

А. В. Жайворонок,
старший викладач, Європейський університет

АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПРОВІДНИХ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

L. Ghayvoronok,
senior lecturer, European University

ANALYSIS OF FINANCIAL AND ECONOMIC SITUATION OF THE LEADING BAKERY COMPANIES UKRAINE

Розглянуто роботу підприємств хлібопечення та проведено дослідження і аналіз стану хлібопекарської галузі, основних проблем розвитку хлібопекарства та обґрунтовано можливі напрями їх вирішення.

Considered the enterprises bakery and conducted research and analysis of the baking industry, key development issues baking of bread and reasonably possible ways of their solution.

Ключові слова: хлібопекарська галузь, підприємства хлібопечення, обсяги реалізації хлібобулочних виробів, фінансово-економічна діяльність.

Key words: baking industry, bakery businesses, sales of bakery products, financial and economic activity.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

На сьогодні найстійкішими є галузі, орієнтовані на задоволення базових потреб громадян. До них, без сумніву, можна віднести і харчову промисловість, яка складає приблизно 15 % всієї продукції виробленої на території України. Сьогодні харчову промисловість України представляють більш, як 50 галузей та спеціалізованих виробництв.

Важливу роль у харчовій промисловості відводиться хлібопекарській галузі, яка забезпечує населення своїми продуктами. Тому актуальним і важливим є аналіз стану хлібопекарської галузі, виявлення проблем у її функціонуванні та визначення шляхів їх вирішення з метою забезпечення подальшого розвитку галузі та підвищення конкурентоспроможності виробництва.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблемам фінансового та інвестиційного розвитку харчової промисловості та хлібопекарської галузі присвячена значна кількість наукових публікацій у вітчизняній та зарубіжній літературі. Серед іноземних учених можна відмітити: В.Ю. Бочарова, Є.С. Стоянова, Ю. Бріггема та інших. Поміж українських учених, які займалися даною проблематикою, варто виділити Т.В. Майорову, О.О. Терещенку, В.Г. Федоренку. Що ж стосується безпосередньо питань розвитку харчової промисловості, то даній темі присвятили свої дослідження: Л.В. Дейнеко, А.О. Коваленко, О. Лівінський, В. Котляренко, Е.І. Шелудько. Зокрема питанням фінансового стану та проблемам розвитку хлібопекарства України присвятили свої праці Л. Баранівська, О.М. Васильченко, Є.В. Єрмаков, В. Макаренко, С.В. Пеструха, П.Т. Саблук та інші.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Незважаючи на проведені раніше дослідження в цій сфері, окремі питання ще залишаються недостатньо вивченими. Зокрема практично недослідженими залишаються такі складні, але дуже важливі питання, як особливості фінансово-економічного стану провідних хлібобулочних підприємств України та проблеми розвитку хлібопекарської галузі.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження і аналіз стану хлібопекарської галузі, виявлення основних проблем розвитку хлібопекарства та обґрунтування можливих напрямів їх вирішення.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Аналіз динаміки обсягів реалізації хлібобулочних виробів досліджуваних підприємств у 2010—2015 рр. свідчить про значні коливання у щорічних ланцюгових темпах їх зростання. Крім того, не простежується певної закономірності у їх уповільненні чи пришвидшенні залежно від року та масштабів підприємства. Інфляційні процеси, що відбуваються у країні протягом 2014—2015 рр. мали б спричинити пришвидшення зростання в результаті підвищення цін на продукцію галузі, однак, як свідчать дані річних звітів підприємств, за окремими з них спостерігається зменшення обсягів реалізації хлібобулочних виробів на користь кондитерських та інших видів продукції і послуг, з чого можна зробити висновки, що така тенденція викликана зміною структури виробництва основних видів продукції підприємств та освоєнням ними нових видів діяльності. Зокрема у структурі виробництва та реалізації продукції практично на

