МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра маркетингу

«До захисту в ЕК»	**«До захисту допущено»**
Директор інституту	Завідувач кафедри
_____ Олег ШЕРЕМЕТ	_____ Ольга ПЄТУХОВА
(підпис) (ім'я та прізвище)	(підпис) (ім'я та прізвище)
« 03 » лютого 2025 р.	« 03 » лютого 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності 075 «Маркетинг»
освітньо-професійної програми «Маркетинг»
на тему: «**Оцінювання товарного міксу підприємства**»

Виконала: здобувачка 3 курсу, групи ЗМА-3-5

Геніна Ганна Сергіївна _____
(прізвище, імя, по батькові повністю) (підпис)

Керівник Розумей Світлана Борисівна _____
(прзіивще, імя, по батькові повністю) (підпис)

Рецензент _____ _____
(імя та прізвище) (підпис)

Я як здобувачка Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавала і не одержувала недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувачка _____
(підпис)

Київ – 2025 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра маркетингу
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_______Ольга ПЄТУХОВА
«03» вересня 2024 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Геніної Ганни Сергіївни
(прізвище, ім'я, по-батькові здобувача)

1. Тема роботи: Оцінювання товарного міксу підприємства
керівник роботи Розумей Світлана Борисівна, к.е.н., доцент кафедри маркетингу
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом закладу вищої освіти від 02.09.2024 р. № 669-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 03.02.2025 року.

3. Вихідні дані до роботи: Закони України і нормативні й правові акти, прийняті Верховною Радою, Постанови Кабінету Міністрів України з питань економічного розвитку, рекомендовані літературні джерела, навчальні посібники, підручники, статті зарубіжних та вітчизняних науковців, методичні рекомендації НУХТ, галузеві видання, бухгалтерська і статистична звітність ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретичні підходи до оцінювання товарного міксу підприємства. Розділ 2. Дослідження товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод». Розділ 3. Розроблення пропозицій щодо вдосконалення товарного міксу підприємства. Список використаних джерел. Додатки.

5. Перелік графічного матеріалу:Види діяльності (за КВЕД) ТОВ «Пирятинський сирзавод». Основні економічні показники діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки. Динаміка виробництва продукції в розрізі товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод» в натуральному виразі. Структура обсягів реалізації товарного асортименту продукції в грошовій формі ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки. Динаміка структури обсягів реалізації товарного міксу продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод». Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції у розрізі асортиментних позицій та загальний сукупний дохід ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки. Матриця Дібба-Сімкіна 2022-2023 роки. Структура господарського портфелю за результатами матриці Дібба-Сімкіна ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки. Ступінь збалансованості товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2023 рік для визначення перспектив збалансування. Очікувані результати від реалізації проєкту. Вплив запропонованого проєкту на основні економічні показники діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод». Динаміка показників рентабельності до і після впровадження заходу – виробництво сиру «Мюсост» на ТОВ «Пирятинський сирзавод».

6. Дата видачі завдання 03.09.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Складання плану роботи, опрацювання літературних джерел.	03.09.2024 - 15.09.2024	Виконано
2	Обґрунтування актуальності теми, написання вступу	16.09.2024 - 29.09.2024	Виконано
3	Робота над розділом 1: «Теоретичні підходи до оцінювання товарного міксу»	30.09.2024 - 27.10.2024	Виконано
4	Робота над розділом 2: «Дослідження товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод»	28.10.2024 - 24.11.2024	Виконано
5	Робота над розділом 3*: «*Розроблення пропозицій щодо удосконалення товарного міксу підприємства»	25.11.2024 - 22.12.2024	Виконано
6	Висновки. Список використаних джерел	23.12.2024- 12.01.2025	Виконано
7	Оформлення роботи	13.01.2025- 03.02.2025	Виконано

Здобувач _____ **Ганна ГЕНІНА**
(підпис) (ім'я та прізвище)

Керівник роботи _____ **Світлана РОЗУМЕЙ**
(підпис) (ім'я та прізвище)

АНОТАЦІЯ

Геніна Г.С. Оцінювання товарного міксу підприємства.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 075 «Маркетинг». – Національний університет харчових технологій. Київ, 2025.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, додатків і списку використаних джерел.

В першому розділі кваліфікаційної роботи проведено аналіз поняття, елементів та функцій товарного міксу підприємства, охарактеризовано процес формування і управління товарним міксом і досліджено методи та інструменти оцінювання товарного міксу.

В другому розділі роботи надано маркетингову характеристику ТОВ «Пирятинський сирзавод», складові товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод» і проведено дослідження факторів формування товарного міксу товариства за допомогою матриці Дібба-Сімкіна.

В третьому розділі наведені основні напрямки удосконалення товарного міксу підприємства, розроблений захід для удосконалення товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод» і проведено оцінку його впливу на основні показники діяльності товариства.

Кваліфікаційна робота викладена на 76 сторінках, містить 32 таблиці, 27 рисунків, 7 формул.

Ключові слова: асортимент, номенклатура, товарний мікс, товарний асортимент, товарна політика, підприємство, формування, управління, оцінка, аналіз, заходи, продукція.

SUMMARY

Genina G.S. Evaluation of the company's product mix.

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 075 "Marketing". - National University of Food Technologies. Kyiv, 2025.

The qualification work consists of an introduction, 3 chapters, conclusions, appendices and a list of used sources.

In the first section of the qualification work, an analysis of the concept, elements and functions of the enterprise's product mix was conducted, the process of forming and managing the product mix was characterized, and methods and tools for evaluating the product mix were investigated.

In the second section of the work, a marketing characteristic of LLC "Pyryatynskyi Syrzavod", components of the product mix of LLC "Pyryatynskyi Syrzavod" were provided, and the factors of forming the company's product mix were studied using the Dibb-Simkin matrix.

In the third section, the main directions of improving the company's product mix are given, a measure for improving the product mix of Pyryatynskyi Syrzavod LLC was developed, and an assessment of its impact on the company's main activity indicators was carried out.

The qualification work is laid out on 76 pages, contains 32 tables, 27 figures, 7 formulas.

Key words: assortment, nomenclature, product mix, product range, product policy, enterprise, formation, management, assessment, analysis, measures, products.

ЗМІСТ

	Стор.
Вступ…….	7
Розділ 1. Теоретичні підходи до оцінювання товарного міксу підприємства…….....	10
1.1.Поняття, елементи і функції товарного міксу підприємства	10
1.2.Процес формування і управління товарним міксом підприємства…	13
1.3.Методи та інструменти оцінювання товарного міксу підприємства	18
Розділ 2. Дослідження товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод»……...	26
2.1. Маркетингова характеристика ТОВ «Пирятинський сирзавод»……...	26
2.2. Характеристика та складові товарного міксу ТОВ «Пирятинский сирзавод»…….....	31
2.3. Дослідження факторів формування товарного міску ТОВ «Пирятинський сирзавод» за допомогою матриці Дібба-Сімкіна……...	41
Розділ 3. Розроблення пропозиції щодо удосконалення товарного міксу підприємства……...	50
3.1. Основні напрямки удосконалення товарного міксу підприємства...	50
3.2. Розроблення заходу для удосконалення товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод»……	55
3.3. Маркетингове обгрунтувння та розроблення бюджету на впровадження нового товару…….....	60
3.4. Вплив запропонованого заходу на основні показники діяльності підприємства…….....	64
Висновки……	70
Список використаних джерел…….	73
Додатки……..	77

ВСТУП

Ефективне оцінювання та управління товарним міксом підприємства стає ключовим фактором успіху, що дозволяє оптимізувати асортимент, підвищити прибутковість та краще задовольняти потреби споживачів.

Розвиток цифрових технологій та електронної комерції створює нові можливості та виклики для управління товарним міксом, що потребує розробки інноваційних підходів до його оцінювання.

Актуальність і практична значущість теми зумовлена стрімкими змінами у сучасному середовищі та посиленні конкурентної боротьби на ринку бізнесу. В умовах економічної нестабільності та швидкої зміни споживчих уподобань підприємства постійно стикаються з аналізом потреби та адаптації свого товарного міксу для забезпечення збереження стійкого розвитку та конкурентних позицій.

Практична значущість теми полягає в тому, що впровадження ефективних методів оцінювання товарного міксу підприємства дозволяє прийняти обґрунтоване рішення щодо формування та оновлення асортименту продукції, підвищити ефективність використання ресурсів, оптимізувати витрати на виробництво і збут, а також краще задовольняти потреби цільової аудиторії. Це, у свою чергу, сприятиме збільшенню ринкової частки, зміцненню конкурентних позицій та покращенню фінансових показників.

Таким чином, дослідження формування і оцінювання товарного міксу підприємства має важливе теоретичне та практичне значення для розвитку сучасного бізнесу в умовах динамічного ринкового середовища.

Стан наукової розробки проблеми. Економічні питання щодо формування, використання, оцінювання і удосконалення товарного міксу підприємств досліджували різні вчені серед яких: Бейкер М., Балабанова Л.В., Гаркавенко С.С., Добрянська В.В., Кардаш В.Я., Келлер К.Л., Мостенська Т.Л., Скригун Н.П., Коннова Л.О., Шаповал О.Ф. та інші. Проте більшість теоретичних концепцій щодо товарного міксу підприємства, його

структури та властивостей, що лежать в основі його формування та оптимізації, є недостатньо обґрунтованими або доповненими. В економічній літературі недостатньо уваги приділено комплексним підходам до оцінювання ефективності товарного міксу підприємства та його впливу на загальну конкурентоспроможність компанії. Таким чином, потребують подальшого дослідження методи оцінки взаємозв'язків між ефективними елементами товарного міксу, їх синергетичного ефекту та впливу на фінансові показники підприємства.

Недостатньо дослідженими залишаються питання інтеграції стратегії управління товарним міксом з іншими функціональними стратегіями підприємства, зокрема з маркетинговою, виробничою і фінансовою стратегіями. Це ускладнює процес прийняття комплексних управлінських рішень щодо удосконалення товарного портфеля підприємства.

Мета дослідження – розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення товарного міксу підприємства.

Відповідно до мети роботи визначено та вирішено науково-методичні та практичні *завдання,* серед яких:

- охарактеризувати процес формування і управління товарним міксом підприємства;
- дослідити методи та інструменти оцінювання товарного міксу;
- розглянути маркетингову характеристику ТОВ «Пирятинський сирзавод»;
- надати характеристику та складові товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод»;
- провести дослідження факторів формування товарного міксу ТОВ «Пирятинський сир завод» за допомогою матриці Дібба-Сімкіна;
- навести основні напрямки удосконалення товарного міксу підприємства;
- розробити захід для удосконалення товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод»;

• оцінити вплив заходу на основні показники діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є процес формування і оцінювання товарного міксу підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні положення, методичні підходи до оцінювання та практичні рекомендації щодо удосконалення товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод».

В кваліфікаційній роботі використанні наступні *методи дослідження*:

1. Системно-аналітичний – для теоретичного узагальнення наукових концепцій, розробок і пропозицій з досліджуваної теми роботи.

2. Метод аналізу/синтезу – для конкретизації об’єкта дослідження.

3. Методи порівняння/групування – для аналізу показників виробничої діяльності підприємства, показників оцінки товарного міксу підприємства.

4. Абстрактний/логічний – для формування і узагальнення висновків кваліфікаційної роботи.

5. Статистичний/економічний – для аналізу стану та тенденцій розвитку господарської діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод».

Інформаційною базою кваліфікаційної роботи є наукові концепції й теоретичні розробки та праці вітчизняних і зарубіжних дослідників щодо економічного обґрунтування і вирішення питань з оцінювання, формування, використання і удосконалення товарного міксу підприємств, дані підприємства ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки, мережа Інтернет та дані сайту товариства.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота містить вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел, додатки. Повний обсяг роботи – 76 сторінках, включаючи 32 таблиці, 27 рисунків і 7 формул. Список використаних джерел (42 найменування) – 4 сторінки.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ТОВАРНОГО МІКСУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Поняття, елементи і функції товарного міксу підприємства

В умовах динамічного розвитку ринкового середовища та посилення конкуренції ефективне управління товарним міксом стає ключовим фактором успіху підприємств. Товарний мікс, як комплексне економічне поняття, реалізує вирішальну роль у задоволенні потреб споживачів та досягає результатів бізнес-цілей компанії. Сучасні теоретико-методичні підходи до формування та оцінки товарного міксу повинні втратити вплив цифровізації економіки та зміни в поведінці споживачів. Інтеграція інноваційних методів аналізу та прогнозування дозволяє підвищити точність оцінки та ефективність управління товарним міксом підприємства. Дослідження взаємозв'язків між елементами товарного міксу та їх вплив на загальну результативність підприємства залишається актуальним напрямком наукових пошуків. Розробка комплексних оцінок підходів до формування та формування товарного міксу сприяє зміцненню конкурентних позицій підприємства на ринку. Врахування галузевої специфіки при програмуванні теоретико-методичних підходів дозволяє адаптувати загальні принципи до конкретних умов діяльності підприємства.

У сучасному маркетингу «товарний мікс підприємства» - це сукупність інструментів, за допомогою яких підприємство забезпечує якнайповніше визнання товарів у споживача. Розглядаючи формування товарного міксу, необхідно розглянути різноманітні трактування його основних основоположних понять. Поруч з поняттям «товарний мікс» використовуються терміни «товар», «асортимент», «номенклатура», «товарна лінія», «продуктова лінія», «виробнича програма», «товарний портфель» [6-16,18,26-29]. Сутність товарного міксу підприємства полягає в тому, що він

являє собою конкретну пропозицію товарів, сформовану з урахуванням потреб споживачів, конкурентного середовища ринку та цілей самого підприємства. Різні автори по різному трактують власну точку зору щодо змісту поняття «товарний мікс підприємства», які наведемо в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Економічний зміст поняття «товарний мікс» (товарний асортимент): позиція різних фахівців-вчених

Автор	Трактування поняття
Балабанова Л.В. [1]	Група товарів, яка тісно пов'язані між собою і які пропонуються одним групам споживачів, розподіляються по одних і тих само каналах або в заданому ціновому діапазоні
Бєлявцев М.І. [3]	Це сукупність всіх асортиментних груп товарів (продуктових ліній), що пропонуються конкретною фірмою
Гаркавенко С.С. [8]	Сукупність усіх асортиментних груп товарів, які пропонуються конкретною фірмою
Ковальчук І.В. [18]	Сукупність різновидів продукції кожного найменування, які відрізняються за певними техніко-економічними і споживчими показниками з урахуванням їх кількісного співвідношення.
Пилипчук В.П. [29]	Динамічний набір номенклатурних позицій (типорозділів, марок, моделей) продукції, яка користується потенційним попитом на ринку і забезпечує успішне функціонування суб’єкта на довгу перспективу
Крикавський Є.В. [19]	Це набір однорідних товарів, який пропонується підприємством-виробником на ринку

Отож, товарний мікс підприємства - це сукупність усіх товарних ліній і окремих товарів, які пропонують підприємства своїм покупцям.

Структура елементів товарного міксу підприємства - це організація та взаємозв'язок усіх елементів товарного асортименту підприємства, що характеризується шириною, глибиною, насиченістю та гармонійністю. Ця структура відображає різноманітність продукції підприємства та її розподіл за категоріями. Тому, товарний мікс суб’єкта характеризується елементами:

1)шириною (кількістю різних товарних ліній);

2)глибиною (кількістю видів товарів у кожній товарній лінії);

3)довжина або насиченість (загальним виробництвом товарів);

4)гармонійністю або узгодженістю (ступенем кількості товарів між різними товарними лініями).

Ширина номенклатури – це кількість товарних ліній підприємства.

Довжина - загальним числом конкретних товарів фірми.

Глибина - числом варіантів кожного товару певної товарної лінії.

Узгодженість - ступенем близькості різних ліній з точки зору кінцевого використання товарів.

Так, до прикладу, для товарного міксу підприємства, в якому число товарних ліній дорівнює 3, а загальна кількість товарів - 12, глибина товарної лінії А дорівнює 4, товарної лінії Б - 2, товарної лінії В - 6, середня глибина товарної номенклатури налічує 4 товара фірми (рис. 1.1).

ШИРИНА ТОВАРНОГО МІКСУ			
ГЛИБИНА	**Товарна лінія А**	**Товарна лінія Б**	**Товарна лінія В**
	Товар А 1	Товар Б 1	Товар В 1
	Товар А 2	Товар Б 2	Товар В 2
	Товар А 3		Товар В 3
	Товар А 4		Товар В 4
			Товар В 5
			Товар В 6

Рис. 1.1. Структура елементів товарного міксу підприємства

Джерело: складено автором на основі даних [7-12].

Функції товарного міксу підприємства – це комплекс взаємоповязаних дій і заходів, спрямованих на формування оптимального асортименту продукції, який забезпечує максимальне задоволення потреб споживачів, ефективне використання ресурсів підприємства, досягнення його комерційних цілей на ринку. Основні функції товарного міксу - рис. 1.2.

Задовлення потреб споживачів	Відповідність асортименту очікуванням цільової аудиторії
Оптимізація прибутку	Забезпечення максимального прибутку при оптимальних витратах
Збереження та розширення конкурентних позицій	Підтримка конкурентоспроможності підприємства
Використання виробничих потужностей	Ефективне завантаження обладнання для виробництва
Заохочення нових клієнтів	Розширення клієнтської бази
Оптимізація фінансових ресурсів	Забезпечення фінансової стійкості підприємства
Гнучкість	Здатність швидко реагувати на зміни ринкового попиту
Іміджева функція	Формування позитивного образу підприємства
Стратегічна функція	Забезпечнння довгострокового розвитку підприємства

Рис. 1.2.Основні функції товарного міксу підприємства

Джерело: складено автором на основі даних [13-16].

Ефективне управління товарним міксом дозволяє суб'єкту задовольняти потреби різних сегментів споживачів, оптимізувати виробничі процеси і максимізувати прибуток. Наступним етапом є розгляд аспектів управління, формування товарного міксу, що є логічним і необхідним кроком після дослідження його економічної сутності, функцій і структури.

1.2. Процес формування і управління товарним міксом підприємства

Управління і процес формування товарного міксу підприємства є ключовими аспектами товарної політики.

Процес формування товарного міксу підприємства - це послідовність етапів і дій, спрямованих на створення оптимальної структури товарного міксу, що відповідає потребам цільового ринку та цілям підприємства.

Система формування товарного міксу підприємства – це комплексний підхід до створення та управління товарним міксом продукції, який підприємство пропонує на ринку. Система складових формування товарного міксу підприємства представлена на рис. 1.3.

