, з «чистою етикеткою» за доступною ціною. Також ці ферменти дозволять компанії скоротити можливі відходи виробництва.

Сьогодні також слід враховувати походження товару. Останнім часом зростає попит на національну та регіональну продукцію, споживача цікавить країна-походження сировини чи країна-виробник готового товару. Сучасний споживач все частіше обирає продукцію українських виробників. Її популярність обумовлена такими чинниками [23]:

- ціна - українська продукція в ціновому діапазоні більш доступніша, ніж імпортна;

- якість – вітчизняні компанії пропонують широкий асортимент продукції хорошої якості;

- популярність тренду «Made in Ukraine» – починаючи з 2013 року українці намагаються підтримувати вітчизняні кондитерські компанії.

В таблиці 3.1 наведено дані про обсяги реалізації кондитерських виробів в Україні.

Таблиця 3.1 – Основні види кондитерського виробництва в Україні за обсягами реалізованої продукції

Обсяг реалізованої продукції, млн. грн без ПДВ	2019	2020	2021	Абсол. відх.	Темп зростання, %
Виробництво хліба та хлібобулочних виробів	20898,1	22640,1	24697,2	3799,1	18,2
Виробництво сухарів і сухого печива	15363,1	16519,1	17786,2	2423,1	15,8
Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів	22472	25303	26688	4216	18,8
Разом	58733,2	64462,2	69171,4	10438,2	17,8

При цьому враховано, що продукцію кондитерської галузі країни поділяють за основними видами на три групи [24]:

1. Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання.
2. Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання.
3. Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів.

Як видно, з таблиці 3.1, протягом останніх років в Україні можна спостерігати збільшення обсягів виробництва основних видів продукції кондитерської галузі. За три роки обсяги випуску зросли на 10438,2 млн. грн., темп зростання становив 17,8%. При цьому виробництво борошняних кондитерських виробів збільшилось на 2423,1 млн. грн або 15,8%. В той же час найвищі темпи зростання продемонструвала група шоколадних та цукрових кондитерських виробів – 4216 млн. грн або 18,8%.

Слід відзначити, що також існують й інші класифікації. Класифікувати виробництво кондитерських товарів можна також шляхом поділу за трьома категоріями (рисунок 3.1) [25]:

- вироби з борошна (вафлі, печиво, крекертта ін.);
- шоколадні товари (шоколадні цукерки, шоколад та ін.);
- цукрові вироби (мармелад, зефір, карамель та ін.).

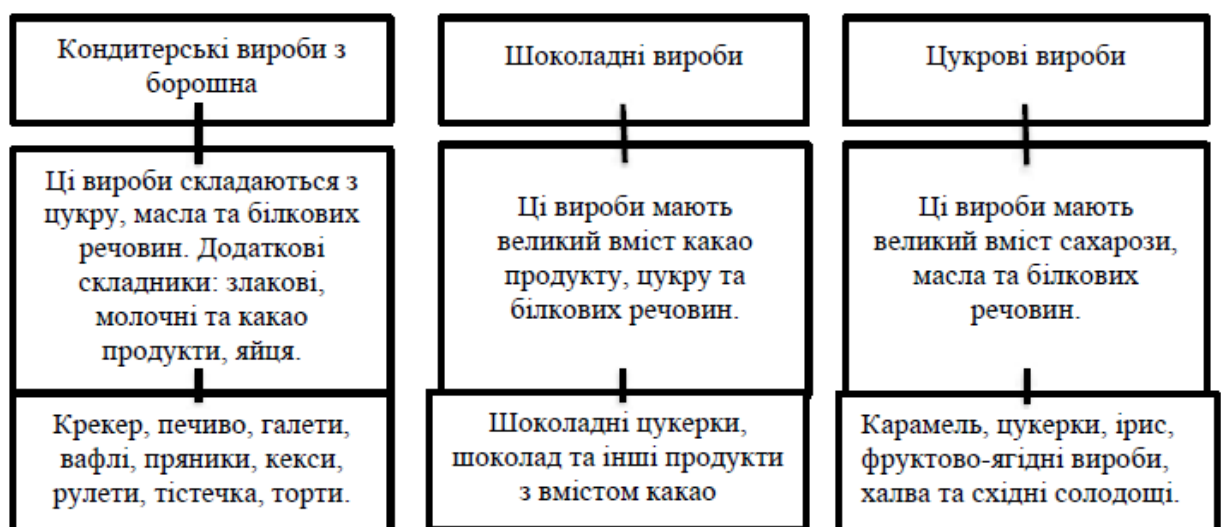


Рисунок 3.1 – Класифікація кондитерських виробів за категоріями

Отже, виходячи з результатів досліджень можна зробити такі висновки:

1. Сучасні тенденції вказують на те, що незважаючи на активне впровадження новинок на ринку кондитерських виробів, в своїй більшості споживачі віддають перевагу класичним видам виробів, які вони знають з дитинства і котрим довіряють.