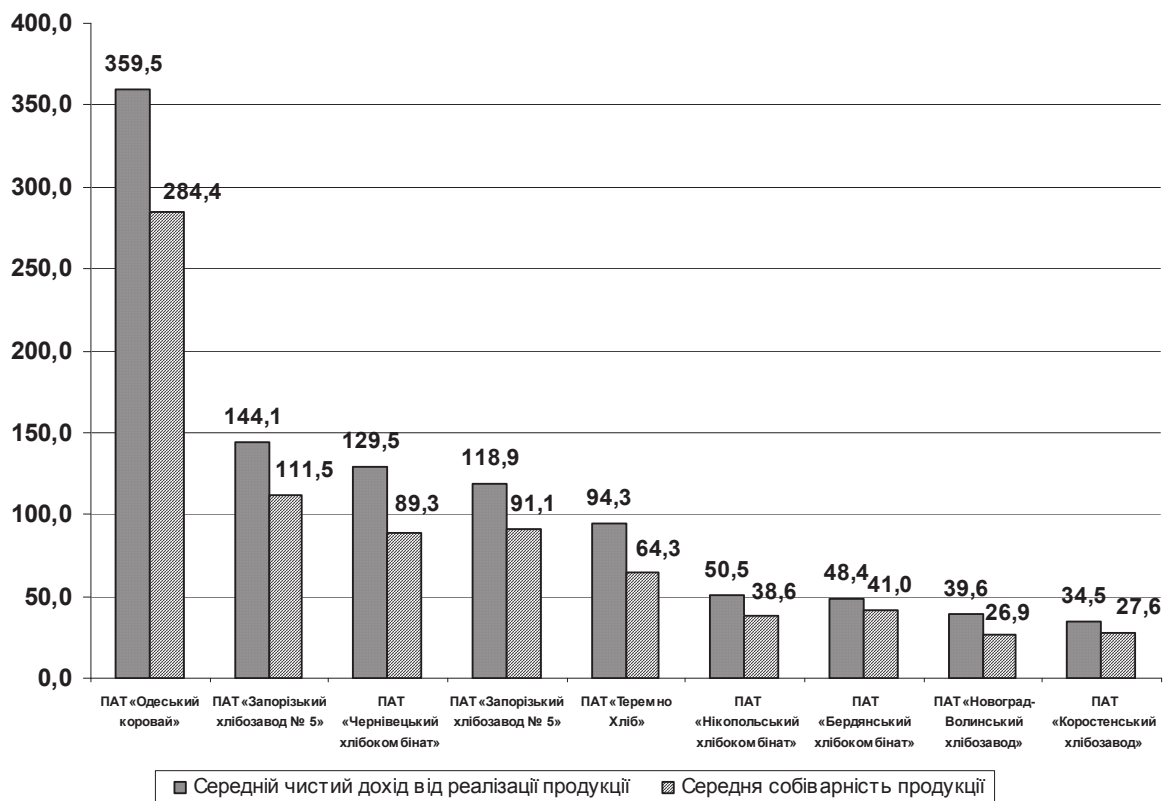


Рис. 1. Чистий дохід від реалізації продукції та собівартість продукції в середньому протягом 2010—2015 років, млн грн.

Джерело: розраховано та сформовано автором за даними [1—10].

всіх підприємств, відповідно до їх річної звітності [1—10], переважає тенденція до збільшення обсягів елітних хлібів, хлібів поліпшеної якості, сухарно-бараночних та кондитерських виробів. Крім того, всіма підприємствами розробляються нові хлібобулочні вироби, а окремими з них, серед яких ПАТ "Київхліб", "Теремно Хліб" та "Новоград-Волинський хлібо завод", освоєно випуск макаронних виробів та напівфабрикатів.

Поряд з цим, серед видів діяльності підприємств, крім традиційного для них виробництва хлібобулочних та кондитерських виробів, також здійснюються інші, серед яких: консультування з питань комерційної діяльності та управління (ПАТ "Київхліб"); оптова торгівля іншими продуктами харчування, у тому числі рибою, ракоподібними і молюсками (ПАТ "Одеський коровай"); неспеціалізована оптова та роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами (ПАТ "Теремно Хліб", "Чернівецький хлібокомбінат", "Коростенський хлібо завод" та "Нікопольський хлібокомбінат"); оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин (ПАТ "Запорізький хлібо завод № 3", "Запорізький хлібо завод № 5" та "Бердянський хлібокомбінат"); оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами (ПАТ "Запорізький хлібо завод № 3" та "Бердянський хлібокомбінат").