Складові системи формування товарного міксу підприємства		• Визначення поточних і перспективних потреб покупців, аналіз способів використання даної продукції й особливостей купівельної поведінки споживачів на відповідних ринках.
		• Оцінка існуючих товарів-аналогів за тими ж напрямками.
		• Критична оцінка виробів, що випускаються, тільки з позицій покупця.
		• Вирішення питань про додавання виробів в асортимент чи виключення з ассортименту.
		• Розгляд пропозицій щодо створення нових продуктів, удосконалення існуючих.
		• Розробка специфікацій нових чи поліпшених продуктів відповідно до вимог покупців.
		• Вивчення можливостей виробництва нових чи удосконалених товарів, включаючи питання цін, рентабельності, собівартості.
		• Проведення апробації нових продуктів.
		• Розробка рекомендацій для виробничих підрозділів підприємства щодо якості, фасону, ціни, найменування, упаковки, сервісу.
		• Оцінка та перегляд усіх асортиментних груп і позицій.

Рис. 1.3. Система складових формування товарного міксу підприємства

Джерело: складено автором на основі даних [23-25,39,41].

Формування товарного міксу підприємства здійснюється за певною послідовністю. Розглянемо певний алгоритм процесу формування товарного міксу підприємства (рис. 1.4).

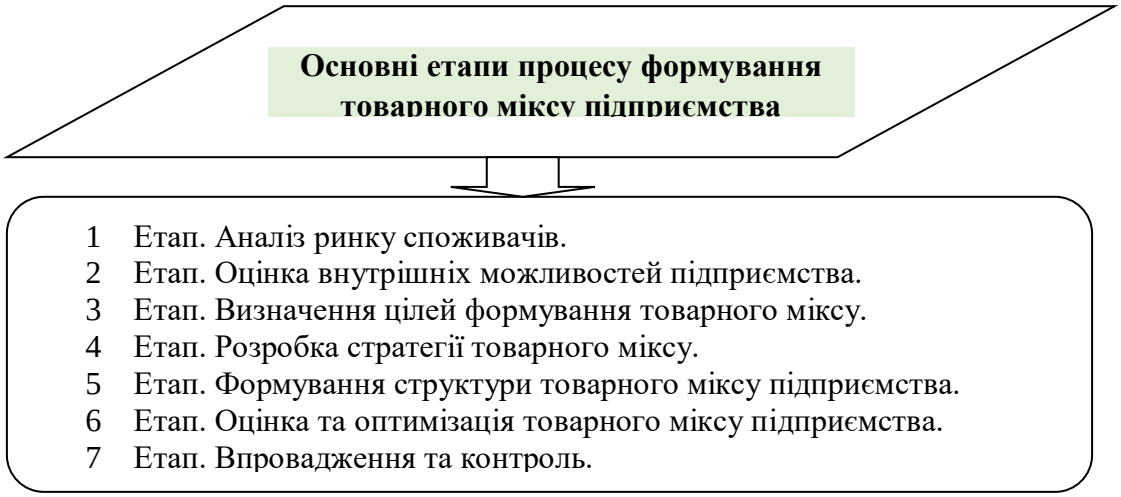

Рис. 1.4. Етапи процесу формування товарного міксу підприємства

Джерело: складено автором на основі даних [24,39].

Розглянемо два підходи до формування товарного міксу (“зверху-вниз” та “знизу-вгору”) та пов’язані з цим основні процеси (рис. 1.5).

	«Зверху-вниз»		«Знизу-вгору»
«Чиста диферсифікація» *«Планування та реалізація товарної політики»* *«Модифікація та модернізація»* *«Інноваційна діяльність»*	Придбання або освоєння нової стратегічної бізнес-одиниці (СБО)	*«Інноваційна діяльність»* *«Розширення діяльності»* *«Диференціювання, повязана диверсифікація»* *«Набуття автономії»*	Освоєння випуску нових товарів або модернізація існуючий
	Товарний мікс (асортимент) наповнюється або доповнюється товарними лініями		Створення нової товарної лінії
	Подовження або скорочення товарних ліній		Виникнення декількох товарних ліній
	Освоєння випуску нових товарів		Формування нової СБО (виокремлення центру відповікгьності)

Рис. 1.5. Підходи до формування товарного міксу підприємства

Джерело: складено автором на основі даних [14,26,33].

Підхід до формування товарного міксу “знизу-вгору” характерний для більшості суб’єктів господарювання, які є інноваційно активними.

Формування товарного міксу підприємства спрямоване на оптимізацію

використання технологічних знань і досвіду своєї фірми, оптимізацію фінансових ресурсів з точки зору рентабельності товарів.

Оптимізація товарного міксу підприємства – це процес знаходження такого складу і поєднання сукупності товарів, яке забезпечує досягнення максимально можливої економічної ефективності для підприємства за певних зовнішніх і внутрішніх умов і обмежень, та відповідає стратегічним орієнтирам компанії. Поняття оптимального товарного міксу можна розглядати як з боку споживача, так і з боку виробника (рис.1.6).

Оптимальний товарний мікс: 1) для споживача – це сукупність товарів, продуктів що максимально задовольняють потреби; 2) для виробника – це набір товарів/продуктів, реалізація яких, дозволяє підприємству досягнути максимально ефективного функціонування [7-15].

Рис. 1.6. Оптимальний товарний мікс підприємства для споживача/виробника

Створення оптимального товарного міксу продукції підприємства ґрунтується на ряді методологічних засад, дотримання яких забезпечує формування збалансованого товарного портфелю.

Автори наукової праці Шаповал О.Ф. Скригун Н.П. і Коннова Л.О. вважають, що конкретний набір товарів, що виробляє підприємство, становить його оптимальний товарний мікс продукції.

Цей товарний асортимент формується під впливом різноманітних факторів, які можна розділити на внутрішні (пов'язані з розвитком самого підприємства) та зовнішні (стосуються навколишнього бізнес-середовища) [39, с. 5-6].

Внутрішні чинники – це: стан матеріально-технічних, технологічних ресурсів, цінова політика, збутова політика, комунікаційна політика, конкурентоспроможність продукції, якість продукції, реклама і дизайн.

Зовнішні чинники – це: науково-технічні досягнення, зміни попиту і пропозиції та законодавчої бази, дії конкурентів, прихильність споживачів до якості, ступеня новизни,конкурентоспроможності продукції, місткість ринку.

Основними специфічними факторами, що впливають на формування асортименту (товарного міксу) підприємства є: розмір підприємства (суб'єкта бізнесу); умови поставок продукції й обмеження складських приміщень; ступінь оновлення товарного асортименту (міксу); позиціонування товарів і продукції. Провівши такий аналіз, розробляються пропозицій щодо змін в асортименті, на основі аналізу. Також необхідно проаналізувати можливості фірми реалізувати ці зміни. І лише після того, як оцінені реальні можливості фірми приймаються рішення щодо товарного міксу підприємства. Алгоритм процесу формування оптимального товарного міксу підприємства представимо на рис. 1.7.

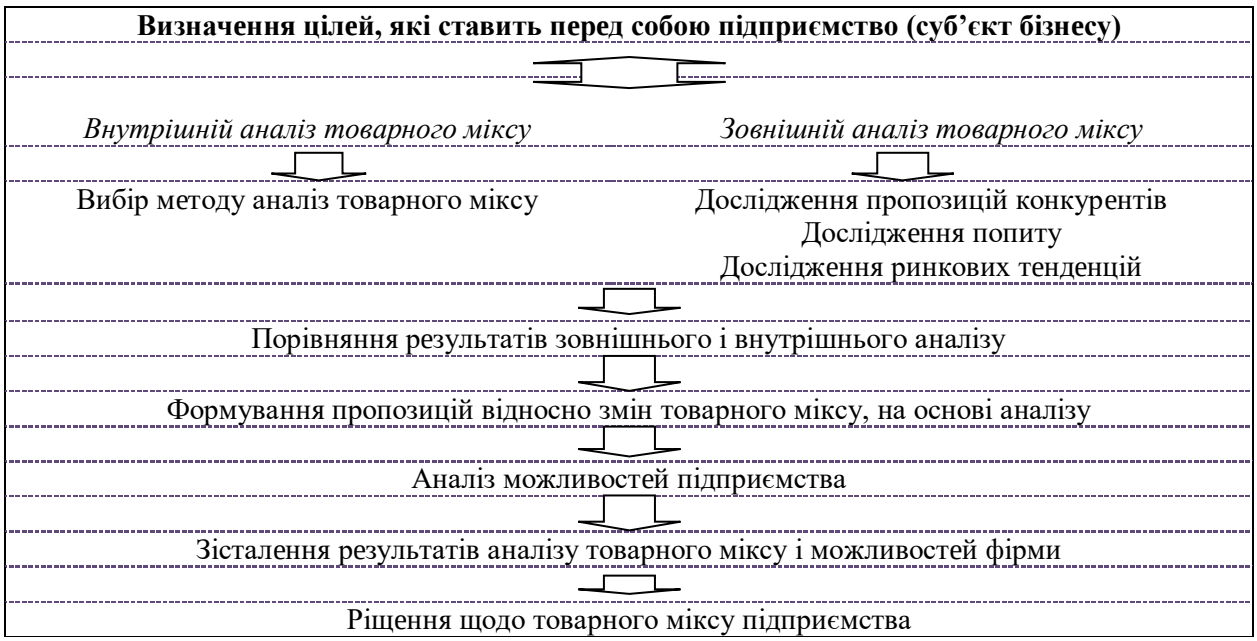

Рис. 1.7. Алгоритм процесу формування оптимального товарного міксу

Джерело: складено автором на основі даних [7-16].

Управління товарним міксом підприємства - це комплекс стратегічних і тактичних заходів, спрямованих на формування оптимальної структури

асортименту товарів підприємства з метою задоволення потреб споживачів і досягнення комерційних цілей організації (рис.1.8).

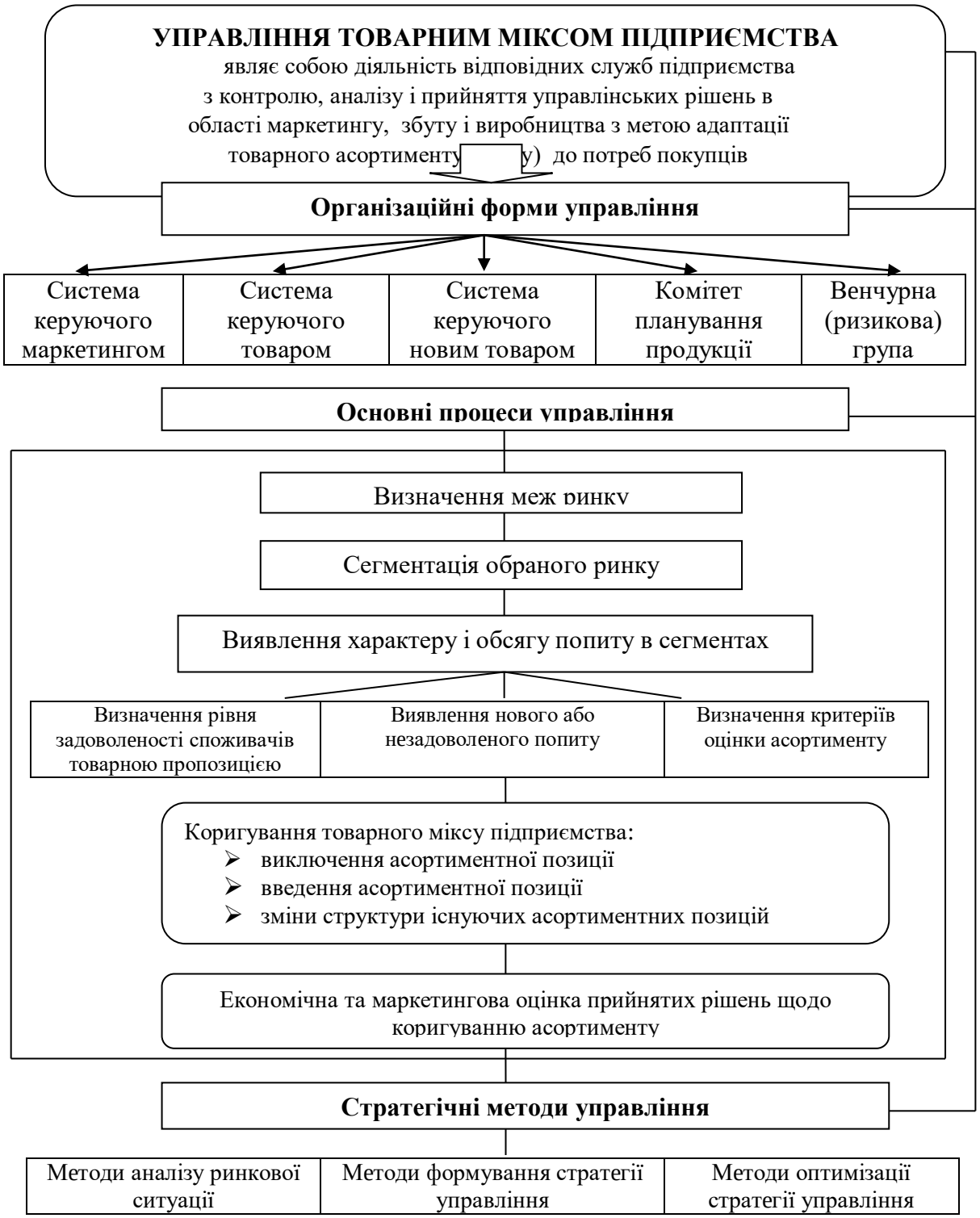

Рис. 1.8. Управління товарним міксом (асортиментом) підприємства

Джерело: складено і удосконалено автором на основі даних [31-33,37-42].

При формуванні асортименту необхідно враховувати чинники, що впливають на якість його формування, що представимо на рис. 1.9.

Ціна	**Чинники, що впливають на якість формування товарного міксу підприємства**	Часто ціна відіграє вирішальну роль при виборі продуктів чи товарів
Якість		Споживачі хочуть придбати не лише недорогий товар або продукцію, але й якісний
Зовнішній вигляд		Він визначає відношення товару або продукту при його придбанні
Виробник		Споживачі обирають виробника, що зарекомендував себе на ринку й якого є імя і якому вони довіряють
Фасування		Коли товар чи продукт не можна ділити в умовах торгівлі, великого значення набуває фасування продукції
Упаковка		Зовнішній вигляд товару чи продукту – перше що бачить покупець (споживач).
Умови зберігання		Те як продукт чи товар зберігається – забезпечує його якість при покгьшому використанні
Місце продажу		Підприємствам необхідно слідкувати за своїм іміджем «перевіреного складу»

Рис. 1.9. Чинники, які впливають на якість формування товарного міксу підприємства

Джерело: складено і удосконалено автором на основі даних [7-16, 31, 37-42].

Процес формування товарного міксу є комплексним та постійним.

1.3. Методи та інструменти оцінювання товарного міксу підприємства

Оцінка ефективності товарного міксу є необхідним інструментом для прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо розвитку продуктового портфеля. Пропонуємо власне авторське визначення трактування.

Отож, «оцінювання товарного міксу підприємства» - це комплексний процес аналізу та вимірювання ефективності структури та складу товарного асортименту (міксу) компанії з метою визначення його відповідності ринковим вимогам, споживчим потребам та стратегічним цілям підприємства. Для оцінки управління і формування товарного міксу підприємства існує значна кількість методів.

Наприклад, авторка Н.С. Кубишина методи формування асортименту продукції підприємства поділяє на три групи (табл. 1.2) [20].

Таблиця 1.2

Класифікація методів оцінки формування товарного портфеля підприємства

Група методів	Підгрупа	Назва методів, що входять до груп
Методи виявлення споживчих переваг	Маркетингові	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	Економіко-математичні методи	1)лінійна економіко-математична модель; 2)методи динамічного програмування; 3)методи теорії нечітких множин; 4)методи статистичних кореляцій; 5)методики імітаційного моделювання; 6)метод теорії ігор.
	Класифікаційні методи	1)АВС-аналіз; 2)XYZ-аналіз; 3)Дібба-Симкіна; 4)матриця Маркон; 5)сполучений АВС-XYZ-аналіз.
	Інші методи економічного аналізу	1)ранжування товарних груп; 2)ааналіз рентабельності продукції; 3)операційного аналізу; 4)методу експертних оцінок.
Методи портфельного аналізу	Методи життєвого циклу	Метод аналізу за допомогою життєвого циклу товарів.
	Матричні методи	1) матриця BCG, адаптована матриця BCG; 2) матриця General Electrik або McKinsey; 3) матриця «Темпи росту підприємства - темпи росту ніші»; 4) матриця «Продукт та форма існування малого підприємства»; 5) матриця розробки товару; 6) матриця конкуренції за М.Портером; 7) матриця «Товар-ринок» 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.

Джерело: складено і удосконалено автором на основі даних [20].

На відміну від вітчизняної фахівчині Н.С. Кубишиної, інші вітчизняні вчені пропонують класифікувати методи управління, формування і оцінки товарного міксу (асортименту) продукції з урахуванням двох типів критеріїв:

1)рівня здійснення процесу управління, формування і оцінки товарного асортименту (методи тактичного і стратегічного рівнів) (рис. 1.12);

2) факторів, що впливають на товарний мікс (асортимент) підприємства (фактори, зумовлені станом ринку; фактори, зумовлені цілями підприємства; фактори, зумовлені ресурсами підприємства) (рис.1.10) [20].

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ, ФОРМУВАННЯ І ОЦІНКИ ТОВАРНИМ МІКСОМ (АСОРТИМЕНТОМ) ПІДПРИЄМСТВА		
Методи стратегічнго рівня управління товарним міксом (асортиментом)		
Методи аналізу ринкової ситуації	*Методи формування стратегії управління товарним міксом*	*Методи оптимізації стратегії управління товарним міксом*
• SWOT-аналіз • Концепція життєвого циклу товару • Концепція кривої попиту • Модель п'яти сил конкуренції М.Портера	• Матриця «продукт-ринок» І.Ансофа • Матриця Д.Абеля, О.В. Клавдієвої, М.Ковальова • Матриця родових стратегій М.Портера	• Матриця BCG • Матриця A.D.Little • Матриця Hofer / Schendel • Матриця GE / McKinsey • Матриця Shell/DPM
Методи тактичного рівня управління товарним міксом (асортиментом)		
Методи визначення попиту	*Методи економічного аналізу товарного міксу*	*Мтоди розробки плану продажів*
• Методи дослідження намірів споживачів • Експертні методи • Статистичні методи	• АВС-аналіз • XYZ-аналіз • Дібба-Сімкіна • матриця Маркон	• Методи статистичної оптимізації • Динамічне програмування • Нелінійне програмування • Лінійне програмування

Рис. 1.10. Типологія методів управління, формування і оцінки товарного міксу (асортименту) підприємства за рівнями

Джерело: складено і удосконалено автором на основі даних [20].

В роботах вітчизняних дослідників наводиться класифікація методів оцінки товарного міксу або асортименту підприємств, сформована за критерієм кількості факторів, що враховуються при аналізі асортименту [2-15, 20]. Розглянемо питання факторів, що мають вплив на формування товарного міксу підприємства, зосередивши увагу на трьох ключових групах: факторах, зумовлених станом ринку; факторах цілей підприємства; факторах, що визначаються наявними ресурсами підприємства. Для визначення оптимального товарного асортименту, розглянемо деякі найпоширеніші методи, за допомогою яких визначають оптимальну структуру асортименту та продять оцінку товарного міксу підприємства.