2. Щонайменш впродовж останніх десяти років зростає популярність тренду «Made in Ukraine».

3. Ринок борошняних кондитерських виробів зростає, проте випереджаючі темпи зростання демонструє ринок цукрових виробів, зокрема фруктових-ягідних (мармелад, зефір, пастила тощо). Причиною такої популярності може бути той факт, що дана група кондитерських виробів передусім асоціюється у сучасного споживача зі здоровим харчуванням, продукцією, яка може містити мінімальну кількість цукру або в якій замість цукру використано його рослинні замінники.

Зроблені висновки дають обґрунтовані підстави сформулювати рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності досліджуваного підприємства ПрАТ «КФ «Лагода» в напрямі впровадження змін в його асортиментній політиці.

В роботі пропонується реалізувати зміни в асортименті шляхом створення та виведення на ринок нового виду продукції – дитячого зефіру.

Слід вказати, що новий товар – це товар, що надійшов на ринок і відрізняється від існуючих аналогів зміною споживчих та/або технічних властивостей [26]. За певними оцінками тільки 10% товарів, що з'являються на ринку, можуть бути віднесені до так званих світових новинок, 20% – товари, нові для фірми; 26% – розширення наявної гама продуктів, 26% оновлені продукти, 7% – зміна позиціонування продукту та 11% – це виробнича інновація [27].

Отже, новий продукт можна віднести до групи «Нові для фірми», оскільки пастило-желейна продукція не була наявна в асортименті підприємства.

3.2 Обґрунтування доцільності розширення асортименту продукції

Опис нового продукту – дитячого зефіру та умови його виведення на ринок міститься в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Характеристики нового продукту

Ознака	Характеристика
Склад	ячні білки, цукрова пудра, цукор, пюре яблучне, агар-агар, патока, кислота молочна, барвник натуральний, есенція
Запах і смак	відрізнятимуться залежно від кольору барвника та есенції (персик, полуниця)
Якість	висока (пропонується використовувати натуральні, безпечні й якісні інгредієнти для виготовлення)
Дизайн	круглі або продовгуваті фігури з рифленою поверхнею, склеєні з двох половинок. Поверхня присипана цукровою пудрою
Пакування продукції	коробка декорована з кількістю продукції – 10 шт. (350 г)
Вага 1 шт.	35 г
Цільові споживачі	діти від трьох років
Потенційні покупці	молоді та середнього віку батьки, які мають дітей та піклуються про їх здоров'я, ретельно обирають продукцію читаючи тематичні статті та огляди перевірок, проведених експертами кондитерської продукції
Очікуваний попит в 2024 р.	400 тис. шт.
Очікуване зростання попиту	10% в 2025-2026рр.

Для випуску зефіру необхідно придбати та здійснити монтаж лінії для виробництва зефіру, яка містить: міксер для збивання; варильний котел; зефіровідсажувальну машину поршневу для виробництва одноколірного зефіру; лінію для декорування; пакувальне обладнання.

Потужність лінії – 120 кг/год. При розрахунку продуктивності лінії з виробництва останнього необхідно врахувати оздоблення цукровою пудрою зефіру, що додає ще 3 кг до основної ваги готового продукту. Отже, за 1 год. можна виготовляти 123 кг готового зефіру.

Роботу цеху планується проводити в одну зміну. Оскільки барвники та есенції вводять на останніх етапах технологічного процесу, то витрати часу на переналагодження та чистку обладнання будуть мінімальними.

Річна технологічна (максимально можлива) продуктивність виробничого обладнання за рік (250 робочих днів) складає $P_{\max} = 861 * 250 = 215,25$ т/рік.