Детальний розгляд змін частки хлібобулочних виробів у структурі реалізації продукції досліджуваних підприємств, дозволив виокремити підприємства, які намагаються утримати або не значно зменшують частку хлібобулочних виробів у обсягах виробництва і реалізації порівняно з кондитерськими та іншими виробами й при цьому мати досить високий рівень середньорічних темпів зростання. Серед них: ПАТ "Запорізький хлібо завод № 3", яке при зменшенні частки хлібобулочних виробів у обсягах реалізації з 85,3% у 2010 р. до 80,8% у 2015 р., має середньорічний темп зростання обсягів реалізації 21,0%, а ланцюгове його значення у 2015 р. досягло 30%; ПАТ "Теремно Хліб", що демонструє збільшення частки хлібобулочних виробів у обсягах реалізації з 96,7% у 2010 р. до 98,3% у 2015 р., з середньорічним темпом зростання обсягів реалізації 19,4% та ланцюговим його значенням у 2015 р. — 52% [1—10].

Друга група з числа досліджуваних підприємств характеризується досягненням 9—13% середньорічного зростання обсягів реалізації хлібобулочних виробів при зменшенні їх частки у структурі реалізації, зокрема на 17,9% у ПАТ "Запорізький хлібо завод № 5" на 7,2% у ПАТ "Бердянський хлібокомбінат" та на 4,5% ПАТ "Київхліб". Значно вирізняється серед досліджуваних підприємств ПАТ "Новоград-Волинський хлібо завод", у якого протягом 2011—2015 рр. у структурі реалізації вдвічі зменшилася частка хлібобулочних виробів. Аналогічна тенденція властива ПАТ "Одеський коровай", але зі значно розривом у показниках. Лише ПАТ "Чернівецький хлібокомбінат" продемонструвало збільшення частки хлібобулочних виробів у структурі реалізації протягом 2011—2015 рр. при цьому уповільнюючи темпи зростання власне обсягів реалізації, вийшовши у 2014—2015 рр. практично на його нульовий рівень.

Таким чином, більшість з досліджуваних підприємств намагається диверсифікувати власне виробництво

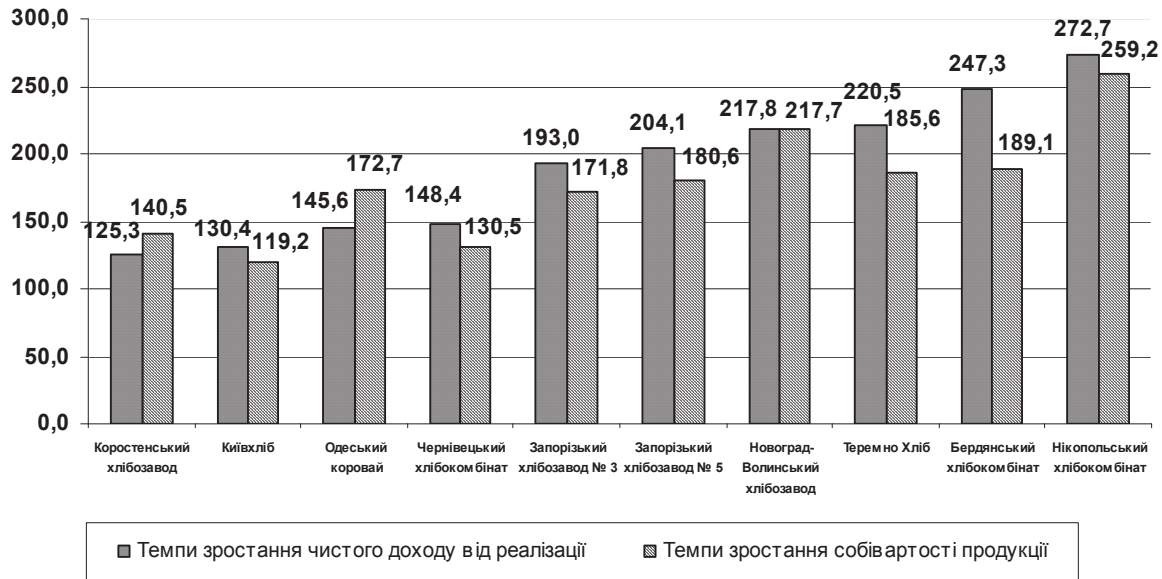


Рис. 2. Динаміка темпів зростання чистого доходу від реалізації та собівартості продукції, %

Джерело: розраховано та сформовано автором за даними [1—10].