1. «АВС-аналіз». Це метод категоризації запасів або продуктів компанії, який дозволяє ефективно управляти ресурсами та оптимізувати товарний мікс. «АВС-аналіз» базується на принципі Парето, який стверджує, що «20% відсотків всіх товарів дають 80% обороту». Всі товари будуть поділені на три групи:

1. Група А – найцінніші позиції. Ці товари становлять 20% від загального асортименту та забезпечують 80% продажів.

2. Група В – проміжні позиції. Складають 30% асортименту та роблять 15% продажів.

3. Група С — найменш цінні. Ці товари становлять 50-60% асортименту та дають 5% продажів.

За підсумками «АВС-аналізу» товарного міксу виробляються загальні рекомендації у відношенні асортиментної політики по групах товарів:

1) група А – товари варті ретельного планування, обліку і контролю;

2) група В – товари в меншому ступені важливі для компанії і вимагають звичайного контролю й обліку;

3) група С – товари характеризуються спрощеними методами планування, обліку і контролю. Приклад матриці за результатами «АВС-аналізу» представимо на рис. 1.11.

Параметр 1	A	AA	AB	AC
	B	BA	BB	BC
	C	CA	CB	CB
		A	B	C
	Параметр 2			

Рис. 1.11. Приклад матриці за результатами «АВС-аналізу»

Джерело: складено автором на основі даних [7-16, 37-42].

2. Матриця «BCG» (БКГ - Бостонська консалтингова група). При побудові, по осі X - частка в обсязі продажів компанії, по осі Y - темпи зростання продажів продукту по відношенню до попереднього періоду [9]. Приклад матриці - рис. 1.12. Дані матриці пропонують набір стратегічних рішень для кожного квадранта «BCG» матриці -«зірки», «дійні корови», «важкі діти», «собаки»:

1. "Зірки" - високе зростання ринку, висока частка ринку. Стратегія: інвестувати для підтримки і збільшення частки ринку.

2. "Дійні корови" - низьке зростання ринку, висока частка ринку. Стратегія: "доїти" - отримувати мах прибуток при min інвестиціях.

3. "Важкі діти" - високе зростання ринку, низька частка ринку. Стратегія: інвестувати вибірково для збільшення частки ринку чи виходити з ринку.

4. "Собаки" - низьке зростання ринку, низька частка ринку. Стратегія: мінімізувати інвестиції або виходити з ринку.

Рис. 1.12. Приклад матриці «BCG»

3. Матриця «McKinsey» або матриця GE (General Electric) - це інструмент стратегічного аналізу, який оцінює бізнес-одиниці чи продукти компанії за двома комплексними параметрами: привабливістю ринку і конкурентною позицією компанії. Приклад матриці рис.1.13.

Рис. 1.13. Приклад матриці «McKinsey»

4. Метод оцінки продуктового портфеля «Дібба-Сімкіна» дозволяє визначити основні напрямки розвитку окремих товарних груп, виявити пріоритетні позиції асортименту (товарного міксу), оцінити ефективність структури асортименту і шляхи її оптимізації. Для аналізу використовуються дані про динаміку продажів і змінних витрат. На основі співвідношення обсягу про дажів у вартісному вираженні і внеску в покриття витрат товар відноситься до однієї з 4 груп. На основі співвідношення обсягу продаж у

вартісному вираженні та вкладу в покриття змінних витрат товар відноситься до однієї з чотирьох груп (табл. 1.3) [33, с. 260].

Таблиця 1.3

Класифікація груп за методом оцінки продуктового портфеля «Дібба – Сімкіна»

Група	Характеристика групи
A	Найбільш цінна для підприємства група. Товари, що входять до цієї групи, можуть служити еталонами при виборі нового товару для включення в асортимент. Необхідно прагнути до збільшення кількості товарних позицій у цій групі, оскільки збільшення продажів саме цих товарів має найбільший вплив на прибуток підприємства (частка СГП $\geq$ 40-50)
B1	Варто виявити шляхи підвищення доходності цієї продукції (збільшення цін, пошук більш вигідних постачальників для зниження собівартості т.д.), так як за рахунок великих об'ємів продаж, навіть незначний ріст прибутковості призведе до відчутного росту прибутку підприємства в цілому (частка СГП $\leq$ 25)
B2	Необхідно шукати можливості для збільшення продажу продукції даної товарної групи (проведення промоакцій, реклами, тощо). Завдяки високій рентабельності продукції даної групи темпи зростання прибутку підприємства будуть вище темпів зростання продажів цих товарів (частка СГП $\leq$ 20)
C	Найменш цінні для підприємства товари. Необхідно розглянути можливості заміни низки товарів з цієї групи, а також оцінити ефективність виключення найменш прибуткових товарів (частка СГП $\leq$ 5)

Джерело: складено автором на основі даних [31-33,37-42].

Приклад матриці оцінки продуктового портфеля «Дібба-Сімкіна» наведено на рис. 1.14.

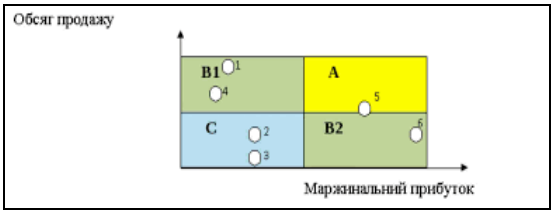

Рис. 1.14. Приклад матриці оцінки продуктового портфеля «Дібба-Сімкіна»

На основі співвідношення обсягу продажів у вартісному виразі і внеску в покриття витрат товари відносяться до окремої групи. Ця діагностика, дає можливість визначити перспективи розвитку асортименту суб'єкта бізнесу.

5. Метод «Маркон» - створений італійською консалтинговою компанією "Маркон". Його призначення - допомога у прийнятті маркетингових рішень, що спираються на внутрішні дані підприємства та оцінюють його асортимент. Особливістю методу «Маркон» є використання трьох основних параметрів для аналізу.

1.Загальна валова маржа (MCA) (1.1):

$$MCA = P*Q – C*Q \quad (1.1)$$

де P - ціна одиниці продукції; C - середні змінні витрати на одиницю продукції; Q - кількість проданих одиниць продукту.

2.Валова маржа на одиницю продукції (MCU) (1.2):

$$MCU = MCA/ Q \quad (1.2)$$

3.Відсоток валової маржі (MCI) (1.3):

$$MCI = MCA/ (P*Q) \quad (1.3)$$

Різними параметрами (Q, P, C, MCA, MCU, MCI) кожного виробу присвоюються двійкові коди (0 або 1) залежно від того, «вигоду» чи «програш» щодо середнього зваженого значення асортименту дає: 1)перша - до «вирішальних» параметрами: Q, P, C; 2)друга - до «контрольних»: MCA, MCU, MCI. Всі товари характеризується послідовністю із шести цифр 0 і / або 1 в різних поєднаннях. Вироби, які характеризуються однієї і тієї ж серією 0 і 1, мають однакове положення на ринку. Для одночасного аналізу всіх виробів необхідно побудувати таблицю подвійного введення, у вертикальних колонках якій вказуються трійки кодів Q, P, C, а в горизонтальних - трійки кодів MCA, MCU, MCI. Таким чином, виходить матриця, що складається з 64 осередків, приклад якої наведений на рис. 1.15.

AUI/ QPC	111	110	101	100	011	010	001	000
111								
110								
101								
100								
011								
010								
001								
000								

Рис. 1.15. Приклад матриці “Маркон»

У верхній частині таблиці розташовуються сегменти, що містять продукцію з високим сукупним прибутком; нижня частина відведена, які мають низький сукупний прибуток; ліва сторона - товари з високою частиною ринку, права - для тих, чія частка незначна.

Кожна зона присвоюється назвою, при цьому маржинальність продукту розглядається як "енергія", а об'ємні показники - як "розмір".

Висновки до розділу 1

Провівши дослідження теоретичних підходів оцінювання товарного міксу підприємства можна зробити наступні висновки. Економічний зміст поняття «товарний мікс» з позиції різних фахівців-вчених дозволив встановити, що товарний мікс підприємства - це сукупність усіх товарних ліній і окремих товарів, які пропонує підприємство своїм покупцям.

Товарний мікс має структуру елементів – це ширина, глибина, довжина і гармонійність або узгодженість. Проаналізували процес управління і процес формування товарного міксу підприємства, функції товарного міксу підприємства. Дослідили чинники, що визначають оптимальний асортимент продукції компанії, які поділяють на внутрішні і зовнішні.

Представили алгоритм процесу формування оптимального товарного міксу підприємства. Охарактеризували чинники, які впливають на формування якості товарного міксу підприємства.

Отож, відповідно до обраної теми кваліфікаційної роботи, встановили що «оцінювання товарного міксу підприємства» - це комплексний процес аналізу та вимірювання ефективності структури т а складу товарного асортименту (міксу) компанії з метою визначення його відповідності ринковим вимогам, споживчим потребам та стратегічним цілям підприємства.

Так, до прикладу, українська авторка Надія Кубишина методи формування товарного міксу продукції підприємства поділяє на три основних групи: методи виявлення споживчих переваг, методи економічного аналізу і методи портфельного аналізу.

Проаналізували основні методи формування і оцінки товарного міксу підприємства та охарактеризували їх детальніше: «АВС-аналіз», матриця «BCG» (БКГ - Бостонська консалтингова група), матриця «McKinsey», метод оцінки продуктового портфеля «Дібба-Сімкіна», метод «Маркон».

РОЗДІЛ 2
ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРНОГО МІКСУ ТОВ «ПИРЯТИНСЬКИЙ СИР ЗАВОД»

2.1. Маркетингова характеристика ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Молочна галузь є однією з провідних у структурі харчової промисловості України. Перспективи її розвитку та функціонування завжди є надзвичайно актуальними. Сьогодні на українському ринку представлено десятки найменувань та сортів сиру та чимало їх виробників. Одним із таких підприємств є ТОВ «Пирятинський сирзавод», продукція якого відома під торговою маркою «Пирятин». ТОВ «Пирятинський сирзавод» заснований у 1920 році у місті Пирятин (Полтавської області), яке на разі входить до складу групи компаній АТ «Молочний альянс». Основні комерційно-правові відомості про товариство наведені в табл. 2.1 [30].

Таблиця 2.1

Комерційно-правовий профіль діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод»

№	Показник	Назва
1	Код за ЄДРПОУ	00446865
2	Повне найменування	Товариство з обмеженою відповікгьністю «Пирятинський сирзавод»
3	Скорочене найменування	ТОВ «Пирятинський сирзавод»
4	Юридична адреса	37000, Полтавська область, Пирятинський район, місто Пирятин, вулиця Сумська, будинок 1
5	Керівник	Генеральний директор Бартошак Володимир Анатолійович
6	Код території за КОАТУУ	5323810100
7	Регіон	Полтавська область
8	Дата реєстрації	26.10.2004 року
9	Телефон	(05358) 2-86-57
10	Факс	(05358) 2-86-57
11	E-mail	psz@milkalliance.com.ua

Джерело: складено за даними сайту підприємства [30].

У 2018 році відомий український сирний бренд оновив дизайн та змінив коммунікаційну стратегію, яка має на меті запровадження сирного культу. Відтепер оновлений бренд «Пирятин» об'єднує однодумців, збирає до свого кола всіх любителів сиру. Логотип торгової марки підприємства представлений на рис.2.1.

Рис. 2.1. Маркетингова візитка ТОВ «Пирятинський сирзавод» - логотип торгової марки «Пирятин» [30]

Отож, основна мета діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод» полягає у випуску та реалізації молочних виробів, насиченні споживчого ринку і задоволенні попиту населення в споживчих товарах і продукції. Основні комерційні види діяльності за класифікатором виду економічної діяльності (КВЕД) ТОВ «Пирятинський сирзавод» представимо в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Комерційні види діяльності (КВЕД) ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Номер КВЕД	Назва виду діяльності
10.51	Перероблення молока, виробництво масла та сиру
46.33	Оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами
47.11	Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами

Джерело: складено за даними економічної звітності сирзаводу.

Сировинна база. Головна особливість та перевага сирної технології Пирятинського заводу - сир виготовляється виключно з натурального молока, без рослинних домішок та використання сухого молока. Основна сировина - молоко коров'яче незбиране. Основними джерелами отримання сировини у 2023 році є фермерські та колективні господарства. Частка сировини придбаних у промислових виробників становить 71,4 %, а 29,6% - від населення. Основною сировинною базою для виробництва сирів є сировина, яка надходить від постачальників з різних регіонів Полтавської області.

Наведемо основних постачальників і обсяг сировини, яка надходить від фермерських підприємств в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Сировинна база ТОВ «Пирятинський сирзавод» в досліджуваному регіоні у 2023 році

Район надходження сировини	Обсяг сировини, тонн	Кількість фермерських підприємств	Частка сировини в загальній структурі, %
Чорнухинський	1540	1	2,77
Миргородський	2210	3	3,97
Глобинський	3654	5	6,57
Прилуцький	4221	6	7,59
Гребінківський	8365	3	15,04
Пирятинський	35643	9	64,07
Разом	55633	26	100

Джерело: складено за даними фінзвітності підприємства.

Отож, найбільшим постачальником молока для ТОВ «Пирятинський сизравод» є Пирятинський район, а її обсяг становив 35643 тонн.

Якість продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод». Продукція ТОВ «Пирятинський сирзавод» має низку особливостей серед подібних, що виробляється іншими підприємствами-конкурентами. Насамперед – це висока якість сировини і інгредієнтів, наявна система менеджменту якості - ISO 9001:2008 й система менеджменту безпечності харчових продуктів - ISO 22000:2005, сучасне обладнання і висока кваліфікація спеціалістів. У 2019 році підприємство одержало сертифікат відповідності якості продукції стандарту Halal, що представлений на рис.2.2.

Рис. 2.2. Сертифікат Halal (2019), що підтверджує відповідність продукції вимогам системи управління безпечністю харчових продуктів та сертифікації HALAL [30]

Споживачі продукції сирзаводу. ТОВ «Пирятинський сирзавод» здійснює свою діяльність на ринках (як сировини так і продукції), які мають ознаки ринків чистої конкуренції і монополістичної конкуренції. Канали і методи реалізації молочної продукції і основні споживачі наведені в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Споживачі продукції і канали збуту ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Канал/метод	Вид
Тип каналів збуту	Прямий і непрямий
Методи продажу	Оптова і роздрібна торгівля
Основні ринки збуту	Національні мережі України (АТБ, Сільпо, Фора, Ашан, Еко-маркет, Велика Кишеня, Новус роздрібні мережі збуту та інші)
Інтернет-магазини збуту	https://metro.zakaz.ua, https://novus.zakaz.ua, https://fozzyshop.com.ua, http://bezocheredi.kiev.ua, https://takfur.com, https://produkty24.com.ua, https://produktoff.com, https://gotoshop.ua.
Експорт	Казакстан, Молдова, Малайзія, Африка, Азія, Японія, Індонезія Азербайджан, Об'єднані Арабські Емірати, Китай, США, Ірак та інші

Джерело: складено за даними бухгалтерської звітності сирзаводу.

Конкуренти ТОВ «Пирятинський сирзавод». Основним конкурентом з виробництва сиру для ТОВ «Пирятинський сирзавод» є ТОВ «Клуб сиру», який займає 15,3% вітчизняного ринку продажу, нижчу позицію займає ДП «Лакталіс-Україна» - 10,1%, ПрАТ «Звенигородський сироробий комбінат» відомий виробництвом сиру «Добродар» - 9,2%.

Досліджуване підприємство посідає друге місце після основного конкурента і займає 12,3% ринку України з виробництва сирної продукції.

Виробництво продукції сирзаводу протягом років характеризується техніко-економічними показниками його господарської діяльності.

Для його проведення було обрано економічну, фінансову, бухгалтерську звітність товариства за 2021-2022 аналітичні роки, які наведені в додатках кваліфікаційної роботи (А,Б, В, Г).

Представимо основні економічні показники діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Основні економічні показники діяльності ТОВ «Пирятиський сирзавод» за 2022-2023 роки

Назва показника	Один. виміру	Рік		Відхилення	
		2022	2023	абсолютне, (+,-)	відносне, (%)
1. Чистий дохід (виручка, виторг) від реалізації продукції	тис.грн.	1753605	1718306	-35299	-2,01
2. Собівартість реалізованої продукції	тис.грн.	1526469	1600742	74273	4,87
3. Адміністративні витрати	тис.грн.	20642	22384	1742	8,44
4. Витрати на збут	тис.грн.	70542	77616	7074	10,03
5.Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції	тис.грн.	1617653	1700742	83089	5,14
6.Прибуток від реалізації продукції	тис.грн.	135952	17564	-118388	-87,08
7. Чистий прибуток (збиток)	тис.грн.	113548	-38588	-152136	х
8.Витрати на 1 грн. чистої виручки (виторгу) від реалізації продукції	коп.	92,25	98,98	6,73	7,30
9.Рентабельність діяльності (продажу)	%	6,48	-2,25	-8,72	х
10.Рентабельність продукції	%	8,40	1,03	-7,37	х

Джерело: складено автором за даними економічної звітності товариства.

Отож, можна зробити наступні висновки провівши розрахунки табл. 2.5:

1) чистий дохід від реалізації продукції у 2022 році становив 1753605 тис.грн., у 2023 році зменшився на 2,01% і дорівнював 1718306 тис.грн.;

2) собівартість реалізованої продукції у 2022 р. становила 1526469 тис.грн., у 2023 р. 1600742 тис.грн., або зросла порівняно з 2022 р. на 4,87%;

3) адміністративні витрати були 20642 тис.грн. у 2022 р., у 2023 р. становили 22384 тис.грн., а витрати на збут у 2023 р. відносно 2022 р. зросли на 10,03% і у 2023 р. стали на рівні 77616 тис.грн.;

4) повні витрати на виробництво і реалізацію продукції у 2022 році становили 1617653 тис.грн., у 2023 році збільшилися на 83089 тис.грн. відносно 2022 року і дорівнювали 1700742 тис.грн.;

5) у 2022 році підприємство отримало чистий прибуток, який становив 113548 тис. грн., у 2023 році сирзавод працював збитково і товариство отримало 38588 тис.грн. чистого збитку;

6) витрати на 1 грн. чистої виручки від реалізації продукції становили у 2022 році 92,25 коп., що є позитивним економічним значенням, у 2023 році показник становив 98,98 коп. або на 6,73 коп більше за показник 2022 року, що свідчить про погіршення економічного станц підприємства;

7) рентабельність продажу товариства у 2022 році становила 6,48 %, що свідчить про ефективну роботу підприємства, у 2023 році сирзавод отримав збиток, а рентабельність продажу становила -2,25 %, тобто зменшилася на 8,72 %;

8) рентабельність продукції у 2022 р. становила 8,40 %, а у 2023 р. – 1,03 %, що менше попереднього року на 7,37 %.

Загалом ТОВ «Пирятинський сирзавод» - це зразкове підприємство з виробництва сирної продукції на вітчизняному та зарубіжних ринках, що веде прибуткову діяльність згідно з чинним законодавством України.