Експлуатаційна продуктивність відрізнятиметься від технологічної необхідністю технічного обслуговування машини (регулювання, переналагоджування, очищення робочих органів тощо), відновлення роботи після перерви тощо в умовах конкретного виробництва. Ці фактори дозволяє врахувати коефіцієнт загального використання обладнання. В середньому його значення може бути прийнято в діапазоні 0,8-0,85. Отже, дійсна продуктивність обладнання становить в середньому 176,5 т/рік.

Враховуючи дані щодо очікуваного річного попиту в 2024 році на рівні 400 тис. шт. або 140 т зефіру ($400000 * 0,35 / 1000$), в першому році обладнання буде завантажено в середньому на 79,3%, в другому – на 87,2%, в третьому – на 96%.

Далі необхідно провести розрахунок витрат на виготовлення продукту та виведення його на ринок. Розрахунок витрат на сировину представлений в таблицях 3.3-3.4.

Потреба у тарі та пакувальних матеріалах визначається у відповідності з діючими нормами витрат пакувальних матеріалів для кожного виду продукції. До допоміжних матеріалів в кондитерському виробництві відносять пакувальні матеріали, які йдуть на пакування кондитерських виробів.

Таблиця 3.3 – Витрати сировини для виготовлення зефіру

	Зефір «Полуничний» («Персиковий»)			За рік, т
	Витрати на 1 т, кг	За зміну, кг	За добу, кг	
Цукор білий	672,6	620,47	620,47	155,1
Цукрова пудра	29,9	27,58	27,58	6,9
Патока	139,2	128,41	128,41	32,1
Пюре яблучне	390	359,78	359,78	90,0
Білок яєчний	65	59,96	59,96	15,0
Агар	8,6	7,93	7,93	2,0
Кислота молочна	6,8	6,27	6,27	1,6
Есенція полунична	0,6	0,59	0,59	0,15
Барвник рожевий	0,4	0,39	0,39	0,1
Есенція персикова	0,6	0,59	0,59	0,14
Барвник жовтий	0,4	0,39	0,39	0,10

Таблиця 3.4 – Розрахунок вартості основної та допоміжної сировини для виробництва зефіру в 2024 р.

Сировина	Витрати сировини, т	Ціна, грн./кг	Витрати сировини, тис. грн.	Сировина
Цукор білий	155,1	28	4342,8	Основна
Цукрова пудра	6,9	35	241,5	Основна
Патока	32,1	10	321	Основна
Пюре яблучне	90	21	1890	Основна
Білок яєчний	15	54	810	Основна
Агар	2	720	1440	Допоміжна
Кислота молочна	1,6	690	1104	Допоміжна
Есенція полунична	0,15	1000	150	Допоміжна
Барвник рожевий	0,1	320	32	Допоміжна
Разом	302,95		10331,3	

Обсяг виробництва двох видів продукції становитиме за добу $861/0,35 = 2460$ шт. коробок, а за рік – 615 тис. шт. коробок.

В таблиці 3.5 здійснено розрахунок витрат пакувальних матеріалів та етикеток.

Таблиця 3.5 – Витрати етикеток та допоміжних матеріалів

Назва пакувального матеріалу	Витрати за добу, кг	Витрати за рік, т
Парафінірований папір	9,23	2,31
Гумірована стрічка	0,74	0,19
Підпергамент, пергамент	6,09	1,52
Художні коробки	2460 шт.	615 тис. шт.
Етикетки	2460 шт.	615 тис. шт.

Слід зазначити, що для виробництва нового виду продукції підприємству необхідно наймати контролера (для управління роботою обладнання технологічної лінії) та двох пакувальників. Потреба у харчових технологах, спеціалістах з маркетингу відсутня, оскільки на підприємстві працюють фахівці високої кваліфікації з достатнім досвідом роботи.

У таблиці 3.6 наведено витрати на персонал для реалізації проекту випуску нової продукції.