во, що, як свідчить вище зазначене, призвело до значного збільшення загальних обсягів реалізації продукції лише у 2015 р. — від найнижчого ланцюгового приросту 11,9% у ПАТ "Бердянський хлібокомбінат" до найвищого 89,1% — у ПАТ "Новоград-Волинський хлібо завод", за винятком ПАТ "Коростенський хлібо завод". Незважаючи на те, що протягом 2010—2015 рр. частка хлібобулочних виробів у структурі його реалізації була збільшена підприємство у 2015 р. повернулося до структури реалізації 2010 р. з падінням обсягів до 68,5% порівняно з 2014 р.

Досягнуті обсяги реалізації обумовили структурну динаміку показників виручки від операційної діяльності (чистий дохід від реалізації). На рисунку 1 видно, що у

досліджуваних підприємств середні обсяги чистого доходу від основного виду діяльності протягом періоду 2010—2015 роки приймали значення у широкому спектрі — від 359,5 млн грн. ПАТ "Одеський коровай" до 34,5 млн грн у ПАТ "Коростенський хлібо завод" (1791,6 млн грн. у ПАТ "Київхліб" не представлено на рисунку 1, оскільки на фоні його масштабу не було б видно розподіл інших підприємств). Середні значення собівартості продукції за цей же період були меншими, що забезпечувало певний потенціал валової прибутковості від операційної діяльності. Єдиним виключенням була діяльність ПАТ "Бердянський хлібокомбінат", у якого собівартість продукції у 2010 та 2012 роках перевищувала чистий дохід від реалізації (рис. 2).

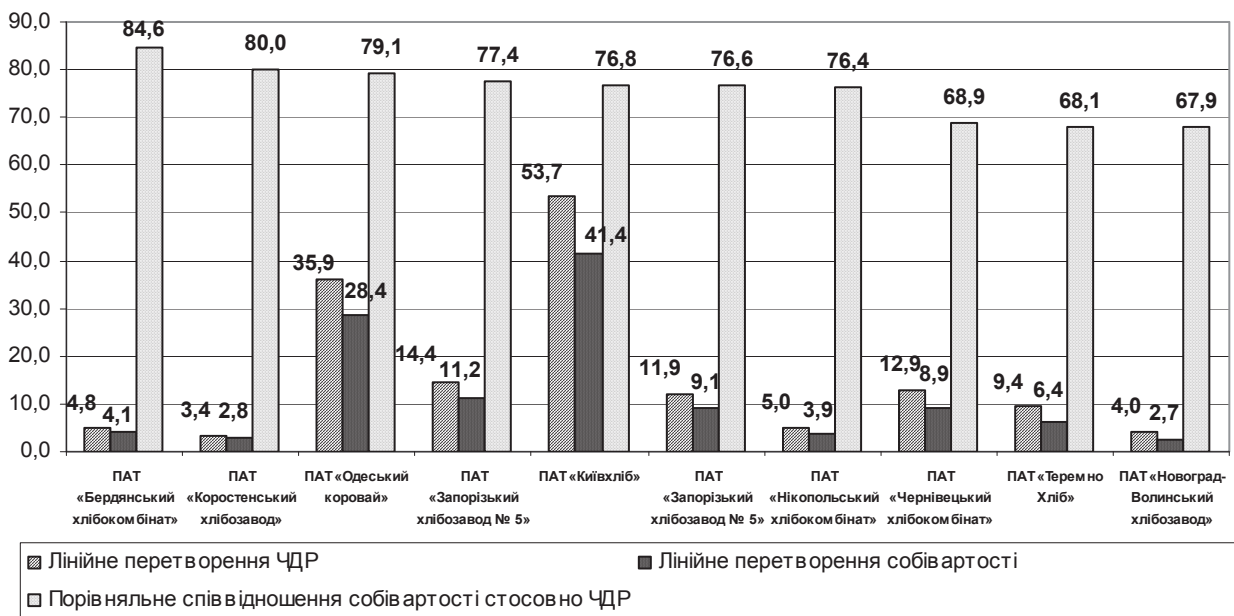


Рис. 3. Порівняльне співвідношення середньої собівартості продукції та чистого доходу від реалізації в залежності від обсягів операційної діяльності хлібобулочних підприємств у 2010—2015 рр., %

Примітка: ЧДР — чистий дохід від реалізації продукції.

Джерело: розраховано та сформовано автором за даними [1—10].