2.2. Характеристика та складові товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Як показують дослідження, асортимент продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» достатньо широкий – сири тверді вагові та фасовані, сири плавлені, сухі молочні продукти (суха сироватка і вершки), молоко коров’яче пастеризоване, кисломолочні продукти.

Підприємство працює у повній відповідності до галузевого законодавства України (молочна галузь) з урахуванням вимог країн-експортерів.

Проведемо дослідження складових номенклатури і асортименту продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» в контексті глибини і ширини товарного міксу продукції а табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Глибина і ширина товарного міксу продукції сир заводу

Ширина	**Глибина**	
	2022 рік	2023 рік
1	2	3
Сир твердий	1.«Король сирів» 50% жиру (150 гр, 160 гр, 1,2-1,5 кг, 2,25-2,45 кг, 4,9-5,1 кг, 7-9 кг) 2. «Вершковий» 50% жиру (150 гр, 160 гр, 1,2-1,5 кг, 2,25-2,45 кг, 4,9-5,1 кг, 7-9 кг) 3.«Сметанковий» 50% жиру (160 гр, 1,21-1,51 кг, 2,25-2,45 кг, 4-9-5,1 кг) 4.«Український» 50% жиру (150 гр, 160 гр, 1,2-1,5 кг, 2,25-2,45 кг, 4,9-5,1 кг, 7-9 кг). 5.«Голландський брусковий» 45% жиру (150 гр, 160 гр, 1,2-1,5 кг) 6.«Мааздам» 45% жиру (2,25-2,45 кг) 7.«Гауда» 45% жиру (150 гр, 1,2-1,5 кг, 2,25-2,45 кг, 4,9-5,1 кг) 8.«Мармуровий» 50% жиру (4,9-5,1 кг) 9.«Горіховий» з фенугреком 50 % жиру (2-2,5 кг, 4-5 кг) 10.«Пирятин» 50% (4,9-5,1 кг) 11.«Древньокиївський» 50% жиру (2,25 кг) 12.«Янтар» 60% жиру (220 гр, 330 гр)	1.«Король сирів» 50% жиру (150 гр, 160 гр, 1,2-1,5 кг, 2,25-2,45 кг, 4,9-5,1 кг, 7-9 кг) 2. «Вершковий» 50% жиру (150 гр, 160 гр, 1,2-1,5 кг, 2,25-2,45 кг, 4,9-5,1 кг, 7-9 кг) 3.«Сметанковий» 50% жиру (160 гр, 1,21-1,51 кг, 2,25-2,45 кг, 4-9-5,1 кг) 4.«Український» 50% жиру (150 гр, 160 гр, 1,2-1,5 кг, 2,25-2,45 кг, 4,9-5,1 кг, 7-9 кг). 5.«Голландський брусковий» 45% жиру (150 гр, 160 гр, 1,2-1,5 кг, 2,25-2,45 кг, 4,9-5,1 кг) 6.«Мааздам» 45% жиру (2,25-2,45 кг) 7.«Гауда» 45% жиру (150 гр, 1,2-1,5 кг, 2,25-2,45 кг, 4,9-5,1 кг) 8.«Мармуровий» 50% жиру (4,9-5,1 кг) 9.«Горіховий» з фенугреком 50 % жиру (2-2,5 кг, 4-5 кг) 10.«Пирятин» 50% (4,9-5,1 кг) 11.«Древньокиївський» 50% жиру (2,25 кг, 4,9-5,1 кг) 12.«Янтар» 60% жиру (220 гр, 330 гр)
Сир плавлений	1.«Янтар» 45% жиру (90 гр) 2. «Янтар» з шинкою 45 % жиру (стакан 90 гр) 3. «Янтар» зі шматочками грибів 45% жиру (90 гр) 4.«Король сирів» зі смаком та ароматом пряженого молока 60% жиру (220 гр, 90 гр) 5.«Голландський» 38% жиру (70 гр) 6. «Вершковий» 45% жиру (90 гр) 7. Сир плавлений скибковий з зеленню, 55% жиру (70 гр) 8. «Копчений різаний» 30% жиру (350-400 гр) 9.Сир плавлений скибковий «Дружба» 38% жиру (70 гр) 10. Сир плавлений з грибами, 38% жиру (70 гр) 11. Сир плавлений скибковий зі смаком та ароматом сиру чеддер, 38% жиру (70 грам). 12.Сир плавлений скибковий з шинкою, 38% жиру (70 гр)	1.«Янтар» 45% жиру (90 гр) 2. «Янтар» з шинкою 45 % жиру (стакан 90 гр) 3. «Янтар» зі шматочками грибів 45% жиру (90 гр) 4.«Король сирів» зі смаком та ароматом пряженого молока 60% жиру (220 гр, 90 гр) 5.«Голландський» 38% жиру (70 гр) 6. «Вершковий» 45% жиру (90 гр) 7. Сир плавлений скибковий з зеленню, 55% жиру (70 гр) 8. «Копчений різаний» 30% жиру (350-400 гр) 9.Сир плавлений скибковий «Дружба» 38% жиру (70 гр) 10. Сир плавлений з грибами, 38% жиру (70 гр) 11. Сир плавлений скибковий зі смаком та ароматом сиру чеддер, 38% жиру (70 грам). 12.Сир плавлений скибковий з шинкою, 38% жиру (70 гр)

Продовж. табл. 2.6

1	2	3
Сирні продукти тверді	1.«Український» 38% жиру (70 гр) 2.«Грація» 20% жиру (4,9-5,1 кг) 3.«Вершковий» 38% жиру (70 гр) 4. «Король сирів» зі смаком та ароматом пряженого молока 38% жиру (70гр) 5.«Парменталь» 40% жиру (150 гр, 160 гр, 2,25-2,45 кг, 4,9-5,1 кг)	1.«Український» 38% жиру (70 гр) 2.«Грація» 20% жиру (4,9-5,1 кг) 3.«Вершковий» 38% жиру (70 гр) 4. «Король сирів» зі смаком та ароматом пряженого молока 38% жиру (70гр) 5.«Парменталь» 40% жиру (150 гр, 160 гр, 2,25-2,45 кг, 4,9-5,1 кг)
Вершки	1.Різне фасування	1.Різне фасування

Джерело: складено за даними сайту підприємства – розділ «Продукція» [30].

Як свідчать дані табл. 2.6 ТОВ «Пирятинський сирзавод» виготовляє товарний мікс продукції, що включає:

1) ширину – номенклатуру – 4 товарні лінії;

2) глибину – асортимент:

2.1. «1 товарна лінія» – 12 позицій товарів-міксів у 2022 році і 2023 р.;

2.2. «2 товарна лінія» - 12 позицій товарів-міксів у 2022 р. і у 2023 році;

2.3. «3 товарна лінія» – 5 позицій товарів-міксів;

2.4. «4 товарна лінія» - 1 позиція товарів-міксів.

Разом товарний мікс продукції складається з 30 товарів-міксів у 2022-2023 роках, тобто оновлення асортиментного ряду продукції не відбувалося. Але підприємство розширило фасування товарного ряду продукції:

1) «Голландський брусковий» 45% жиру додано фасування - 2,25-2,45 кг, 4,9-5,1 кг; 2) «Древньокиївський» 50% жиру додано фасування 4,9-5,1 кг.

Товариство доповнює асортимент в нових формах фасування, нарощує обсяги виробництва плавлених сирів у фользі. Це є можливим завдяки досконалим рецептурам, направленим на досконалий смак. У 2024 році сир завод впровадив у виробництво «новинки» продукції:

1.«Король сирів» безлактозний 50% жиру (150 гр, 160 гр, 1,2-1,5 кг, 2,25-2,45 кг, 4,90-5,10 гр, 7-9 кг) (новинка 2024 року);

2. «Традиційний» 50% жиру (150 гр, 160 гр, 1,2-1,5 кг, 2,25 -2,45 кг, 4,9-5,1 кг, 7-9 кг) (новинка 2024 року);

3. «Янтарний» 60% жиру (100 гр, 220 гр, 330 гр) (новинка 2024 року).

Приклади асортиментного ряду продукції - рис. 2.3.

Рис. 2.3. Приклади товарного міксу продукції ТМ «Пирятин» [30]

Динаміка виробництва продукціх в розрізі товарного міксу - табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Динаміка виробництва продукції в розрізі товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Найменування видів, товарних груп	Вироблено продукції в натуральному виразі, тонн		Відхилення	
	2022	2023	Абсолютне, +/-	Відносне, %
1. Сир твердий	3647,1	4864,5	1217,4	33,38
2. Сир плавлений	1855,8	1773,1	-82,7	-4,46
3. Вершки	2939,5	2008	-931,5	-31,69
4. Сирні продукти тверді	3348,9	2127,6	-1221,3	-36,47

Джерело: складено за даними звітності ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Як показують розрахунки в табл. 2.7 динаміка виробництва продукції в розрізі товарного міксу сир заводу за аналітичні роки 2022-2023, показує що найбільше виробництво продукції припадає на сир твердий виробництво якого у 2022 році становило 3647,1 тонн, у 2023 році 4864,5 тонн, що більше на 33,38% за показник 2022 року. Виробництво сирів плавлених займало найменшу нішу у обсягах виробництва, які становили у 2022 році 1855,8 тонн, у 2023 році 1773,1 тонн, або на 4,46 % менше показника 2022 року. Виробництво вершків у 2022 році сягало 2939,5 тони, у 2023 році 2008 тон, що менше показника 2022 року на 31,69%. Виробництво сирних продуктів твердих у 2022 році - 3348,9 тонн, у 2023 році 2127,6 тони, або на 36,47 % менше 2022 року.

Динаміка структури товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод» у вартісному виразі у 2022-2023 роках, яка досліджена в табл. 2.8 свідчить про певні результати.

Таблиця 2.8

Динаміка структури товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Найменування видів, товарних груп	Вироблено продукції у вартісн. виразі, тис. грн.		Структура асортименту, %		Відхилення у стр-рі, %
	2022	2023	2022	2023	
1. Сир твердий	608969,4	859990,5	44,30	59,45	15,15
2. Сир плавлений	202247,1	217773,6	14,71	15,05	0,34
3. Вершки	187128	139462,1	13,61	9,64	-3,97
4. Сирні продукти тверді	376365,7	229309,9	27,38	15,85	-11,53
Разом	1374710	1446536	100	100	0

Джерело: складено за даними звітності ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Аналіз показав, що:

1) сиру твердого у 2022 році вироблено на суму 608969,4 тис.грн., у 2023 році 859990,5 тис.грн., що більше на 15,15% порівняно з 2022 роком;

2) сиру плавленого у 2022 році вироблено на суму 202247,1 тис.грн., у 2023 році на суму 217773,6 тис.грн., що більше на 0,34%;

3) сирні продукти тверді у 2022 році становили 376365,7 тис.грн., у 2023 році 229309,9 тис.грн., що менше попереднього року на 11,53%;

4) виробництво вершків у 2022 році становило на суму 187128 тис.грн., у 2023 р. 139462,1 тис.грн., що менше на 3,97 % відносно 2022 року.

У табл. 2.9 представлений обсяг реалізованої продукції товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки.

Таблиця 2.9

Обсяг реалізації товарного міксу продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки

Найменування видів, товарних груп	Реалізовано продукції у натуральному виразі, тонн		Реалізовано продукції у грошовій формі, тис. грн.	
	2022	2023	2022	2023
1. Сир твердий	3541,1	4360,3	591270,2	770853,4
2. Сир плавлений	1834,4	1751,8	199914,9	215157,5
3. Вершки	2939,5	2008	187128,8	139462,1
4. Сирні продукти тверді	3893,6	2094,9	437581,8	225785,6

Джерело: складено за даними звітності підприємства.

Обсяг реалізації товарного міксу продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки показав, що найбільше продукції реалізовано в грошовій формі – це сиру твердого, а саме у 2022 році на суму 591270,2 тис.грн., у 2023 році - 770853,4 тис.грн., сиру плавленого у 2022 році на суму 199914,9 тис.грн., у 2023 році 215157,5 тис.грн., сирних продуктів твердих у 2022 році на суму 437581,8 тис.грн., у 2023 році на суму 225785,6 тис.грн., вершків реалізовано у 2022 році на суму 187128,8 тис.грн., у 2023 році 139462,1 тис.грн. Щодо реалізації продукції в натуральних одиницях, то реалізовано найбільше сиру твердого у 2023 році, друге місце належить - сирним продуктам твердим, потім вершкам і сиру плавленому – найнижча позиція. Деяких продуктів, а саме сиру плавленого у 2023 році, було реалізовано більше ніж вироблено, за рахунок залишків на складах у вигляді готової продукції, яка була у попередніх періодах.

В табл. 2.10 наведена структура обсягів реалізації товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки.

Таблиця 2.10

Структура обсягів реалізації товарного асортименту продукції в грошовій формі ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки

Найменування видів, товарних груп	Реалізовано продукції у грошовій формі, тис. грн.		Структура, %		Відхилення у структурі, %
	2022	2023	2022	2023	
1. Сир твердий	591270,2	770853,4	41,76	57,05	15,29
2. Сир плавлений	199914,9	215157,5	14,12	15,92	1,8
3. Вершки	187128,8	139462,1	13,22	10,32	-2,9
4. Сирні продукти тверді	437581,8	225785,6	30,90	16,71	-14,2
Разом	1415896	1351259	100	100	0

Джерело: складено за даними звітності підприємства.

Найбільше реалізовано сиру твердого – 41,76% у 2022 році і 57,05 % у 2023 році; сирних продуктів твердих у 2022 році 30,90%, у 2023 році 16,71 %; сиру плавленого у 2022 році 14,12 %, у 2023 році 15,92%; вершків у 2022 році 13,2%, а у 2023 році 10,32%. В структурі зріс обсяг реалізації сиру плавленого сиру твердого. Рис. 2.4 – представили динаміку структури обсягів реалізації товарного міксу продукції сирзаводу.

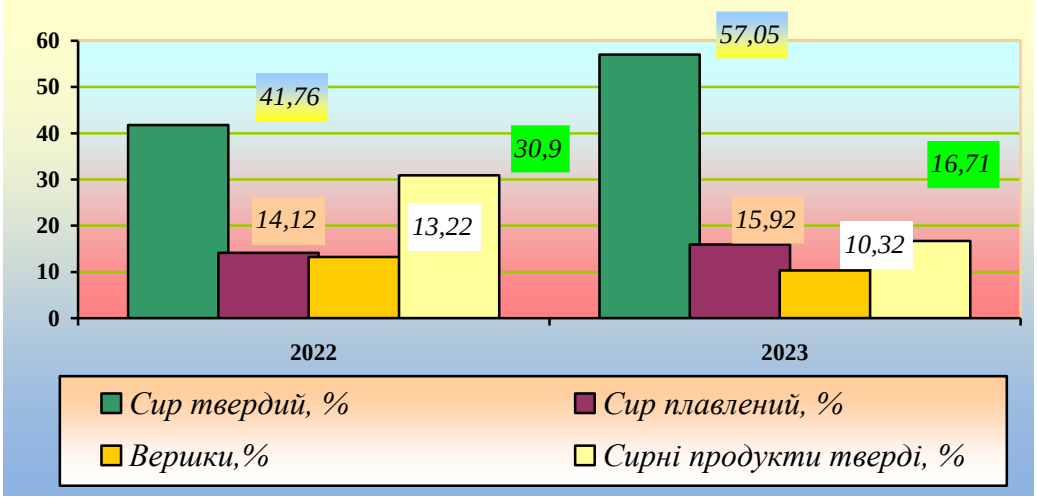

Рис. 2.4. Динаміка структури обсягів реалізації товарного міксу продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Джерело: складено автором на основі проведених розрахунків табл. 2.10.

Обсяг сукупного доходу і дохід від асортиментних позицій продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки та від всіх видів діяльності наведений в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції у розрізі асортиментних позицій та загальний сукупний дохід ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки

Найменування	Рік		Відхилення	
	2022	2023	абсолютне, +/-	відносне, %
1.Обсяг реалізації основних видів продукції в розрізі асортиментних груп, в тому числі: тис.грн.	1415896	1351259	-64637	-4,57
1.сир твердий	591270,2	770853,4	179583,2	30,37
2.сир плавлений	199914,9	215157,5	15242,6	7,62
3.вершки	187128,8	139462,1	-47666,7	-25,47
4.сирні продукти тверді	437581,8	225785,6	-211796	-48,40
2.Оптова і роздрібна торгівля й надання послуг, тис.грн.	97736,4	204789,1	107052,7	109,53
3.Обсягдоходу від інших видів діяльності за КВЕД, тис.грн.	239972,6	162257,9	-77714,7	-32,38
Всього чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн.	1753605	1718306	-35299	-2,01

Джерело: складено за даними економічної звітності сирзаводу.

Крім виробництва і реалізації основного виду продукції товариство здійснює оптову і роздрібну торгівлю й надання послуг та експортує її за

кордон. Обсяг реалізації основних видів реалізації продукції у 2022 році становив 1415896 тис.грн., у 2023 році 1351259 тис.грн., що менше на 4,57% порівняно з 2022 роком.

Оптова та роздрібна торгівля, реалізація інших молочних та немолочних продуктів, молочної сировини, наданих послуг у 2022 році принесла дохід що дорівнював 97736,4 тис.грн., у 2023 році - 204789,1 тис. грн. , що більше на 109,53%.

Обсяг доходу від інших видів діяльності за КВЕД за 2022 рік становила 239972,6 тис. грн., у 2023 році 162257,9 тис.грн., що менше на 32,38% порівняно з 2022 роком.

Аналіз свідчить про те що, обсяг реалізованої продукції від основних видів діяльності у 2022-2023 роках становив найбільшу суму від загального сукупного доходу від вісіх видів діяльності.

Проаналізуємо середньореалізаційні ціни і повні витрати на виробництво і реалізацію продукції у розрізі асортиментних позицій ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки в табл. 2.12.

Таблиця 2.12

Середньореалізаційні ціни та повні витрати на виробництво і реалізацію продукції у розрізі асортиментних позицій сирзаводу

Найменування видів, товарних груп	Середньореалізаційні ціни, грн/кг		Абсолютне відхилення серед-них цін (+,-)	Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції, тис.грн.		Абсолютне відхилення повних витрат, (+,-)
	2022	2023		2022	2023	
Сир твердий	167	176,7	9,7	555793,99	747727,80	191933,81
Сир плавлений	108,9	122,8	13,9	179923,41	202248,05	22324,64
Вершки	63,6	69,4	5,8	164673,34	128305,13	-36368,21
Сирні продукти тверді	112,3	107,7	-4,6	389447,80	209980,61	-179467,19

Джерело: складено за даними економічної звітності сирзаводу.

Як свідчать проведені розрахунки в табл. 2.12, середньореалізаційні ціни на сир твердий у 2022 році становили 167 грн./кг, у 2023 році зросли на 9,7 грн./кг і дорівнювали 176,7 грн./кг.