Таблиця 3.6 – Кошторис витрат на персонал

Стаття витрат	Сума за рік, тис. грн.
Витрати на оплату праці контролера	144,0
Нарахування на заробітну плату контролера	30,24
Витрати на оплату праці пакувальників (2 ос.)	204,0
Нарахування на заробітну плату пакувальників	40,8
Разом	419,04

Планова калькуляція на виробництво 1 кг зефіру наведена у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7 – Планова калькуляція на виробництво 1 кг дитячого зефіру

Статті калькуляції	Планова собівартість 1 кг, грн.
Сировина й матеріали	52,2
Зворотні відходи (віднімаються)	-
Закупівельні вироби, напівфабрикати, послуги інших підприємств	-
Паливо й енергія на технологічні цілі	9,5
Основна зарплата	2,31
Додаткова зарплата	2,15
Відрахування на соціальні заходи	1,46
Загальновиробничі витрати	
Втрати від браку	-
Інші виробничі витрати	9
Разом виробнича собівартість	76,62
Позавиробничі витрати (в т.ч. на пакування, збут, рекламу тощо)	20,7
Повна собівартість товарної (реалізованої) продукції	97,32

Обсяги нової продукції визначають кількісну оцінку ефективності запропонованого нововведення. Збільшення обсягу реалізації продукції може бути досягнуто за рахунок розширення сегменту ринку за рахунок виводу на ринок нової продукції. При цьому підприємство має позиціонувати свою продукцію шляхом вибору правильної комбінації між ціною та якістю.

Отже, виведення нового товару потребує розроблення комплексу маркетингу для товару. У стратегії ціноутворення у відношенні «якість-ціна» підприємство ПрАТ «КФ «Лагода» для нового продукту доцільно обрати стратегію «глибокого проникнення на ринок» (таблиця 3.8).

Таблиця 3.8 – Матриця цінових стратегій, побудована в залежності від співвідношення «ціна-якість»

Якість товару	Ціна товару		
	Висока	Середня	Низька
Висока	Стратегія преміальних націнок	Стратегія глибокого проникнення на ринок	Стратегія підвищеної ціннісної значимості
Середня	Стратегія завищеної ціни	Стратегія середнього рівня цін	Стратегія доброякісності
Низька висока	Стратегія пограбування	Стратегія показного блиску	Стратегія низької ціннісної значимості

Стратегія глибокого проникнення характеризується пропозицією товарів високої якості за середньою ціною. може Якість продукції ПрАТ «КФ «Лагода» підтверджена стандартами якості. Сьогодні за середню ціну подібної продукції на ринку може бути прийнята ціна на рівні 130 грн./кг.

Отже, сума операційного прибутку становитиме не менше, ніж 32 грн./кг або 32 тис. грн./т, а за 2024 рік при планових обсягах продажів 140 т зефіру – 4480 тис. грн.

Уточнюючі розрахунки зміни економічних показників діяльності досліджуваного підприємства внаслідок реалізації проєкту випуску та виведення на ринок нового виду продукції – зефіру дитячого представлено в таблиці 3.9.

Отримані результати свідчать, що виробництво та реалізація нового виду продукції збільшить дохід від продажів на 10,9%, валовий прибуток зросте на 24%, підприємство забезпечить перехід із зони збиткової діяльності в зону отримання операційного прибутку. Так, сума останнього планується на рівні 5045,8 тис. грн. Відповідною буде зміна рентабельності продажів: її рівень в 2024 році може досягнути 2,72%.

Далі необхідно визначити показники ефективності інвестиційного проєкту придбання та монтажу технологічної лінії для виробництва зефіру. Оцінку сукупних витрат приведено в таблиці 3.10.

Таблиця 3.9 – Зміна фінансово-економічних показників діяльності ПрАТ «КФ «Лагода» після впровадження змін в асортименті продукції

Показник	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Абс. приріст	Темп приросту, %
	до впровадження заходів	до впровадження заходів	після впровадження заходів		
1. Виручка від реалізації	160242	167388	185588	18200	10,9
2. Собівартість реалізованої продукції	130660	112559	117134,2	4575,2	4,1
3. Валовий прибуток	29582	54829	68453,8	13624,8	24,8
4. Адміністративні витрати	7424	18585	18585	0	0,0
5. Витрати на збут	70723	38886	40830	1944	5,0
6. Інші операційні витрати	210889	56827	56827	0	0,0
7. Інші операційні доходи	96678	52834	52834	0	0,0
8. Фінансовий результат від операційної діяльності	-162776	-6635	5045,8	11680,8	-176,0
9. Рентабельність продажів за операційним прибутком, %	-101,58	-3,96	2,72	6,68266	-168,6

Таблиця 3.10 – Склад сукупних інвестиційних витрат

Стаття витрат	Сума, тис. грн.
Аналіз ринку обладнання для виробництва зефіру	30
Переговори із постачальником	20
Витрати на укладання контракту	10
Вартість обладнання	1800
Митні платежі	300
Витрати на доставку	75
Витрати на монтаж	50
Всього	2285