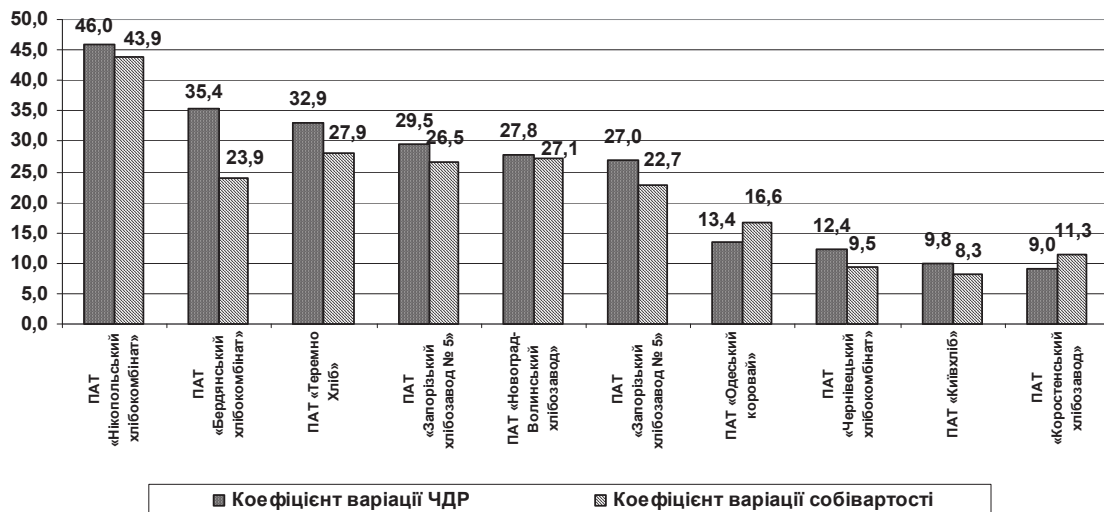


Рис. 4. Коефіцієнти варіації показників чистого доходу від реалізації та собівартості протягом періоду 2010—2015 хлібобулочних підприємств

Примітка: ЧДР — чистий дохід від реалізації продукції.

Джерело: розраховано та сформовано автором за даними [1—10].

Протягом 2010—2015 рр. чисті доходи від реалізації продукції та її собівартість помітно зросли: від 125,3 та 140,5 % у ПАТ "Коростенський хлібо завод" до 272,7 та 259,2% ПАТ "Нікопольський комбінат". Привертає увагу, що темпи зростання доходу та собівартості великих підприємств (ПАТ "Київхліб" та "Одеський коровай") були повільнішими за темпи нарощування обсягів діяльності невеликих підприємств (ПАТ "Бердянський хлібокомбінат" та "Нікопольський хлібокомбінат").

Незважаючи на зростання обсягів чистого доходу від реалізації за п'ять років загалом, у досліджуваних підприємств були окремі роки коли темпи зростання мали від'ємне значення.

Своєрідне положення по показниках щорічних темпів змін чистого доходу та собівартості займають ПАТ "Запорізький хлібо завод № 3", "Запорізький хлібо завод № 5" та "Нікопольський хлібокомбінат". Вони мали проблеми з нарощуванням обсягів продаж у 2011 р., але здійснивши модернізацію виробництва і збуту запорізькі заводи постраждали лише у 2013 р., тоді як в умовах кризи 2014 р. змогли перейти до надсередніх темпів зростання. ПАТ "Нікопольський хлібокомбінат", у свою чергу, після модернізації 2011 р. щорічно нарощував темпи чистого доходу від реалізації попри загальні кризові умови.

Серед більшості досліджуваних підприємств доходи від реалізації продукції зросли більше ніж собівартість продукції (рис. 2). Найбільший розрив між зростання чистих доходів від реалізації та собівартістю продемонстрували, умовно кажучи, середні підприємства: ПАТ "Запорізький хлібо завод № 3", "Запорізький хлібо завод № 5", "Бердянський хлібокомбінат" та одне велике підприємство — ПАТ "Теремно Хліб". Для підприємств Запорізької області спрацював чинник конкуренції, оскільки усі підприємства, значною мірою, працюють майже в одному територіальному сегменті. Для ПАТ "Теремно Хліб" зростання потенційної прибутковості пов'язано з успішною діяльністю із виведення на ринок дорогих сортів хлібобулочних виробів.

Якщо ранжувати досліджувані підприємства від найбільших значень частки собівартості середньої за період з 2010 по 2015 рік у складі середніх за період чистих доходів від реалізації, то можна відзначити суттєву диференціацію відповідного показника (рис. 3).