Сир плавлений також подорожчав, а саме у 2022 році ціна становила 108,9 грн./кг, а у 2023 році 122,8 грн/кг, або більше на 13,9 грн./кг.

Середньореалізаційна ціна сирних продуктів твердих у 2022 році за 1 кг становила 112,3 грн./кг, у 2023 році 107,7 грн./кг, або зменшилася на 4,6 грн./кг.

Середньореалізаційна ціна вершків у 2022 році коштувала 63,6 грн/кг, у 2023 році ціна становила 69,4 грн/кг, або збільшилася на 5,8 грн./кг.

Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції у 2022 році на сир твердий становили 555793,99 тис.грн., у 2023 році зросли на 747727,8 тис.грн. відносно 2022 року.

Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції на сир плавлений у 2022 році становили 179923,41 тис.грн., у 2023 році 202248,05 тис.грн., тобто збільшилися на 22324,64 тис.грн.

Повні витрати на сирні продукти тверді у 2022 році становили 389447,8 тис.грн., у 2023 році зменшилися на 179467,19 тис.грн. або становили 209980,61 тис.грн. у 2023 році.

Повні витрати на виробництво і реалізацію вершків становили у 2022 році 164673,34 тис.грн., у 2023 році зменшилися на 36368,21 тис.грн. і дорівнювали 128305,13 тис.грн.

Здійснемо дослідження ступеня раціональності асортимену ТОВ «Пирятинський сирзавод».

Оцінимо ступінь раціональності структури асортименту за допомогою кореляції рангу випуску і рангу рентабельності ТОВ «Пирятинський сирзавод» за формулою (2.1):

$$K_{рса} = 1 - \frac{6\sum_{i=1}^{n}(P_{ві} - P_{рі})^2}{n(n^2 - 1)}$$

де Крса – коефіцієнт раціональності структури асортименту; n – число виробів в асортименті; Рві – ранг випуску; Ррі – ранг рентабельності.

Вихідні дані для розрахунку коефіцієнта раціональності структури асортименту представлені у табличній формі (табл. 2.13, табл. 2.14).

Таблиця 2.13

Вихідні дані для оцінювання раціональності структури асортименту (товарного міксу) ТОВ «Пирятинський сирзавод» у 2022 році

Найменування асортиментних позицій (асортиментних груп)	Питома вага випуску, %	Рентабельність продукції, %	Ранг випуску, Рв	Ранг рентабельності, Рр	Різниця рангів, (Рв-Рр)	Квадрат різниці рангів
1	2	3	4	5	6	7
1.Сир твердий	41,76	6,38	1	4	-3	9
2. Сир плавлений	14,12	11,11	3	3	0	0
3. Вершки	13,22	13,64	4	1	3	9
4.Сирні продукти тверді	30,90	12,36	2	2	0	0
Разом	100	-	-	-	-	18

Джерело: складено і розраховано автором.

Розрахуємо коефіцієнт раціональності структури сирзаводу за 2023 рік:

$$К_{рса_2021} = 1 – (6 * (9+9)) / [4 * (16 – 1)] = -0,8$$

Таблиця 2.14

Вихідні дані для оцінювання раціональності структури асортименту (товарного міксу) ТОВ «Пирятинський сирзавод» у 2023 році

Найменування асортиментних позицій (асортиментних груп)	Питома вага випуску, %	Рентабельність продукції, %	Ранг випуску, Рв	Ранг рентабельності, Рр	Різниця рангів, (Рв-Рр)	Квадрат різниці рангів
1	2	3	4	5	6	7
1.Сир твердий	57,05	3,09	1	4	-3	9
2. Сир плавлений	15,92	6,38	3	3	0	0
3. Вершки	10,32	8,70	4	1	3	9
4.Сирні продукти тверді	16,71	7,53	2	2	0	0
Разом	100	-	-	-	-	18

Джерело: складено і розраховано автором.

Розрахуємо коефіцієнт раціональності структури сирзаводу за 2023 рік:

$$К_{рса_2022} = 1 – (6 * (9+9) / [4 * (16 – 1)] = -0,8$$

Загальна інформація щодо розрахунку коефіцієнтів раціональності товарного міксу за 2022-2023 роки сирзаводу наведені в табл. 2.15.

Таблиця 2.15

Динаміка показника раціональності товарного міксу (асортименту) ТОВ «Пирятинський сирзавод» 2022-2023 роки

Показник	2022 рік	2023 рік
Коефіцієнт раціональності асортименту	-0,8	-0,8
Нормативне значення (0,6 і більше)	≥ 0,6	≥0,6

Джерело: складено і розраховано автором.

Коефіцієнт раціональності структури асортиментного портфеля може змінюватися від – 1,0 до + 1,0 (із підвищенням рангу одного із параметрів ранг іншого параметра зменшується, і навпаки). При раціональній структурі асортиментного портфеля має місце сильний зв'язок між обсягами виробництва продукції асортименту і рентабельністю. Якщо Крса ≤ 0,6, то структура асортиментного портфеля оцінюється як нераціональна і потребує поліпшення.

Отож, розрахувавши коефіцієнт раціональності структури асортименту (товарного міксу) ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки, можна зробити висновок, що його значення у 2022 році і 2023 році становило менше нормативного значення 0,6, а саме у 2022 році і у 2023 році (-0,8), що свідчить про нераціональність структури асортименту в аналітичних роках, що суттєво впливає на економічні показники діяльності товариства та є негативним моментом в господарській діляьності товариства і свідчить про неефективну роботу.

2.3. Дослідження факторів формування товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод» за допомогою матриці Дібба-Сімкіна

Проведемо дослідження факторів формування товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод» за допомогою матриці Дібба-Сімкіна.

Для проведення аналізу використаємо аналітичну внутрішню економічну звітність товариства ТОВ «Пирятинський сирзавод».

Метод оцінки продуктового портфеля «Дібба-Сімкіна» дозволяє визначити основні напрямки розвитку окремих товарних груп, виявити пріоритетні позиції товарного міксу, оцінити ефективність структури асортименту і шляхи її оптимізації.

Для аналізу використовуються дані про динаміку продажів і змінних витрат і на основі їх співвідношення товар відноситься до однієї з 4 груп.

Для проведення розрахунків було використано інформацію про обсяги реалізації продукції, чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, змінні витрати на виробництво та реалізацію продукції, фінансовий внесок у покриття витрат, темпи приросту обсягів реалізованої продукції та питома вага фінансового внеску СГП в покриття витрат

Представимо розрахунки і дані для побудови матриці Дібба-Сімкіна за 2022 рік в табл. 2.16.

Таблиця 2.16

Розрахунок показників для побудови матриці Дібба-Сімкіна за 2022 рік

Найменування асортиментних груп	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис.грн.		Змінні витрати на виробництво та реалізацію продукції, тис.грн.	Фінансовий внесок асортиментних груп у покриття витрат, тис.грн.	Питома вага фінансового внеску СГП в покриття витрат,%	Темпи приросту обсягів реалізації продукції, %
	2021	2022	2022	2022	2022	2022
Сир твердий	485183,3	591270,2	462815,21	128454,99	32,43	21,87
Сир плавлений	102002,6	199914,9	133323,25	66591,65	16,81	95,99
Вершки	198503,2	187128,8	133747,69	53381,11	13,48	-5,73
Сирні продукти тверді	360787,1	437581,8	289866,00	147715,80	37,29	21,29
Разом	1080991	1415896	1019752,15	396143,85	100	30,98

Джерело: складено і розраховано автором.

Розрахунки для побудови матриці Дібба-Сімкіна за 2023 рік представимо в табл. 2.17.

Таблиця 2.17

Розрахунок показників для побудови матриці Дібба-Сімкіна за 2023 рік

Найменування асортиментних груп	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис.грн.		Змінні витрати на виробництво та реалізацію продукції, тис.грн.	Фінансовий внесок асортиментних груп у покриття витрат, тис.грн.	Питома вага фінансового внеску СГП в покриття витрат,%	Темпи приросту обсягів реалізації продукції, %
	2022	2023	2023	2023	2023	2023
Сир твердий	591270,2	770853,4	622640,41	148212,99	46,57	30,37
Сир плавлений	199914,9	215157,5	149865,81	65291,69	20,52	7,62
Вершки	187128,8	139462,1	104209,43	35252,67	11,08	-25,47
Сирні продукти тверді	437581,8	225785,6	156288,57	69497,03	21,84	-48,40
Разом	1415896	1351259	1033004,21	318254,79	100	-4,57

Джерело: складено і розраховано автором.

Для визначення вертикальної лінії поділу поля матриці Дібба-Сімкіна на зони за 2022 рік ТОВ «Пирятинський сирзавод» і 2023 рік розрахуємо середнє значення між мінімальною та максимальною величинами темпів приросту обсягів реалізації продукції товариства:

$$Т_{2022} = (-5,73+95,99)/2 = 45,13$$

$$Т_{2023} = (-48,4+30,37)/2 = -9,02$$

Розрахуємо середнє значення між мінімальною і максимальною величинами питомої ваги фінансового внеску СГП в покриття витрат за 2022-2023 роки ТОВ «Пирятинський сирзавод» для визначення горизонтальної лінії поділу поля матриці:

$$П_{2022} = (13,48+37,29)/2 = 25,39$$

$$П_{2023} = (11,08+46,57)/2 = 28,83$$

На основі даних вказаних вище побудуємо матрицю Дібба-Сімкіна за 2022 рік на рис. 2.6.

Рис. 2.6. Матриця Дібба-Сімкіна за 2022 рік

Проведемо аналіз матриці Дібба-Сімкіна за 2022 рік для ТОВ «Пирятинський сирзавод»:

1)найбільш цінна у 2022 р. для ТОВ «Пирятинський сирзавод» група «А» куди, на жаль, не ввійшла жодна асортиментна позиція продукції сирзаводу;

2) до зони «В1» потрапив «Сир плавлений» у 2022 році, тому варто виявити шляхи підвищення доходності цієї продукції (збільшення цін, пошук більш вигідних постачальників для зниження собівартості т.д.), так як за рахунок великих об'ємів продажу, навіть незначний ріст прибутковості призведе до відчутного росту прибутку ТОВ «Пирятинський сирзавод»;

3) «В2» – у 2022 році «Сирні продукти тверді» і «Сир твердий» потрапили до цієї групи. Необхідно шукати можливості для збільшення продажу продукції даної групи (проведення промоакцій, реклами). Завдяки високій рентабельності продукції цієї групи темпи зростання прибутку ТОВ «Пирятинський сирзавод» будуть вище темпів зростання продажу цих продуктів;

4) «С» – «Вершки» у 2022 році найменш цінний для сирзаводу продукт. Необхідно розглянути можливості заміни цього продукту з цієї групи, а також оцінити ефективність виключення найменш прибуткових продуктів.

На основі даних побудуємо матрицю Дібба-Сімкіна за 2023 рік на рис. 2.7 для ТОВ «Пирятинський сирзавод».

Рис. 2.7. Матриця Дібба-Сімкіна за 2023 рік

Як показують проведені розрахунки, у 2023 році по ТОВ «Пирятинський сирзавод» порівнюючи з показниками 2022 року, то:

1) зона «А» у 2023 році порівнюючи з 2022 роком збагатилася новою асортиментою позицією «Сир твердий», який мігрував з 2022 року із зони «В2». Продукція даної зони є найбільш цінною для підприємства;

2) зона «В1», як і у 2022 році містить асортименту позицію «Сир плавлений» - тому варто виявити шляхи підвищення доходності цієї продукції;

3) зона «В2» у 2023 році, на жаль залишилася без жодної асортиментної позиції продукції сирзаводу, тоді як у 2022 році там був «Сир твердий» і «Сирні продукти тверді»;

4)зона «С» на одну асортименту позицію у 2023 році збагатіла і до позиції «Вершки», які зберегли місце з 2022 року додалася позиція «Сирні продукти тверді» - це найменш цінні для сирзаводу продукти.

Як вказувалося, варто дослідити можливість заміни продуктів з цієї групи, або взагалі оцінити ефективність виключення найменш прибуткових продуктів.

Отож, проводячи таку діагностику, сирзавод має можливість визначити перспективи розвитку асортименту.

Проаналізуємо СГП у контексті стратегічних господарських підрозділів (СГП) в табл. 2.18.

Таблиця 2.18

Структура господарського портфелю за результатами матриці Дібба-Сімкіна ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки

Показник	2022 рік		2023 рік		Відхилення у стр-рі, %
	тис.грн.	%	тис.грн.	%	
Загальний обсяг виробництва, в т. ч:	1415896	100	1351259	100	X
Група «А»	0	0	770853,4	57,05	57,05
Група «В1»	199915	14,12	215157,5	15,92	1,8
Група «В2»	1028852	72,66	0	0	-72,66
Група «С»	187129	13,22	365247,7	27,03	13,81

Джерело: розраховано і згруповано автором.

Отож, можна зробити висновок щодо СГП ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки:

1) перша позиція група «А» - у 2023 роках зайняла вигідну нішу до її складу увійшов «Сир твердий» - найбільш цінних продукт для ТОВ «Пирятинський сирзавод», який займав в загальній структурі 57,05%;

2) друга позиція група «В1» - у 2023 році включала асортименту позицію «Сир плавлений», який становив в загальній структурі виробництва 15,92% або 215157,5 тис.грн. і переважали показник 2022 року на 1,8%;

3) група «В2» залишилася без товарного асортименту у 2023 році і становила 0% в загальній структурі, якщо порівняти з 2022 роком, або зменшилася на 72,66%;

4) група «С», до складу якої входили «Вершки» у 2022 році, у 2023 році розширилися позицією «Сирні продукти тверді» займали 27,03 % у загальній структурі господарського портфеля у 2023 році, а їх сума становила 365247,7 тис.грн.

Можна зробити висновок, що асортиментний мікс ТОВ «Пирятинський сирзавод» є недостатньо збалансованим, що свідчить про недостатньо стабільний та неповністю раціональний товарний мікс сирзаводу у 2022-2023 роках.

В табл. 2.19 представимо ступінь збалансованості товарного міксу товариства за 2022-2023 роки.

Таблиця 2.19

Ступінь збалансованості товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2023 рік для визначення перспектив збалансування

Асортиментна група	Частка СГП (теоретична),%	Частка СГП (фактична),%
Група «А»	≥ 40-50	57,05
Група «В1»	≤ 25	15,92
Група «В2»	≤ 20	0
Група «С»	≤ 5	27,03

*Джерело:*складено і згруповано автором.

Таким чином, невідповідні допустимі значення по асортиментним групам «В2», «С» роблять асортимент продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» у 2023 році не збалансованим, тому товариству потрібно шукати напрямки вирішення і підтримки його збалансованості й впровадити або реалізувати заходи для покращення асортиментних позицій на ринку.

Для вирішення асортиментної проблеми ТОВ «Пирятинський сирзавод» потрібно розширювати асортиментні позиції зони «А» новими або удосконаленими продуктами, які б в перспективі принесли значний дохід товариству, адже продукти групи «А», є еталонами при виборі нового продукту для включення його в асортимент, який в даному випадку його потрібно розширювати, варто розширювати канали продажу і реалізації існуючої продукції завдяки проведеню промоакцій, реклами.

Нові перспективні заходи дозволять отримати ТОВ «Пирятинський сирзавод» високу рентабельність, тому товариство отримає більші темпи зростання прибутку порівняно з темпами зростання реалізації.

Щодо асортиментної зони «В1» де місце знайшли «Сир плавлений» і «Сир твердий» у 2023 році – то варто підвищувати дохідність продукції цієї групи.

Висновки до розділу 2

Провівши дослідження товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод» можна зробити наступні висновки. Одним із підприємств молочної галузі є

ТОВ «Пирятинський сирзавод», продукція якого відома під ТМ «Пирятин», що на разі входить до складу групи компаній «Молочний альянс». Проаналізували комерційні види діяльності товариства, постачальників основної сировини – молока, дослідили основні види постачання ресурсів, та їх частку в собівартості реалізованої продукції. Проаналізували канали і методи збуту продукції– це оптова і роздрібна торгівля та прямий і непрямий канали збуту і основних споживачів. Представили основні економічні показники діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2022-2023 роки, які показали, що у 2022 році сирзавод працював прибутково і товариство отримало 113548 тис.грн. чистого прибутку, а у 2023 році (-38588). Презентували асортиментний ряд продукції в розріз його складових в контексті глибини і ширини асортименту. Встановили, що номенклатуру складають 4 товарні лінії, що складається з 30 товарів-міксів у 2022-2023 роках. Було проведено динаміку виробництва продукції в розрізі натурального виразу, де найбільше припадало на сир твердий виробництво якого у 2022 році становило 3647,1 тонн, у 2023 році склало 4864,5 тони, що менше на 33,38% 2022 року. Найбільше реалізовано сиру твердого – 41,76% у 2022 році і 57,05 % у 2023 році; сирних продуктів твердих у 2022 році 30,90%, у 2023 році 16,71 %; сиру плавленого у 2022 році 14,12 %, у 2023 році 15,92%; вершків у 2022 році 13,2%, а у 2023 році 10,32%.

Здійснили оцінку сукупних доходів від реалізації товарного асортименту продукції товариства. Обсяг реалізації основних видів реалізації продукції у 2022 році становив 1415896 тис.грн., у 2023 році 1351259 тис.грн., що менше на 4,57% порівняно з 2022 роком.

Проаналізували середньореалізаційні ціни. Провели дослідження ступеня раціональності асортимену сирзаводу за допомогою кореляції рангу випуску і рангу рентабельності, який дозволив зробити висновок, що його значення у 2022 році і 2023 році становило менше нормативного значення 0,6, а саме (-0,8), що свідчить про нераціональну структуру асортименту за ці роки.

Провели дослідження факторів формування товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод» за допомогою матриці Дібба-Сімкіна, який показав, що асортимент ТОВ «Пирятинський сирзавод» є недостатньо збалансованим, що свідчить про недостатньо стабільний та неповністю раціональний товарний мікс сирзаводу у 2022-2023 роках.

Невідповідні допустимі значення по асортиментним групам «В2» і «С», роблять асортимент продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» у 2023 році не збалансованим, тому товариству потрібно шукати напрямки його збалансування і впровадження заходів для покращення асортиментних позицій на ринку, розширення виробництва нових або удосконалених молочних продуктів чи інших шляхів збалансування і набуття раціональності товарного міксу.

РОЗДІЛ 3
РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ТОВАРНОГО МІКСУ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Основні напрямки удосконалення товарного міксу підприємства

За отриманими результатами розділу 2 кваліфікаціної роботи відносно оцінювання товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод» окреслимо пріоритетні напрямки з ціллю подальшого розвитку діяльності сирзаводу.