За умови проведених раніше розрахунків та високої достовірності отриманих результатів можна передбачити, що вкладення коштів в придбання технологічної лінії з виробництва зефіру в сумі 1,8 млн. грн. є економічним вигідним. Прогнозована сума операційного прибутку в першому році реалізації проєкту становить 5045,8 тис. грн., отже за умови вирахування податку на прибуток за ставкою 18% та додавання суми амортизації (за прямолінійним

методом за умови строку корисної експлуатації обладнання 10 років, нульовій залишковій вартості, амортизаційні відрахування складатимуть 10% на рік, щорічне нарахування становитиме 180 тис. грн.), сума номінального грошового потоку становить не менше 3812,4 тис. грн. ($5045 \cdot (1 - 0,18) + 180$), а дисконтованого за ставкою 23% - 3099,5 тис. грн ($3812,4 / (1 + 0,23)$). Отже, проєкт окупиться за перший рік, а саме за 6 місяців, сума чистого приведенного доходу становитиме в 2024 р. - 18,5 тис. грн.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі бакалавра поставлено та вирішено актуальне завдання – дослідити теоретичні та методичні основи управління товарним асортиментом та розробити заходи щодо підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок його перегляду.

Асортимент відіграє ключову роль у стратегії розвитку бізнесу. Правильно визначений асортимент сприятиме збільшенню продажів, покращенню задоволеності клієнтів та конкурентоспроможності підприємства.

Асортиментна політика передусім передбачає формування оптимальної структури товарів, які б могли найкращим чином реалізувати стратегічні та тактичні цілі підприємства. Як правило, цілі асортиментної політики передбачають виведення на ринок як можна більшої кількості асортиментних позицій продукції. Проте досвід функціонування сучасних промислових підприємств доводить, що виробники орієнтуються на випуск окремих видів товарів, що дає їм можливість поліпшувати якість, удосконалювати технологію виробництва, значно скорочувати термін освоєння та серійного випуску більш конкурентоспроможних нових товарів, що неодмінно призводить до звуження асортименту товарів. Упорядкування асортиментного ряду шляхом його скорочення цілком збігається зі світовими тенденціями.

Формування асортиментної політики актуалізується під час розробки виробничої та збутової політики. Фактично завдання асортиментної політики визначають в процесі планування параметрів збуту на підприємстві, а їх виконання доводиться до фахівців, які беруть участь у плануванні та реалізації виробничих (технологічних) процесів.

Згідно розрахованих техніко-економічних показників та темпів падіння обсягів виробництва та реалізації, на підприємстві ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода» протягом 2020-2022 років спостерігається негативна тенденція

зниження активності діяльності. Структурні зміни у виробництві продукції мали негативні наслідки у звітному періоді, що знизило обсяги виробництва.

Основні засоби оновлювалися недостатніми темпами, тому в цілому їх стан не є задовільним. Вартість основних фондів, яка припадає на одиницю вартості виготовленої продукції, зросла, що відображається негативно на собівартості та відповідно на ціні та прибутку. Фондорентабельність та фондоддача знизилися, перший показник знижувався більш відчутно порівняно з другим.

Підприємство забезпечене матеріальними ресурсами, але може мати труднощі із реалізацією продукції. Негативно оцінюється подовження тривалості виробничого циклу, яка в 2022 році зросла на 16 днів порівняно з попереднім періодом. Спостерігається підвищення матеріалоемності за рахунок зростання суми матеріальних витрат. Прибуток на 1 грн. матеріальних витрат знижався та в 2022 році мав від'ємне значення, тобто кожна вкладена гривня витрат на матеріали приносить збиток.

Чисельність персоналу також скоротилася. Коефіцієнт загального обороту чисельності робітників протягом трьох років склав 86%, що є доволі високим. Таким чином, спостерігається нестабільність у чисельності робітників, що може позначатися на якості організації діяльності підприємства. Робочий час робітників в цілому збільшився, продуктивність працюючого також мала зростання.

Аналіз фінансових результатів підприємства ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода» свідчить, що прибуткове становище в 2020 році змінилося на збиткове у наступних роках, і також має негативну тенденцію до зростання збитків надалі. Протягом аналізованого періоду спостерігалось швидке зростання операційних витрат, собівартості продукції у виручці тощо. Зроблені висновки підтверджують збитковий стан підприємства та неможливість злагоджено вести виробничу діяльність.