Згідно до нього усі підприємства можна розподілити на три умовні групи. Перша група — найнижчого потенціалу прибутковості має відповідний показник в інтервалі в середньому за період від 84,6 до 79,1% (ПАТ "Бердянський хлібокомбінат" та "Коростенський хлібокомбінат", а також "Одеський коровай"). Друга група — з помірним потенціалом прибутковості від операційної діяльності — від 77,4 до 76,4% — охоплює чотири підприємства (ПАТ "Запорізький хлібо завод № 3", "Запорізький хлібо завод № 5", "Київхліб" та "Нікопольський хлібокомбінат"). Найбільшим потенціалом прибутковості у середньому за період 2010—2015 рр. володіли ПАТ "Чернівецький хлібокомбінат" та "Новоград-Волинський хлібокомбінат", а також "Теремно Хліб".

Дослідження зв'язку потенціалу прибутковості операційної діяльності різних підприємств із загальним масштабом діяльності свідчить про відсутність лінійного зв'язку між цими показниками. Однак, привертає увагу наступна логіка: найвищим і найнижчим потенціалом прибутковості володіють невеликі підприємства. Саме серед них фіксується найбільша волатильність показників. Отже, великі та близькі до них підприємства, мають менші темпи зростання обсягів діяльності, помірну різницю між собівартістю та чистим доходом від реалізації, але демонструють більшу сталість поведінки та стійкість результатів.

Важливість стійкості щорічних показників чистого доходу від реалізації та собівартості демонструють результати порівняння їх коефіцієнтів варіації за період 2010—2015 рр. (рис. 4). Привертає увагу, що найбільший рівень волатильності демонструють підприємства з найменшим та найбільшим потенціалом прибутковості (ПАТ "Нікопольський хлібокомбінат" та "Бердянський хлібокомбінат", а також "Теремно Хліб"), а найменший рівень волатильності — 3 найкрупніші підприємства

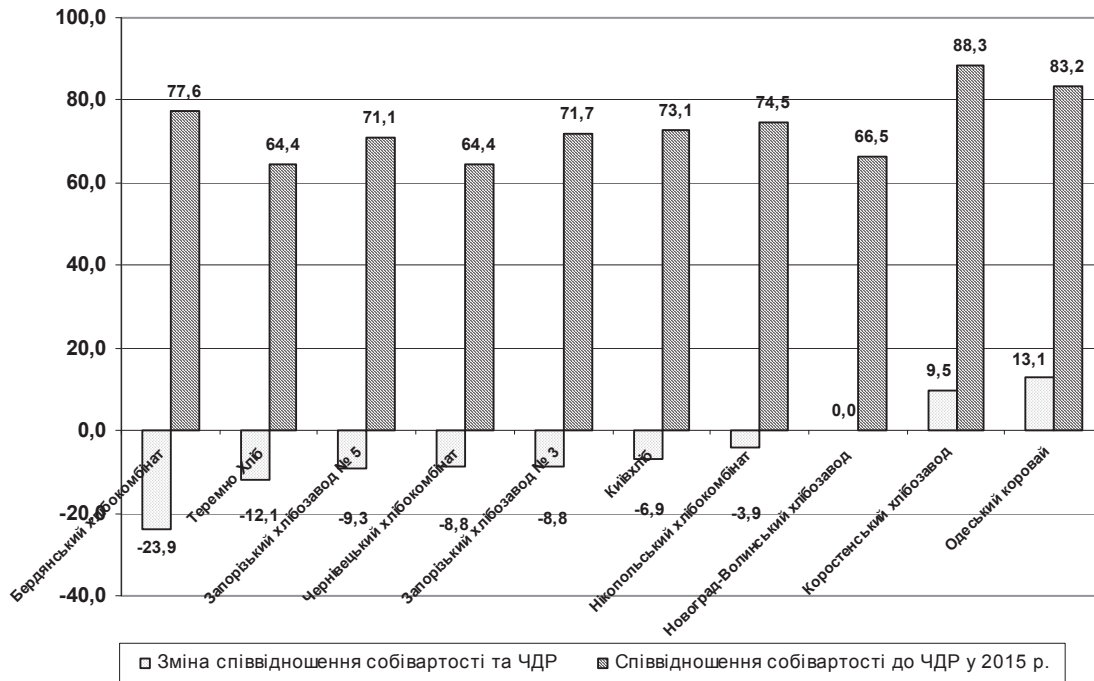


Рис. 5. Зміна співвідношення собівартості та чистого доходу від реалізації протягом 2010—2015 рр. та кінцеве співвідношення цих показників у 2015 р.