За аналізом економічних показників діяльності ТОВ "Пирятинський сирзавод", які представлені в табл. 2.5, у 2022 році спостерігалася прибуткова діяльність товариства, а у 2023 році товариство мало негативний фінансовий результат діяльності - збиток, зменшення чистого доходу від реалізації продукції і підвищення собівартості реалізованої продукції. Це свідчить про неефективність діяльності товариства. У зв'язку з цим пропонуємо наступні шляхи збільшення обсягів збуту продукції товариства:

- впровадження у виробництво нової або удосконалення продукції;
- поліпшення комунікаційної політики збуту – проведення розіграшів, знижок, збільшення обсягів продажу продукції;
- відкриття фірмового магазину та інші.

У сучасних умовах посилення конкуренції серед виробників сирномолочної продукції фінансові результати підприємства все більше залежать від здатності реалізувати продукцію, а не від виробничих можливостей. Тому було запропоновано варіанти потенційних каналів для отримання додаткового прибутку за рахунок ефективного використання ресурсів заводу. Одним з перших завдань є розробка пропозицій зі збільшення обсягів реалізації продукції та впровадження нових видів продукції в зону «А» за результатами аналізу матриці Дібба-Сімкіна.

Загалом товарний мікс ТОВ «Пирятинський сирзавод» є середньо збалансованим та приносить товариству прибуток, але варто підтримувати раціональність асортименту та стимулювати його розвиток, тобто розробляти нові асортиментні позиції для залучення нової аудиторії і отримання значних переваг перед конкурентами, проводити розіграші, знижки на ціну.

Стратегією діяльності на наступні роки сирзаводу є зростання експорту молочних продуктів і розширення національного ринку. На внутрішньому ринку, збільшення обсягів планується завдяки розширенню асортименту сирів плавлених, нових видів сирів, розширенню асортименту сирів твердих з фіксованою вагою, що, звичайно, є рухом в напрямку більшої зручності для споживача. Представимо основні маркетингові напрямки розвитку сирзаводу для удосконалення товарного міксу в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Основні маркетингові напрямки розвитку ТОВ «Пирятинський сирзавод» для удосконалення товарного міксу

№	Напрямок	Характеристика і зміст
1	Розширення асортименту продукції	1.Введення нових видів і сортів сирів (крафтові, авторські) – до прикладу, сир «Мюсост» 2. Розробка низькокалорійних, безлактозних сирів (сирпродуктів) 3. Створення сирних снеків, готових до вживання сирних продуктів
2	Інноваційна діяльність у виробництво	1.Впровадження технологій виробництва сирів органічних. 2.Розробка видів сирів із додаванням функціональних інгредієнтів, наприклад – пробіотики, вітаміни
3	Упаковка та форма випуску	1.Розробка зручної упаковки для подорожей або пікніків, заходів відпочинку 2.Створення подарункових сирів у вигляді наборів 3.Впровадження екологічної упаковки, що має вторинну переробку
4	Спеціалізовані продукти	1.Розробка сирів для професійного використання для ресторанів, кондитерських 2.Створення сирів для дитячого харчування
5	Сезонні пропозиції	1.Випуск лімітованих серій сирів до свят або сезонів
6	Колаборації	1.Спільні проекти з відомиим шеф-кухарями або ресторанами (наприклад, ТОВ «Київський БКК - проєкт з шеф-кухарем Ектором Хіменес-Браво») 2.Створення сирів з локальними виробниками інших продуктів (наприклад, з виноробами)
7	Диверсифікація	1.Розширення асортименту молочної продукції (маргарин, масло)
8	Персоналізація	1.Запуск лінійки сирів, які можна кастомізувати (наприклад – додавання різних добавок на вибір чи спецій)

Джерело: розроблено і складено автором.

Для збалансування і підтримки раціональності товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод», стимулювання продажів і оновлення асортименту, підвищення доходу і, як наслідок, чистого прибутку ТОВ «Пирятинський сирзавод» запропоновано:

1.Впровадження у виробництво новинки товару-мікс сир «Мюсост».

2.Проведення інтерактивних конкурсів, акцій в Instagram, розіграшів призів серед підписників з простими умовами участі (відео-гра «Сирна рулетка»).

3. Маркетингові методи просування продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» на ринки країн Європейського Союзу.

1.Впровадження у виробництво - сиру «Мюсост». Встановлено, що керівництву сирзаводу потрібно скорочувати обсяг продукції, яка є менш рентабельною, виробництво яких є неприбутковими, і нарощувати дохідні позиції асортименту.

Пропозиції удосконалення товарного асортименту сирзаводу пропонуємо вносити для ТОВ «Пирятинський сирзавод» відповідно до отриманих результатів аналізу товарного міксу проведено за допомогою матриці Дібба-Сімкіна. Пропонуємо виробництво сиру «Мюсост».

Таким чином можна збалансувати асортимент ТОВ «Пирятиснький сирзавод». На рис. 3.1. представимо приклад сиру «Мюсост».

Рис. 3.1. Сирна візитівка Норвегії - Сир «Мюсост» з сироватки коров'ячого молока (побічний продукт) для розширення товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод»

В умовах сучасного ринку успішними стають підприємства, які ефективно балансують доходи та витрати, виробляють конкурентоспроможну продукцію та вміло прогнозують обсяги продажів.

Факторами успіху є раціональне використання ресурсів, підвищення ефективності виробництва та постійне вдосконалення якості продукції.

Для зони «А» - пропонуємо розширювати асортимент новими або удосконаленими сирномолочними продуктами.

Для зони «В1» - куди ввішли у 2023 році «Сир плавлений» - пропонуємо підвищувати дохідність продукції, внаслідок підвищення цін, пошуку більш вигідних постачальників для зниження собівартості продукції даної зони.

Для зони «С» - куди ввішли у 2023 році «Сирні продукти тверді» і «Вершки» - пропонуємо розширювати канали реалізації продукції завдяки проведення промоакцій, реклами.

Щодо маркетингових комунікацій, основним інструментом є веб-сайт компанії, де представлена інформація про діяльність, історію створення та адреси офісів в Україні. Через сайт можна встановити контакт з потенційними клієнтами за допомогою зворотного зв'язку, а через соціальні мережі залучати нових покупців. Тому, на сторінці бренду Пирятин в Instagram публікується повідомлення з умовами участі в розіграші. Умови можуть бути простими: відмітити в коментарях трьох друзів, підписатися на сторінку бренду, а через кілька днів випадковим чином оберуть переможців.

Приклади оформлення постів з інформацією про проведення заходів представлені на рис. 3.2.

Рис. 3.2. Приклад розіграшу у соціальній мережі Instagram ТМ «Пирятин»

Джерело: запропоновано автором.

2.Відео-гра з швидкозмінними зображеннями «Сирна рулетка».

Бонусне завдання: учаснику пропонується зіграти у гру "Сирна рулетка" – це відео-гра на сайті ТОВ «Пирятинський сирзавод», а оголошення про відео-гру публікується в Instagram. Підписнику потрібно спіймай момент, коли з'являться 3 однакових сири, зробити скріншот та додати його до своїх сторіс з відміткою сторінки в Instagram @pyryatyn_cheese (Пирятинського сиру) і підписати на їх сторінку в Instagram. Серед учасників розіграшу випадковим чином оберуть переможця, який, виконавши всі умови, отримає приз у вигляді сиру ТМ "Пирятин".

Правила гри «Сирна рулетка»:1.Натисніть "Почати гру" щоб запустити прокрутку сирів. 2.Спіймайте момент, коли з'являться 3 однакових сири. 3.Зробити скріншот своєї перемоги. 4.Поділіться результатом у своїх сторіз з відміткою сторінки в Instagram сторінки @pyryatyn_cheese (Пирятинського сиру) і підписати на сторінку сирзаводу в Instagram.

На рис. 3.3 відобразимо приклад відео-гри «Сирна рулетка».

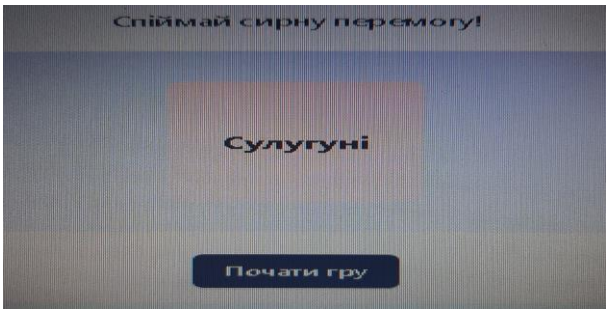

Рис. 3.3. Приклад відео-гри «Сирна рулетка»

Джерело: запропоновано автором.

Результати опублікують на сторінці ТОВ «Пирятинський сирзавод» в Instagram. Доставка призів відбудеться по всій Україні за рахунок ТМ "Пирятин", адже розіграш проводиться лише для жителів України. Переможці будуть обрані випадковим чином через Random.org. Акаунт учасника має бути відкритим до кінця розіграшу, а в кінці розіграшу переможці повинні додати яскраве фото з сирною нарізкою та призами.

3.Маркетингові методи просування продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» на ринки країн Європейського Союзу.

Для просування своєї продукції на ринки ЄС ТОВ «Пирятинський сирзавод» потрібно активно використовувати різні підходи та методи впливу, які представимо в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Маркетингові методи просування продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» на ринки країн Європейського Союзу

№	Назва методу	Пропозиції маркетингового просування
1	Адаптація продуктів для потреб нових ринків	Наприклад, відповідність вимогам прийнятих стандартів якості, наявність у продуктах поживних речовин і мінералів, які стають конкурентними для покупців.
2	Зміна дизайну продукції	Європейців більше приваблюють яскраві етикетки з переважаючими насиченими відтінками кольорів.
3	Побудова піар компанії для комунікації зі споживачем	Створення регіональних сайтів та сторінок у соціальних мережах. Регулярне інформування споживачів про новинки та акції.
4	Соціальна та екологічна відповікгьність	Купуючи продукцію бренду споживачі вірять, що роблять свій вклад в покращення навколишнього середовища – створення екологічної упаковки

Джерело: розроблено автором.

Переваги запропонованих заходів для ТОВ «Пирятинський сирзавод».

Запропоновані маркетингові заходи є відносно простими, але здатні викликати значний інтерес у цільової аудиторії до продукції ТМ «Пирятин» і суттєво збільшити обсяги продажів. ТОВ «Пирятинський сирзавод» щорічно виділяє значні кошти на реалізацію програм з надання знижок та бонусів, що підтримує лояльність споживачів. Запропоновані напрямки допоможуть покращити збутову діяльність, збалансувати товарний мікс товариства, зміцнити позиції ТМ «Пирятин» на ринку сирної продукції, нарощуючи національний і експортний виробничий й збутовий потенціали.

3.2. Розроблення заходу для удосконалення товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод»

З метою збалансування і підтримки раціональності товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод», стимулювання продажів і оновлення

асортименту, підвищення доходу і, як наслідок, чистого прибутку ТОВ «Пирятинський сирзавод» запропоновано розробити продукт «Новинка» Сир «Мюсост». Для ТОВ «Пирятинський сирзавод» це новий вид продукції, він розширить і збалансує асортиментний мікс. Для виготовлення сиру використовують сироватку коров'ячого молока - це є вигідною пропозицією для ТОВ «Пирятинський сирзавод», у зв'язку з тим що це побічний продукт, який є на ТОВ «Пирятинський сирзавод», що може бути використанийй для виготовлення сиру, тому і витрати на виробництво сиру «Мюсост» будуть меншими за рахунок власної сировини. За рецептурою орієнтовно з 8-10 літрів коров'ячої сироватки, можна отримати 1 – 1,2 кг готового сиру «Мюсост».

Технологічний процес виробництва. Сир «Мюсост» - норвезький коричневий сир з карамельним смаком, виготовлений з коров'ячої сироватки з додаванням солі [4,5,17,35]. В табл. 3.3 представимо енергетичну цінність продукту Сир «Мюсост» і його якісні параметри.

Таблиця 3.3

Енергетична цінність продукту і якісні властивості Сир «Мюсост»

Назва показника	Значення
Білки в 100 грамах	5,9 грам
Жири в 100 грамах	1,5 грам
Вуглеводи в 100 грамах	26 грам
Вода в 100 грамах	0,1 грам
Калорійність	148 ккал
Колір	Карамельно-коричневий
Текстура	Напівтверда
Смак	Солодкувато-карамельний
Час приготування	8 годин

Джерело: складено автором на основі даних інтернет-мережі.

Як вказано, за технологією виробництва сир «Мюсост» виготовляється в Норвегії з сироватки коров'ячого молока, має карамельно-коричневий колір, напівтверду текстуру, солодкуватий карамельний смак, а вміст жиру в 100 грамах готового продукту 0,1 грам.

Процес виробництва сиру «Мюсост»» включає етапи:

1. Кип'ятіння сироватки.

2. Додавання солі.

3. Уварювання суміші.

4. Охолодження та формування.

5. Пакування та зберігання.

Час приготування сиру «Мюсост» 8 годин. Виготовлення сиру пропонується здійснювати в 1 робочу зміну – 8 годин.

Якщо врахувати об’єм вакуумного випарного котла 300 л, який потрібен для приготування сиру і час приготування партії сиру 8 години, то вихід готової продукції за зміну з потребою у сировині 10 літрів коров’ячої сироватки на 1 кг готового сиру «Мюсост», становитиме 30 кг:

Обсяг виробництва сиру «Мюсост» за 1 зміну = Об'єм випарного котла/Об’єм сировини для виробництва = 300 л /10 л = 30 кг

Максимальний річний обсяг виробництва сиру = 30 кг * 251 робочих дні у 2025 році = 7530 кг

Сир пропонуємо виготовляти вагою 100 гр/1 уп сиру», адже варто врахувати платоспроможность покупця, бо не кожен може придбати кілограм сиру відразу, так як ціна на продукт за 1 кг, який пропонується, є не досить «доступною» для всіх споживачів. Ціна на подібні сири і на норвезький коричневий сир «Мюсост» має встановлюватися на рівні інших преміальних та карамелізованих сирів, оскільки він має унікальний солодкуватий смак та виготовляється за з молочної сироватки. Враховуючи ціни на подібні сири преміум-сегменту на українському ринку, рекомендована роздрібна ціна на сири такого класу варіюються від 400-100 гривень за кілограм.

Основні конкуренти сиру «Мюсост» - подібні карамелізовані норвезькі сири, які варто розглянути для порівняння цінової ролі і встановлення ціни продажу 1 кг сиру «Мюсост» - це Брюност і Гейтост (рис.3.4):

1.Брюност (Brunost) – це традиційний коричневий норвезький сир, виготовлений з козячого молока і карамелізованої сироватки. За смаком й текстурою дуже схожий на «Мюсост».

2.Гейтост (Geitost) - інший варіант карамелізованого козячого сиру, схожий на Брюност та «Мюсост». Може мати дещо менш солодкий смак.

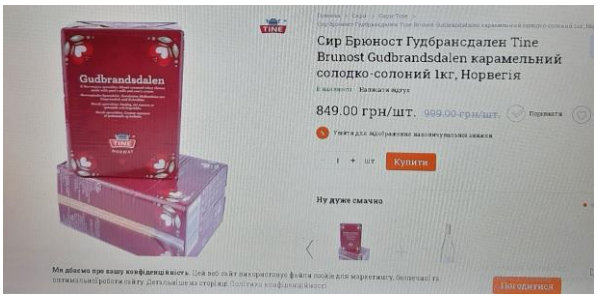

Рис. 3.4. Приклад ціни зі знижкою на сир-конкурент «Мюсост» - «Брюност»

Отож, пропонуємо ціну на сир «Мюсост» встановити в розмірі 405,9 грн/кг або 40,59 гривні за 100 грам, що більш доступніше для споживача.

Просування і нарощування обсягів продажу сиру «Мюсост» пропонуємо через соціальну мережу Instagram. Просування сиру «Мюсост» через Instagram є економічно вигідним та ефективним маркетинговим інструментом. Платформа Instagram дозволить:

1. Налагодити безпосередній зв'язок з цільовою аудиторією - поціновувачами преміальних сирів.

2. Створювати привабливі візуальні контенти, що допомагають краще презентувати унікальні смакові якості сиру «Мюсост».

3. Таргетувати рекламні оголошення на користувачів, зацікавлених в гурме-продуктах.

4. Реагувати на відгуки та запити аудиторії, покращуючи сервіс.

5. Провдити розіграші, конкурси для популяризації сиру «Мюсост».

Даний метод просування сирної продукції не потребує додаткових витрат, публікацію про появу сиру «Мюсост» як «Новинка» може опублікувати працівник відділу маркетингу з продажів на сторінці Instagram.

Спрогнозуємо зростання обсягів виробництва і збуту продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» в натуральних величиних – кілограмах, за допомогою методу стандартного розподілу ймовірностей за формулою 3.1:

$$ОП = (О + 4 \times В + П) / 6 \quad (3.1)$$

де О – оптимістичний прогноз;В – найбільш ймовірний прогноз; П – песимістичний прогноз.

Для визначення прогнозних значень приросту обсягів виробництва і збуту продукції на ТОВ «Пирятинський сирзавод» було опитано 7 провідних спеціалістів, менеджерів з продажу та керівників підрозділів. За результатами опитування були отримані наступні дані, які відобразимо в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Результати опитування експертів ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Експерти	1	2	3	4	5	6	7
Обсяг виробництва і збуту сиру «Мюсост», кг	6850	7156	7388	7061	7421	7020	7530

Джерело: складено автором.

Проміжні розрахунки для визначення середньоквадратичного відхилення наведено в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Проміжні розрахунки для визначення середньоквадратичного відхилення

Експерти	1	2	3	4	5	6	7
Обсяг виробництва і збуту продукції підприємстваO_i, кг	6850	7156	7388	7061	7421	7020	7530
$O_{сер}$	7203,7						
Відхилення $\Delta O = O_i - O_{сер}$.	-353,7	-47,7	184,3	-142,7	217,3	-183,7	326,3
ΔO^2	125103,7	2275,29	33966,49	20363,29	47219,29	33745,69	106471,7
$\sum \Delta O^2$	369145,4						

Джерело: складено і розраховано автором.

Знайдемо середнє арифметичне прогнозних значень приросту обсягів виробництва і збуту сиру «Мюсост»:

Qсер.= (6850+7156+7388+7061+7421+7020+7530) / 7 = 7203,7

Величину даного прогнозу потрібно первірити на надійність та типовість, тому визначимо середнє квадратичне відхилення, яке характеризує розсіювання думок окремих 7 експертів відносно середнього значення за формулою 3.2:

$$a = \sqrt{\frac{\sum (Oi - \overline{O_{ñåð}})^2}{n}} \qquad (3.2)$$

Проведемо розрахунок показника середньоквадратичного відхилення:

$$a = \sqrt{} 369145,4/7 = 229,6$$

Коефіцієнт варіації, що характеризує однорідність сукупності думок експертів розраховують за формулою 3.3:

$$W = a/Q_{сер} * 100\% \quad (3.3)$$

$$W=229,6/7203,7\times100= 3,19\ \%$$

Як показали проведені розрахунки, значення коефіцієнту варіації становить < 33%, а це свідчить про те, що думки експертів є однорідними і узгодженими. Тому даний факт дозволяє приймати їх думки як точні і вести перспективні подальші розрахунки. Середній обсяг виробництва і збуту продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» (В) приймаємо за методом медіан і визначаємо на рівні 7156 кг як середнє значення ряду, песимістичне (найменше) значення (П) – 6850 кг, оптимістичне (найбільше) значення (О) – 7530 кг.