Динаміка показників рентабельності відбиває динаміку показників прибутку: валового, операційного, чистого. Так, рентабельність продукції та продажів знизилася, фактично мова йде про збитковість діяльності.

Отже, збитковість підприємства підкріплюється кожним наступним висновком під час проведення аналізу. Загалом ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода» при детальному розгляданні має кризовий стан.

При розробці заходів, спрямованих на підвищення ефективності діяльності ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода», запропоновано не тільки намагатися усунути виявлені «вузькі» місця в діяльності підприємства, а й орієнтуватися на світові тренди. Зокрема, рекомендовано реалізувати зміни в асортименті шляхом випуску та виведення на ринок нового виду продукції – дитячого зефіру.

В роботі використано елементи маркетингового аналізу для обґрунтування вибору стратегії ціноутворення, здійснено поелементний розрахунок витрат на виробництво і реалізацію 1 т зефіру на ринку, складено калькуляцію витрат, визначено показники ефективності інвестиційного проекту придбання та монтажу технологічної лінії для виробництва зефіру.

Розрахунки показали, що при планових обсягах продажів 140 т зефіру в 2024 р. підприємство забезпечить перехід із зони збиткової діяльності в зону отримання операційного прибутку. Так, сума останнього планується на рівні 5045,8 тис. грн. Відповідною буде зміна рентабельності продажів - її плановий рівень в 2024 році становитиме 2,7%.

Витрати за інвестиційним проектом придбання та монтажу технологічної лінії для виробництва зефіру будуть відшкодовані за 6 місяців, а сума чистого приведенного доходу становитиме 18,5 тис. грн.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Асортимент: Ключ до успіху у світі товарів. URL : <https://web-shturman.com.ua/asortyment-klyuch-do-uspihu-u-sviti-tovariv/> (дата звернення 04.05.2024).
2. Кузьменко А.В., Киченко А.Р. Удосконалення асортиментної політики підприємства (на прикладі ТОВ «Дифлон»). *Інфраструктура ринку*. 2018. (20). С. 85-89. URL : http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/20_2018_ukr/16.pdf (дата звернення 05.05.2024).
3. Балагула Д.П., Райко Д.В. Генезис поняття асортиментної політики. IX Міжнародна науково-практична студентська конференція магістрантів. Секція 17. С. 122-123. URL : <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/24934693-18a5-4b2a-97cc-9602a1b4af05/content> (дата звернення 08.05.2024).
4. Єфімова Є.О. Актуальність асортиментної політики у сучасному управлінні підприємством роздрібною торгівлі. *Міжнародний електронний науковий журнал «Траєкторії науки»*. 2017. 7 (12). С. 11-14.
5. Апопій В. В. Комерційна діяльність. Київ: Знання. 2008. С. 558
6. Репіч Т. А. АВС-аналіз як інструмент упорядкування асортименту. *Наукові праці НУХТ*. 2005 (17). С. 292-294.
7. Специфікація: що це таке і коли вона потрібна? URL : <https://thedoc.com.ua/blog/business/20> (дата звернення 09.05.2024).
8. А.О. Касич, К.О. Марченко. Асортиментна політика підприємства: мета, завдання, моделі. *Ефективна економіка*. URL : <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9837/1/%d0%9a%d0%b0%d1%81%d0%b8%d1%87%d0%95%d0%956.pdf> (дата звернення 10.05.2024).
9. Мокляк М.В., Сафонов М.С., Максименко Є.М. Аналіз методів формування асортиментної політики торговельного підприємства.

Інфраструктура ринку. 2019. (27). С.204-210. URL : http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/27_2019_ukr/33.pdf (дата звернення 10.05.2024).

10. Антонченко М.Ю. Особливості формування товарного асортименту підприємства. Збірник «Вчені записки». 2004. (6). С. 42-46.

11. Кардац В.Я., Павленко І.А., Шафалюк О.К. Товарна інноваційна політика. Київ. 2002. 266 с.

12. Крамарчук, С., Крисько, Ж. Аспекти управління асортиментною політикою підприємства на сучасному етапі. *Цифрова економіка та економічна безпека*, 2022. (2 (02), С. 191-195. URL : <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/92> (дата звернення 13.05.2024).