Розрахуємо прогнозні значення збільшення обсягів виробницта і реалізації продукціїв результаті впровадження заходу за формулою 3.1:

$$ОП = (7530\ кг + 4 \times 7156\ кг + 685\ кг) / 6 = 7167,33\ кг$$

3.3. Маркетингове обгрунтувння та розроблення бюджету на впровадження нового товару

Витрати на проект впровадження у виробництво товару-мікс сиру «Мюсост» в рамках вихідних даних і проведених розрахунків в розрахунку на 1 кг представимо в табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Вихідні дані і розрахунок витрат на виробництво сиру «Мюсост» в розрахунку на 1 кг

Показник	Ціна і обсяг	Разом витрат
1.Витрати на основну сировину (1 кг сиру)		
Коровяча сироватка (власне виробництво)	10 л * 10,5 грн/л	105 грн
Сіль	0,02 кг* 27 грн	0,54 грн
Разом витрати на основну сировину	**105,54 грн**	

Продовж. табл. 3.6

Показник	Ціна і обсяг	Разом витрат
2.Витрати на допоміжні матеріали (1 кг сиру – 10 упаковок)		
Упаковка з відривною стрічкою з етикеткою (брусок сиру 100 грам)	1,7 грн.*10 штук	17 грн
Разом витрати на допоміжні матеріали	**17 грн**	
3.Витрати на технологічні потреби		
Витрати на електроенергію на 1 зміну	10 грн/кВт* 8 год	80 грн
Витрати на воду на 1 зміну	40,62 грн.*3 куб.	121,86 грн
Витрати на електроенергію на 1 кг	80 грн/ 30 кг	2,6 грн
Витрати на воду на 1 кг	121,86 грн./30 кг	4,07 грн
Витрати на 1 кг сиру	201,86 грн/30 кг = **6,67 грн.**	
4.Витрати на оплату праці персоналу		
Технолог-сировар (1 особа)	22300грн* 1 ос	22300 грн
Оператори виробничої лінії (2 особи)	15340 грн * 2 ос	30680 грн
Пакувальник (1 особа)	14500 грн * 1 ос	14500 грн
Лаборант 0,5 ставки (1 особа)	10400 грн * 0,5 ос	5200 грн
Прибиальник 0,5 ставки (1 особа)	9200 грн * 0,5 ос	4600 грн
Витрати на оплату праці за місяць	77280 грн/місяць	
Разом витрати на оплату праці (за рік)	77280 грн/місяць * 12 місяців = **927360 грн.**	
Витрати на оплату праці на 1 кг	**927360 грн./7530 кг = 123,1 годину**	
5.Нарахування єдиного соціального внеску ЄСВ 22%		
Оподаткування заробітної плати на місяць	(77280 грн* 22%)/100%	17001,6 грн
Оподаткування заробітної плати за рік	(927360 грн* 22%)/100%	204019,2 грн
Всього ЄСВ 22% за рік	**204019,2 грн**	
Витрати на ЄСВ 22% за 1 кг	**204019,2 грн/7530 кг = 27 грн**	
6.Фонд оплати праці (пункт 5+6)		
Сумарні витрати на оплату праці на місяць	77280 грн+ 17001,6 грн	94281,6 грн
Сумарні витрати на оплату праці на рік	927360 грн+ 204019,2грн	1131379,2 грн
7.Витрати на обладнання		
Приймальний бак для сироватки 1000 л	50000 грн* 1 шт	50000 грн
Пастеризатор-охолоджувач 500 л	125430 грн *1 шт	125430 грн
Вакуумний випарний котел 300 л	156890 грн * 1 шт	156890 грн
Охолоджувач	67550 грн *1 шт	67550 грн
Форми для сиру	140 грн*180 шт	25200 грн
Пакувальна машина	67655 грн * 1 шт	67655 грн
Холодильна камера	105000 грн * 1 шт	105000 грн
Інвестиційні витрат на обладнання	**597725 грн.**	
Амортизаційні витрати (4 група основних засобів «Машини і обладнання» – 5 років термін корисного використання)	**597725 грн./ 5 років = 119545 грн/7530 кг = 15,8 грн.**	

Джерело: складено автором на основі даних інтернет-мережі, сайту work.ua.

Розрахунки калькуляції собівартості нового сиру «Мюсост» в розрахунку на 1 кг наведемо в табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Калькуляція собівартості сиру 1 кг «Мюсост»

Показник	Значення (грн./кг)
1.Основна сировина, в тому числі:	105,54
коров'яча сироватка	105
сіль	0,54
2.Допоміжні матеріали, в тому числі:	17
упаковка з відривною стрічкою з етикеткою	17
3.Витрати на технологічні потреби, в т.ч.:	6,67
витрати на електроенергію	2,6
витрати на воду	4,07
4.Основна заробітна плата	123,1
5.Нарахування ЄСВ 22%	27
6.Загальновиробничі витрати	15,8
Всього виробнича собівартість	295,11
7.Адміністративні витрати	2,3
8.Витрати на збут	4,6
Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції на 1 кг	302,01

Джерело: складено і розраховано автором.

В табл. 3.8 представимо планові показники виробництва і реалізації сиру «Мюсост».

Таблиця 3.8

Планові показники виробництва і реалізації сиру «Мюсост»

Показник	Значення
Плановий обсяг виробництва і реалізації сиру «Мюсост», кг	7167,33
Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції на 1 кг	302,01
Рентабельність продукції 1 кг,%	12
Чистий прибуток 1 кг, грн.	36,24
Оптова ціна 1 кг, грн.	338,25
ПДВ (20%) 1 кг, грн.	67,65
Відпуска ціна 1 кг, грн	405,9

Джерело: складено і розраховано автором.

Результати зміни основних показників роботи ТОВ «Пирятинський сирзавод» презентовані в табл. 3.9, і були отримані шляхом розрахунків розширення товарного міксу продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» за рахунок впровадження у виробництво сиру «Мюсост» обсягом виробництва і реалізації 7167,33 кг або 7,167 тонн.

Прорахуємо як зміняться економічні показники внаслідок впровадження проєкту:

1) Чистий дохід від реалізації продукції від проєкту = 7167,33кг* 405,9 грн = 2909219,3 грн. або 2909,22 тис.грн.

Чистий дохід від реалізації продукції в проектному році зросте на 2909,22 тис.грн.

2) Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції від проєкту = 7167,33 кг*302,01 грн = 2164605,33 грн. або 2164,61 тис.грн.

Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції зростуть в проектному році на суму 2164,61 тис.грн.

Розрахуємо у відсотках приріст чистого доходу (виручки) від реалізації продукції внаслідок запровадження нового продукту:

Приріст чистого доходу від реалізації продукції в проєктному році склав 2909,22 / 1718306 *100% = 0,17%

де 2909,22 тис. грн – приріст чистого доходу (виручки) від реалізації продукції внаслідок запровадження нового продукту сир «Мюсост»;

а 1718306 тис. грн – значення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції за 2023 рік ТОВ «Пирятинський сирзавод» (табл. 2.5).

Чистий дохід від реалізації продукції в проєктному році стане 1718306 + 2909,22 = 1721215,22 тис.грн.

У 2023 році повні витрати на виробництво і реалізації продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» становили 1700742 тис.грн. (табл. 2.5).

Повні витрати у проєктному році стануть 1700742 + 2164,61 = 1702906,61тис.грн.

Проведемо розрахунок приросту прибутку від реалізації продукції в проектному році як різницю між приростом чистого доходу від реалізації продукції та приростом повних витрат:

Приріст прибутку від реалізації продукції від проєкту стане 2909,22 – 2164,61 = 744,61 тис.грн.

Прибуток від реалізації продукції в проєктному році ТОВ «Пирятинський сирзавод» = 17564 + 744,61 = 18308,61тис.грн.,

де 17564 тис.грн. – значення базового показника прибутку від реалізації продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» у 2023 році (табл. 2.5).

Розрахуємо приріст чистого прибутку за різницею податку на прибуток за ставкою 18%, який становитиме:

Приріст чистого прибутку від проекту = 744,61 * 0,82 = 610,58 тис.грн.

Чистий прибуток (збиток) товариства після впровадження проекту буде -38588 + 610,58 = -37977,42 тис.грн.

де -38588 тис.грн. – базове значення чистого прибутку (збитку) товариства за 2023 рік (табл. 2.5). А збиток ТОВ «Пирятинський сирзавод» зменшиться.

Наведемо очікувані результати від впровадження проєкту в табл. 3.9.

Таблиця 3.9

Очікувані результати від проєкту

Показник	Значення показника, тис. грн.
Приріст чистого доходу (виручки) від реалізації продукції	2909,22
Приріст повних витрат на виробництво і реалізацію продукції	2164,61
Приріст прибутку від реалізації продукції	744,61
Приріст чистого прибутку	610,58

Джерело: складено автором на основі проведених розрахунків.

Даний проект з впровадження у виробництво ТОВ «Пирятинський сирзавод» враховує всі сучасні та актуальні на разі економічні дані, включаючи сучасні ціни на сировину та електроенергію, оплату праці та інвестиції в обладнання, а також час виготовлення продукту і принесе товариству додатково 610,58 тис.грн. чистого прибутку в проектному році.

3.4. Вплив запропонованого заходу на основні показники діяльності підприємства

Проведені розрахунки показали, що від впровадженого заходу на ТОВ «Пирятинський сирзавод» зростуть наступні показники:

1) обсяг виробництва продукції в проектному році зросте на 7167,33 кг;

2) чистий дохід від реалізації продукції збільшиться в проектному році на суму 2909,22 тис.грн.;

3) приріст повних витрат становитеме в перспективі 2164,61 тис.грн.;

4) прибуток від реалізації продукції до оподаткування збільшиться на суму 744,61 тис.грн. відносно 2023 базового року;

5) чистий збиток підприємства зменшиться на 610,58 тис.грн.

Для визначення ефективності впровадженого проєкту потрібно проводити порівняння ключових показників до і після його впровадження. Це дозволить оцінити, наскільки ефективним було впровадження проєкту, допомагає визначити, чи досягнуті поставлені цілі та завдання. Аналіз змін показників до і після впровадження проєкту, дозволить керівництву приймати більш виважені, обґрунтовані управлінські рішення. Представимо зміну економічних показників до і після впровадження проєкту в табл. 3.10.

Таблиця 3.10

Вплив запропонованого проєкту на основні економічні показники діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Назва показника	Один. виміру	Рік		Відхилення	
		Базове значення	Після проекту	абсолютне, (+,-)	відносне, (%)
1.Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	тис.грн.	1718306	1721215,22	2909,22	0,17
2.Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції	тис.грн.	1700742	1702906,61	2164,61	0,13
3.Прибуток від реалізації продукції	тис.грн.	17564	18308,61	744,61	4,24
4.Чистий фінансовий результат (прибуток)	тис.грн.	-38588	-37977,42	610,58	1,58
5.Витрати на 1 грн. чистої виручки від реалізації продукції	коп.	98,98	98,94	-0,04	-0,04
6.Рентабельність діяльності (продажу)	%	-2,25	-2,21	0,04	х
7.Рентабельність продукції	%	1,03	1,075	0,042	х

Джерело: складено і розраховано автором.

Впровадження нової продукції на ТОВ «Пирятинський сирзавод» сиру «Мюсост» дасть змогу збільшити чистий дохід товариства на 2909,22 тис.грн. із показника базового року 1718306 тис.грн. до значення 1721215,22 тис.грн. в проектному році або зросте на 0,17%, при цьому повні витрати збільшаться на 0,13% або на 2164,61 тис.грн. в проектному році, чистий прибуток сирзаводу від заходу зросте на 610,58 тис.грн.

У 2023 році підприємство було збитковим, а його сума становила (-38588) тис.грн., тому чистий прибуток від заходу дасть змогу зменшити показник збитку на суму отриманого чистого прибутку від проекту значення якого 610,58 тис.грн. або збільшиться на 1,58% у відносному значенні порівняно з базовим значенням і становитиме (-37977,42) тис.грн.

Витрати на 1 гривню чистої виручки від реалізації продукції зменшаться на 0,04 грн. порівняно з 2023 роком в абсолютному виразі, рентабельність діяльності зросте на 0,04% в абсолютному розрахунку і становитиме в проектному році (-2,21)%, рентабельність продукції у 2023 році становила 1,03%, а у проектному році зросте до 1,075 %. На рис. 3.5 представимо зміну показників рентабельності до і після впровадженого заходу – виробництво сиру «Мюсост».

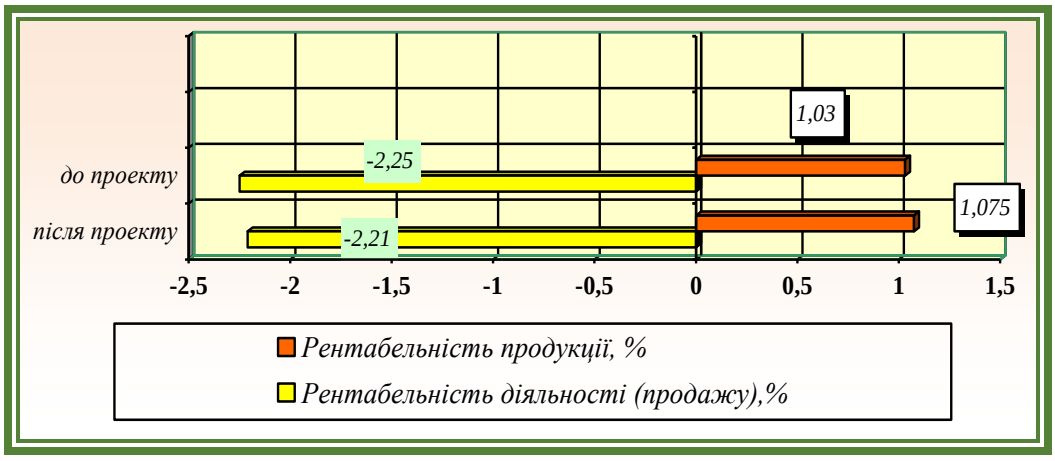

Рис. 3.5. Динаміка показників рентабельності до і після впровадження заходу – виробництво сиру «Мюсост» на ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Проєкт з впровадження у виробництво сиру «Мюсост» є ефективним і може бути рекомендованим до реалізації на ТОВ «Пирятинський сирзавод».

Отож, виробництво сирів являє собою складний багатофункціональний процес, в якому зміна впливу навіть одного з технологічних факторів може змінити динаміку біохімічних, мікробіологічних і фізико-хімічних перетворень сирної маси, що відбивається не тільки на органолептичних властивостях та біологічній цінності кінцевого продукту, а й на його безпечності [35, с.142].

Висновки до розділу 3

На базі отриманих результатів оцінювання товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод» запропонували пріоритетні напрямки з ціллю подальшого нарощування обсягів збуту продукції товаритсва: впровадження у виробництво нової/удосконалення продукції; поліпшення комунікаційної політики збуту – проведення розіграшів, знижок, збільшення обсягів продажу продукції;відкриття фірмового магазину та інші.

Одним з перших завдань є розробка пропозицій зі збільшення обсягів реалізації продукції та впровадження нових видів продукції в зоні «А» за результатами аналізу матриці Дібба-Сімкіна, адже продукти групи «А», є еталонами при виборі нового продукту для включення його в асортимент.

Загалом товарний мікс ТОВ «Пирятинський сирзавод» є середньо збалансованим та приносить товариству прибуток, але основними маркетинговими напрямками розвитку сирзаводу для удосконалення товарного міксу є: 1)розширення асортименту продукції; 2) розширення інноваційної діяльності у виробництво; 3)покращення упаковки і форми випусу; 4)випуск спеціалізованих продуктів; 5)впровадження сезонних пропозицій та колаборації; 6) диверсифікація і персоналізація продукції.

Для збалансування і підтримки раціональності товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод», стимулювання продажів і оновлення асортименту, підвищення доходу і, як наслідок, чистого прибутку ТОВ «Пирятинський сирзавод» запропоновано:

1.Впровадження у виробництво новинки товару-мікс сир «Мюсост».

2.Проведення інтерактивних конкурсів, акцій в Instagram, розіграшів призів серед підписників з простими умовами участі (відео-гра «Сирна рулетка»).

3. Маркетингові методи просування продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» на ринки країн Європейського Союзу (ЄС).

З метою збалансування і підтримки раціональності товарного міксу, стимулювання продажів і оновлення асортименту, підвищення доходу і, як наслідок, чистого прибутку сирзаводу запропоновано розробити продукт «Новинка» сир «Мюсост».

Для виготовлення сиру використовують сироватку коров'ячого молока, яка є побічним продуктом сирзаводу, а отже витрати на виробництво сиру «Мюсост» будуть меншими за рахунок власної сировини.

Час приготування сиру 8 годин, що дорівнює 1 робочій зміні, запропоновано фасувати сир по 100 грам.

Запропоновано упаковувати сир по 100 гр., з урахуваннм того що сир «Мюсост» преміям-класу в ціновому сегменті приблизно 405,9 грн/кг. Таке фасування є більш доступним варіантом для купівельної спроможності споживачів. Максимальна потужність виробництва з урахуванням обладнання, в яке інвестовано кошти становить за добу 30 кг, за рік 7530 кг (кількість робочих днів в 2025 році 251). Спрогнозували зростання обсягів виробництва і збуту продукції сирзаводу в натуральних величиних за допомогою методу стандартного розподілу ймовірностей. Для визначення прогнозних значень приросту обсягів виробництва і збуту сиру «Мюсост» залучено до опитування 7 провідних спеціалістів. Результати показали, що думки експертів є однорідними і узгодженими. Визначили прогнозне значення збільшення обсягів виробницта і реалізації продукції в результаті впровадження заходу – це 7167,33 кг. Провели розрахунок витрат на проект та калькуляцію в розрахунку на 1 кг сиру, яка становить 302,01 грн. Інвестиції в обладнання складуть значення 597,7 тис.грн. Планові показники

виробництва і реалізації сиру «Мюсост» і очікувані результати від його впровадження показали, що плановий обсяг виробництва і реалізації сиру становитиме 7167,33 кг, приріст чистого доходу від реалізації – 2909,22 тис.грн., приріст повних витрат на виробництво і реалізацію продукції – 2164,61 тис.грн., приріст прибутку від реалізації продукції – 744,61тис.грн., приріст чистого прибутку – 610,58 тис.грн. Витрати на 1 грн чистої виручки від реалізації продукції зменшаться на 0,04 грн. порівняно з 2023 р. в абсолютному виразі, рентабельність діяльності зросте на 0,04% в абсолютному розрахунку і становитиме в проектному році (-2,21)%, рентабельність продукції у 2023 р. становила 1,03%, а у проектному році зросте до 1,075%. Представили схематично зміну показників рентабельності до і після впровадженого заходу. Проєкт є економічно ефективним і може бути рекомендованим до реалізації.