13. Камлук Л.В. Особливості товарної політики підприємства – суб'єкта міжнародної економічної діяльності. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. 2020. (88). С.280. URL : http://vtei.edu.ua/doc/2020/23042020konf/8_88.pdf (дата звернення 13.05.2024).

14. Троян А. В. Особливості асортиментної політики підприємства в сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*. 2014. (1). URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2708> (дата звернення 15.05.2024).

15. Кузнецов П. В. Маркетингове управління асортиментом продукції підприємства в умовах інформаційної економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. (49). С. 198-204.

16. Офіційний сайт ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода». URL : <https://lagoda.com.ua/>. (дата звернення 17.05.2024).

17. Петренко С.А. Порівняльний аналіз організаційних структур підприємства. Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. 2010. 1 (3). Т. 2. С. 245-252. URL : <https://econforum.duan.edu.ua/images/PDF/2010/2/33.pdf> (дата звернення 17.05.2024).

18. Тренди світового ринку кондитерських виробів з цукру. URL : <https://export.gov.ua/industry/review/25> (дата звернення 28.05.2024).

19. Ринок кондитерських виробів: світові тренди 2024 року. URL : <https://harch.tech/2024/02/28/rynok-kondyterskyh-verobiv-svitovi-trendy-2024/>

(дата звернення 31.05.2024).

20. Тренди 2023 у кондитерській індустрії. URL : <https://cacaomill.com.ua/blog/trendi-2023-u-konditerskij-industriji> (дата звернення

31.05.2024).

21. Ю. В. Чорток, Л. Л. Гриценко, Р. М. Нечипоренко, І. В. Федоришин, Л. І. Скороходова. Формування конкурентних переваг підприємства кондитерської галузі. *Механізм регулювання економіки*, 2018. (4). С. 68-79. URL : <https://doi.org/10.21272/mer.2018.82.06> (дата звернення 03.06.2024).

22. Шеремет О.О., Страшинська Л.В. Сучасні світові тренди на ринку хлібобулочних та кондитерських виробів. URL : <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d04c230d-0bda-4783-b43f-c498ae8f1dbb/content> (дата звернення 04.06.2024).

23. Рябий В. Тренди кондитерського ринку України. URL : https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/37179/2/MTEMSTE_2021_Rabyi_V-Trends_of_the_confectionery_14-15.pdf (дата звернення 09.06.2024).

24. Klasyfikator vydiv ekonomichnoi diialnosti [Classifier of types of economic activity]. evrovektor.com. [in Ukrainian] URL : <https://evrovektor.com/kved/2010/> (дата звернення 04.06.2024).

25. Сорокіна А.М. Аналіз сучасного стану підприємств кондитерської галузі України та шляхи підвищення економічної ефективності виробництва з запровадженням інновацій. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2023. 4 (87). С. 429-436.

26. Кубишина Н.С., Стасевич А.П. Розроблення моделі виведення нового товару ТМ «Молокія казкова» на ринок. URL : https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22364/1/EV2017_329-336.pdf (дата звернення 11.06.2024).

27. Москаленко В.А. Особливості організації маркетингу в наукоємних галузях. *Вісник Мукачевського державного університету*. 2017. 13. С. 615-619.

URL : https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/103.pdf (дата звернення 16.06.2024).

ДОДАТОК А

Річна фінансова звітність за 2021 рік

		Дата(рік, місяць, число)	КОДИ 2021 01 01
Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА "ЛАГОДА"	за ЄДРПОУ	32967502
Територія		за КОАТУУ	3222210100
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання	за КВЕД	10.72
Середня кількість працівників	486		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Адреса	Став'янка,99, м.Кагарлик, Кагарлицький, Київська область, 09200, Україна, 044		

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2021 р.

Актив	Код рядк а	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	412	368	0
первісна вартість	1001	2760	2581	0
накопичена амортизація	1002	2348	2213	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	116	0	0
Основні засоби:	1010	111440	114246	0
первісна вартість	1011	350458	374725	0
знос	1012	239018	260479	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0

Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	5703	5703	0
інші фінансові інвестиції	1035	14	14	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	10438	10438	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
Усього за розділом I	1095	128123	130769	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	22688	22446	0
Виробничі запаси	1101	14316	14900	0
Незавершене виробництво	1102	11	1	0
Готова продукція	1103	8333	7426	0
Товари	1104	28	119	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	84	84	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	39815	44486	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	1692	1258	0
з бюджетом	1135	2593	830	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	79	52	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	11086	4674	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	1227	227	0
Готівка	1166	42	24	0
Рахунки в банках	1167	1185	202	0
Витрати майбутніх періодів	1170	624	634	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в:				
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	505	247	0
Усього за розділом II	1195	80314	74886	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	208437	205655	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	21074	21074	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	38170	38170	0
Додатковий капітал	1410	1805	1805	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	5016	5016	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-4167	-147740	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	61898	-81675	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	101386	189499	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	101386	189499	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	8540	2767	0

Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	33624	91857	0
за розрахунками з бюджетом	1620	1096	841	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	18	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	407	606	0
за розрахунками з оплати праці	1630	877	1269	0
за одержаними авансами	1635	164	87	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	445	404	0
Усього за розділом III	1695	45153	97831	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	208437	205655	0

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2021 рік**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	231013	224732
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2015	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(164647)	(144820)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	66366	79912
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0

Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	13893	82357
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2130	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(9205)	(9567)
Витрати на збут	2150	(88587)	(115057)
Інші операційні витрати	2180	(112325)	(16159)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	0	21486
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(129849)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	7	34
Інші доходи	2240	308	52
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(14016)	(12948)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(15)	(11)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	8613
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(143565)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-8	-29
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	8584
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(143573)	(0)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0

Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-143573	8484

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	132789	119148
Витрати на оплату праці	2505	21490	20815
Відрахування на соціальні заходи	2510	8126	7679
Амортизація	2515	28436	30427
Інші операційні витрати	2520	183019	106861
Разом	2550	373860	284930

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	2107423800	2107423800
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-0.06813	0.00407
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Річна фінансова звітність за 2022 рік

		Дата(рік, місяць, число)	КОДИ 2022 01 01
Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА "ЛАГОДА"	за ЄДРПОУ	32967502
Територія		за КОАТУУ	3222210100
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання	за КВЕД	10.72
Середня кількість працівників	348		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Адреса	Став'янка,99, м.Кагарлик, Кагарлицький, Київська область, 09200, Україна, 044		

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2022 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	368	330	0
первісна вартість	1001	2581	2581	0
накопичена амортизація	1002	2213	2251	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0
Основні засоби:	1010	114246	90266	0
первісна вартість	1011	374725	368844	0
знос	1012	260479	278578	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0

Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	5703	5703	0
інші фінансові інвестиції	1035	14	599739	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	10438	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
Усього за розділом I	1095	130769	696038	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	22446	20988	0
Виробничі запаси	1101	14900	13656	0
Незавершене виробництво	1102	1	9	0
Готова продукція	1103	7426	7239	0
Товари	1104	119	84	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	84	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	44486	52209	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	1258	981	0
з бюджетом	1135	830	1383	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	52	53	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4674	37164	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	227	957	0
Готівка	1166	24	16	0
Рахунки в банках	1167	202	941	0
Витрати майбутніх періодів	1170	634	598	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в:				
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	247	17	0
Усього за розділом II	1195	74886	114297	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	205655	810335	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	21074	21074	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	38170	38170	0
Додатковий капітал	1410	1805	1805	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	5016	5016	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-147740	-310780	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	-81675	-244715	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	189499	288428	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	30	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	189499	288458	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	2767	2384	0

Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	91857	98426	0
за розрахунками з бюджетом	1620	841	644	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	606	511	0
за розрахунками з оплати праці	1630	1269	1063	0
за одержаними авансами	1635	87	89	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	725	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	404	662750	0
Усього за розділом III	1695	97831	766592	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	205655	810335	0

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2022 рік**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	160242	231013
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(130660)	(164647)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	29582	66366
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0

Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	96678	13893
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2130	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(7424)	(9205)
Витрати на збут	2150	(70723)	(88578)
Інші операційні витрати	2180	(210889)	(112325)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(162776)	(129849)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	1	7
Інші доходи	2240	1767	308
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(1550)	(14016)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(482)	(15)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(163040)	(143565)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0	-8
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	0
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(163040)	(143573)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-163040	-143573
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Матеріальні затрати	2500	99442	132789
Витрати на оплату праці	2505	18730	21490
Відрахування на соціальні заходи	2510	6579	8126
Амортизація	2515	24028	28436
Інші операційні витрати	2520	268894	183019
Разом	2550	417673	373860
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Середньорічна кількість простих акцій	2600	2107423800	2107423800
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-0.07736	-0.06813
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