ВИСНОВКИ

Провівши дослідження оцінювання товарного міксу підприємства, з урахуванням оцінювання товарного асортименту ТОВ «Пирятинський сирзавод» можна зробити висновки.

1.Аналіз змісту поняття «товарний мікс» з позиція різних фахівців-вчених дозволив встановити, що товарний мікс підприємства - це сукупність усіх товарних ліній і окремих товарів, які пропонують підприємство своїм покупцям. Товарний мікс включає структурні елементи - ширина, глибина, довжина та гармонійність.

2.Оцінювання товарного міксу підприємства - це комплексний процес аналізу та вимірювання ефективності структури та складу товарного асортименту (міксу) компанії з метою визначення його відповідності ринковим вимогам, споживчим потребам та стратегічним цілям підприємства. Методи формування та оцінки товарного міксу включають найпопулярніші методи – це ABC-аналіз, XYZ-аналіз, Дібба-Сімкіна, Маркон, SWOT-аналіз, матриці Ансоффа, Портера, BCG, McKinsey, Hofer/Schendel та інші.

3.Оцінку товарного міксу було проведено на базі підприємства молочної галузі ТОВ «Пирятинський сирзавод», продукція якого відома під торговою маркою «Пирятин». Товариство входить до складу групи компаній «Молочний альянс». Основними видами продукції є тверді і плавлені сири, а сирні продукти тверді й вершки. Досліджено канали збуту, що включають оптову та роздрібну торгівлю, а також експорт до країн Європи, Азії та Північної Америки. Проаналізовано основні економічні показники діяльності, зокрема відмічається зменшення обсягів реалізації продукції та чистого прибутку у 2023 році порівняно з 2022 роком.

4.Особливості увага приділена дослідженню товарного міксу підприємства. Визначено, що номенклатура продукції складається з 4 товарних ліній, до яких входить 30 найменувань продукції. При цьому

оновлення асортименту на 2022-2023 роки не відбулося, а лише зявилися нові вагові фасування продукції. Проведено аналіз обсягів структури реалізації продукції, де найбільшу частку займає «Сир твердий». Здійснено оцінку ступеня раціональності асортименту, яка показала, що він є недостатньо раціональним. За допомогою матриці Дібба-Сімкіна виявлено, що товарний мікс є недостатньо збалансованим, що вимагає пошуку шляхів його вдосконалення. Дисбаланс надають значення зон «В2» і «С».

5. Провели розробку пропозицій щодо удосконалення товарного міксу підприємства. Пріоритетними напрямки з ціллю подальшого нарощування обсягів збуту продукції сирзаводу запропоновані: впровадження у виробництво нової або удосконалення продукції; поліпшення комунікаційної політики збуту – проведення розіграшів, знижок, збільшення обсягів продажу продукції;відкриття фірмового магазину та інші.

Основними маркетинговими напрямками розвитку сирзаводу для удосконалення товарного міксу є:

1) розширення асортименту продукції;
2) розширення інноваційної діяльності у виробництво;
3) покращення упаковки і форми випусу;
4) випуск спеціалізованих продуктів;
5) впровадження сезонних пропозицій та колаборації;
6) диверсифікація і персоналізація продукції.

Для збалансування і підтримки раціональності товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод», стимулювання продажів і оновлення асортименту, підвищення доходу і, як наслідок, чистого прибутку ТОВ «Пирятинський сирзавод» запропоновано:

- впровадження у виробництво новинки товару-мікс сир «Мюсост»;
- проведення інтерактивних конкурсів, акцій в Instagram, розіграшів призів серед підписників з простими умовами участі (відео-гра «Сирна рулетка»);
- маркетингові методи просування продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» на ринки країн Європейського Союзу.

6. З метою збалансування і підтримки раціональності товарного міксу ТОВ «Пирятинський сирзавод», стимулювання продажів і оновлення асортименту, підвищення доходу і, як наслідок, чистого прибутку ТОВ «Пирятинський сирзавод» запропоновано розробити продукт «Новинка» Сир «Мюсост», основною сировиною для якого є сироватка коров'ячого молока, що є побічним продуктом на ТОВ «Пирятинський сирзавод», що є вигідною пропозицією, тому витрати на виробництво сиру «Мюсост» будуть меншими.

Спрогнозували зростання обсягів виробництва і збуту продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» в натуральних величиних за допомогою методу стандартного розподілу ймовірностей. Для визначення прогнозних значень приросту обсягів виробництва і збуту сиру «Мюсост» провели опитування за участю 7 провідних спеціалістів. Його результати показали, що думки експертів є однорідними і узгодженими. Визначили прогнозне значення збільшення обсягів виробницта і реалізації продукції в результаті впровадження заходу – це 7167,33 кг.

Провели розрахунок витрат на проект та калькуляцію в розрахунку на 1 кг сиру, яка становить 302,01 грн. Інвестиції в обладнання складуть значення 597,7 тис.грн. Планові показники виробництва і реалізації сиру «Мюсост» і очікувані результати від його впровадження показали, що плановий обсяг виробництва і реалізації сиру становитиме 7167,33 кг, приріст чистого доходу від реалізації – 2909,22 тис.грн., приріст повних витрат на виробництво і реалізацію продукції – 2164,61 тис.грн., приріст прибутку від реалізації продукції – 744,61тис.грн., приріст чистого прибутку – 610,58 тис.грн. Витрати на 1 грн чистої виручки від реалізації продукції зменшаться на 0,04 грн. порівняно з 2023 р. в абсолютному виразі. Р

Рентабельність діяльності зросте на 0,04% в абсолютному розрахунку і становитиме в проектному році (-2,21)%, рентабельність продукції у 2023 р. становила 1,03%, а у проектному році зросте до 1,075%.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. 599 с.

2. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: навч. посібн. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 612 с.

3. Бєлявцев М. І. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств . *Маркетинг в Україні.* 2010. № 1. С. 24-26.

4. Бізнес-план виробництва сиру: ідея для фермера - AgroApp: *Швидке кредитування для агробізнесу. AgroApp: Швидке кредитування для агробізнесу.* URL: https://agroapp.com.ua/uk/blog/biznes-plan-virobnictva-siru-ideya-dlya-fermera/ (дата звернення: 13.11.2024).

5. Болгова Н.В., Ільченко Н.О., Губа С.О, Соколенко В.В. аналіз технології виробництва твердого сиру з рослинними добавками. *Науковий вісник Таврійського державного агротехнологічного університету*. 2023. № 13(1). https://doi.org/10.31388/sbtsatu.v13i1.371

6. Бугас Н. В. Аналіз факторів, що впливають на формування товарного асортименту. *Ефективна економіка*. 2013. № 11. С. 29–33.

7. Верба В. А. Оптимізація товарного портфеля як чинник підвищення економічної ефективності виробничого підприємства. *Проблеми економіки.* 2014. № 4. С. 262-268.

8. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл.- 4.вид., доп. Київ: Лібра, 2006. 717с.

9. Глущенко Ю. Є., Шумкова О.В. Особливості маркетингового управління асортиментом. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Сер.» Міжнародні економічні відносини та світове господарство».* Ужгород : Ужгородський національний університет, 2019. Вип. 24. Ч.1. С. 96-100.

10. Гринчуцький В. І., Сабецька Т. І. Формування виробничої програми підприємства: маркетинговий аспект: монографія. Тернопіль, 2014. 225 с.

11. Добрянська В. В., Сіренко О. В. Управління товарним асортиментом продукції лісогосподарських підприємств. *Ефективна економіка.* 2020. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7590.

12. Єрмошенко М.М., Ерохін С.А., Базилюк А.В. Маркетинг: підручник. К.: Нац. акад. управління, 2011. 631 с.

13. Заблодська І.В. Товарна політика підприємства: механізм формування: монографія. Луганськ: Вид-во СНУ ім.. В. Кгя, 2006. 240 с.

14. Іщенко С.В. Дослідження методів формування товарної політики промислового підприємства. *Ефективна економіка.* 2012. № 6.

15. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: підручник. Київ : КНЕУ, 2009. 419 с.

16. Касич А. О., Марченко К.О. Асортиментна політика підприємства: мета, завдання, моделі. *Ефективна економіка.* 2018. №6.

17. Кітченко Л.М. Удосконалення технології дрібного твердого сиру з метою виробництва на малих сироробних підприємствах. *Scientific Messenger of LNU of Veterinary Medicine and Biotechnologies.* 2017. Том 19. № 80 С. 25–28.

18. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 679 с.

19. Крикавський Є.В. Маркетингова товарна політика: підручник. Львів: Видавництво Львів політехніки, 2012. 360 с.

20. Кубишина Н.С. Методика розробки стратегічного набору товарів на промисловому ринку. *Економічний вісник НТТУ «КПІ».* 2010. № 7. С. 171-178.

21. Мальчик В.М., Гонтаренко Н.А., Король Б.О. Маркетинг: навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.

22. Міністерство Фінансів України. *Міністерство Фінансів України.* URL: https://mof.gov.ua/uk/ (дата звернення: 13.11.2024).

23. Мороз Л.А. Маркетингова політика комунікацій : навчальний посібник Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2022. 136 с.

24. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг : підручник. Львів : Бухгалтерський центр «Ажур», 2010. 232 с.

25. Мостенська Т.Л. Основи *маркетингу*: навч. посіб. Київ: Кондор, 2005. 240 с.

26. Муштай В. А., Мандрика В.М. Стратегічні напрямки управління товарною політикою підприємства. *Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингове забезпечення продуктового ринку», (Полтава, 28 квітня 2017 р.).* Полтава. 2017. С. 106-109.

27. Новікова М.М., Кондратенко Н.О., Боровик М.В. та ін. Теоретичні основи забезпечення якості прийняття управлінських рішень в умовах європейської інтеграції : монографія. Харків : «Друкарня Мадрид», 2020. 335 с.

28. Петрович Й.М., Новаківський І.І. Управління проєктами : підручник Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. 396 с.

29. Пилипчук В.П. Промисловий маркетинг: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 264 с.

30. Пирятинський сирзавод. Milkalliance. URL: https://milkalliance.com.ua/company/enterprises/piryatinskij-sirzavod/ (дата звернення: 07.11.2024).

31. Пономарьова М. С., Єфремова Н.О., Нагорнюк О.П. Інструменти маркетингу в умовах зростання конкурентних переваг агробізнесу. *Вісник ХНАУ. Серія Економічні науки.* № 1. 2018. С. 247-256.

32. Пономарьова М.С., Захаров І.К., Іваненко В.Є. Механізм підвищення конкурентоспроможності підприємницької діяльності. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки».* 2019.Вип. 1. С. 458

33. Притиченко Т. І., Лях І. С. Практичні аспекти розробки структури товарного портфеля підприємства. *Бізнесінформ*. 2015. № 10. С. 256-265.

34. Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю. *Офіційний вебпортал парламенту України.* URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19#Text (дата звернення:

13.11.2024).

35. Соломон А.М, Даниленко С.Г, Бондар М.М. Сучасні тенденції виробництва сиру твердого із низькою температурою другого нагрівання. *Продовольчі ресурси*. 2022. № 10. с. 142-55.

36. Соломон А.М., Полєвода Ю.А. Вплив показників якості молока на продукти харчування.*Техніка, енергетика, транспорт АПК.* 2019. № 4 (107).С.33-39.

37. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: навчальний посібник. 2-е вид., переробл. і допов. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021.494 с.

38. Троян А. В . Особливості асортиментної політики підприємства в сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*.2014. № 1.

39. Шаповал О.Ф., Скригун Н.П., Коннова Л.О. Моделювання оптимального асортименту продукції підприємства. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2016. №2 (177). С. 75-78.

40. Шинкарук Л.В., Биховченко В.П., Власенко Т.О. Організація проєктної діяльності: навч. посіб. Київ: НУБіП України, 2021. 341с.

41. Шира Т. Б. Функціональний аспект управління асортиментом у комерційній діяльності. *Наукові записки [Української академії друкарства]. Серія: Економічні науки.* 2016. № 1. С. 63-73.

42. Яковенко О.І. Управління проєктами та ризиками : навч. посіб. Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2019. 196 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Баланс
(Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2022 р.
Форма №1

Актив	Код рядка	На початокзвітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	2 146	983
первісна вартість	1001	8 379	8 385
накопичена амортизація	1002	(6 233)	(7 402)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0
Основні засоби	1010	98 612	85 683
первісна вартість	1011	314 951	323 315
знос	1012	(216 339)	(237 632)
Інші необоротні активи	1090	2 687	21 059
Усього за розділом I	1095	103 445	107 725
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	263 317	207 823
Виробничі запаси	1101	28 628	49 441
Незавершене виробництво	1102	14 116	3 730
Готова продукція	1103	220 463	154 405
Товари	1104	110	247
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	100 643	156 834
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	17 227	8 006
з бюджетом	1135	6 814	4 055
з нарахованих доходів	1140	2	18
із внутрішніх розрахунків	1145	92 810	110 861
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2 110	1 122
Гроші та їх еквіваленти	1165	40 871	113 022
Готівка	1166	163	112
Рахунки в банках	1167	40 708	112 910
Витрати майбутніх періодів	1170	93	142
Інші оборотні активи	1190	2 545	4 130
Усього за розділом II	1195	526 432	606 013
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	629 877	713 738
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	13 350	13 350
Додатковий капітал	1410	28	7
Резервний капітал	1415	2 507	2 507
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	62 845	175 949

Продовж. дод. А

Усього за розділом I	1495	78 730	191 813
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Інші довгострокові зобов'язання	1515	102 921	184 595
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Усього за розділом II	1595	102 921	184 595
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	83 514	62 336
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	306	3 141
товари, роботи, послуги	1615	91 004	70 364
розрахунками з бюджетом	1620	1 077	3 738
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	2 392
розрахунками зі страхування	1625	1 021	1 464
розрахунками з оплати праці	1630	3 828	5 003
одержаними авансами	1635	413	444
розрахунками з учасниками	1640	3	3
із внутрішніх розрахунків	1645	255 896	175 517
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	7 984	10 509
Інші поточні зобов'язання	1690	3 180	4 811
Усього за розділом III	1695	448 226	337 330
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	629 877	713 738

Додаток Б

Звіт про фінансові результати(Звіт про сукупний дохід)

за 2022 рік Форма №2

І. Фінансові результати

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1 753 605	1 404 740
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(1 526 469)	(1 340 406)
Валовий: прибуток	2090	227 136	64 334
збиток	2095	(0)	(0)
Інші операційні доходи	2120	80 013	25 298
Адміністративні витрати	2130	(20 642)	(18 394)
Витрати на збут	2150	(70 542)	(50 276)
Інші операційні витрати	2180	(55 708)	(34 376)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	160 257	0
збиток	2195	(0)	(13 414)
Інші фінансові доходи	2220	746	2 063
Інші доходи	2240	5 063	5 031
Фінансові витрати	2250	(38 557)	(31 010)
Інші витрати	2270	(5 086)	(4 927)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	122 423	0
збиток	2295	(0)	(42 257)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-8 875	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	113 548	0
збиток	2355	(0)	(42 257)

ІІ.Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Інший сукупний дохід	2445	-21	-21
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-21	-21
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-21	-21
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	113 527	-42 278

ІІІ.Елементи опраційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Матеріальні затрати	2500	1 335 940	1 296 969
Витрати на оплату праці	2505	86 170	78 129
Відрахування на соціальні заходи	2510	21 884	18 681
Амортизація	2515	25 989	23 529
Інші операційні витрати	2520	91 388	75 576
Разом	2550	1 561 371	1 492 884

Додаток В

Баланс
(Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2023 р.
Форма №1

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I.Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	983	272
Первісна вартість	1001	8385	8442
Накопичена амортизація	1002	(7402)	(8170)
Основні засоби	1010	85683	76889
Первісна вартість	1011	323315	339601
знос	1012	(237632)	(262712)
Інші необоротні активи	1090	21059	19008
Усього за розділом I	1095	107725	96169
II.Оборотні активи			
Запаси	1100	207823	236952
Виробничі запаси	1101	49441	44895
Незавершене виробництво	1102	3730	7327
Готова продукція	1103	154405	184537
Товари	1104	247	193
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	156834	167861
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
За виданими авансами	1130	8006	7880
З бюджетом	1135	4055	10984
У тому числі з податку на прибуток	1136	0	260
З нарахованих доходів	1140	18	25
Із внутрішніх розрахунків	1145	110861	80025
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1122	129
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	113022	122293
Готівка	1166	112	43
Рахунки в банках	1167	112910	122250
Витрати майбутніх періодів	1170	142	0
Інші оборотні активи	1190	4130	1576
Усього за розділом II	1195	606013	627725
III.Необоротні активи, утримувані для продажу,та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	713738	723894

Подовж. дод. В

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I.Власний капітал			
За реєстрований (пайовий)капітал	1400	13350	13350
Додатковий капітал	1410	7	0
Резервний капітал	1415	2507	2507
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	175949	136994
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	191813	152851
II.Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Інші довгострокові зобов'язання	1515	184595	180255
Усього за розділом II	1595	184595	180255
III.Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	62336	139
Поточна кредиторська заборгованість за:			
Довгостроковими зобов'язаннями	1610	3141	4017
товари, роботи, послуги	1615	70364	85983
Розрахунками з бюджетом	1620	3738	1632
У тому числі з податку на прибуток	1621	2392	0
Розрахунками зі страхування	1625	1464	1525
Розрахунками з оплати праці	1630	5003	5690
Одержаними авансами	1635	444	3647
Розрахунками з учасниками	1640	3	3
Із внутрішніх розрахунків	1645	175517	270787
Страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	10509	11330
Інші поточні зобов'язання	1690	4811	6035
Усього за розділом III	1695	337330	390788
IV.Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, Утримуваними для продажу,та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	713738	723894

Додаток Г

Звіт про фінансові результати(Звіт про сукупний дохід)

за 2023 рік Форма №2

І. Фінансові результати

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попер. року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт і послуг)	2000	1718306	1753605
Собівартість реалізованої продукції	2050	(1600742)	(1526469)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	117564	227136
збиток	2095	(0)	(0)
Інші операційні доходи	2120	57287	80013
Адміністративні витрати	2130	(22384)	(20642)
Витрати на збут	2150	(77616)	(70542)
Інші операційні витрати	2180	(53275)	(55708)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	21576	160257
збиток	2195	(0)	(0)
Інші фінансові доходи	2220	1181	746
Інші доходи	2240	186	5063
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(61530)	(38557)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(1)	(5086)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	122423
збиток	2295	(38588)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0	-8 875
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	113548
збиток	2355	(38588)	(0)

ІІ.Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	Зазвітний період	Зааналогічний період попер. року
Інший сукупний дохід	2445	-7	-21
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-7	-21
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-7	-21
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-38 595	113527

ІІІ.Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період поперед. року
Матеріальні затрати	2500	1488213	1335940
Витратина оплатупраці	2505	102205	86170
Відрахування на соціальні заходи	2510	20906	21884
Амортизація	2515	30831	25989
Інші операційні витрати	2520	96959	91388
Разом	2550	1739114	1561371