Примітка: ЧДР — чистий дохід від реалізації продукції.

Джерело: розраховано та сформовано автором за даними [1—10].

(ПАТ "Київхліб", "Одеський коровай" та "Чернівецький хлібокомбінат") та найменш успішний з усіх досліджуваних — "Коростенський хлібозавод".

Серед досліджуваних підприємств два вирізняються по співвідношенню коефіцієнтів варіації чистого доходу від реалізації та собівартості — ПАТ "Одеський коровай" та "Коростенський хлібозавод". У них обох волатильність собівартості була вище ніж волатильність чистого доходу від реалізації.

Більш глибоке дослідження діяльності цих підприємств дало змогу встановити, що волатильність ПАТ "Одеський коровай" обумовлювалася інтенсивними пошуками нових ринкових ніш та виведенням на ринок хлібобулочних виробів нової продукції.

Результати фінансових та організаційних зусиль менеджменту досліджуваних підприємств протягом 2010—2015 рр. дали змогу підвищити потенціал валової прибутковості від операційної діяльності більшої із них. Найбільших успіхів протягом згаданого періоду добився менеджмент ПАТ "Бердянський хлібокомбінат": загальне скорочення становило 23,9 в.п. ПАТ "Теремно Хліб" одночасно продемонстрували значне підвищення потенціалу прибутковості та його найвищий рівень у 2015 на фоні інших підприємств, яким вдалося скоротити співвідношення між собівартістю та чистим доходом від реалізації (рис. 5).

Найгіршою як у 2015 р. так і у динаміці за період 2010—2015 рр. ситуація склалася у ПАТ "Одеський коровай" та "Коростенський хлібозавод". Вони суттєво збільшили співвідношення між собівартістю та чистим доходом від реалізації, відповідно 13,1 та 9,5 в.п., що забезпечило для них у 2015 р. найменший потенціал прибутковості серед усіх досліджуваних підприємств.

Найбільшу питому вагу у структурі собівартості реалізованої продукції досліджуваних підприємств протя-

гом 2010—2015 рр. мали матеріальні витрати, частка яких становила більше 50%. Причому, серед великих підприємств (ПАТ "Київхліб", "Теремно Хліб", "Одеський коровай") цей показник в середньому за період більший ніж у решти підприємств — в діапазоні від 59 до 60,7 %, а серед найменших — дорівнює або менше 50%.

У більшості підприємств друге місце за питомою вагою у середньому протягом періоду 201—2015 рр. посідає частка інших витрат (17—19,8 %). Саме ці підприємства демонструють найбільшу динаміку розвитку, хоча й мають вище за середні рівні волатильності фінансово-економічних показників діяльності.

Характерною рисою досліджуваного періоду для більшості підприємств, зокрема: ПАТ "Нікопольський хлібокомбінат", "Бердянський хлібокомбінат", "Теремно Хліб", "Запорізький хлібозавод № 3" та "Одеський коровай" було збільшення витрат на сировину та матеріали (табл. 1). З одного боку, це обумовлено суттєвим дорожчанням відповідних закупок, з іншого — вказані підприємства не пішли на спрощення товарної номенклатури, рецептури та зниження якості навіть в умовах кризи 2014 року. Отже, для цих підприємств ціною збереження валового прибутку стало максимальна оптимізація внутрішніх процесів та пріоритет вимогам ринків постачання та збуту.

Прямо протилежну політику проводив менеджмент ПАТ "Коростенський хлібозавод". Вибір пріоритетів щодо покриття потреб персоналу, внутрішньовиробничого керівництва та допоміжних функцій призвели до надзвичайного скорочення питомої ваги витрат на сировину і матеріали, матеріальних витрат.

Як свідчать результати дослідження, темпи зростання собівартості продукції, загальноадміністративних витрат та загальних витрат на збут розподілилися між

Таблиця 1. Зміни у структурі собівартості досліджуваних підприємств у 2015 р. порівняно з 2010 р., %

ПАТ	Сировина і матеріали	Паливо та електроенергія	Заробітна плата з нарахуваннями	Загально-виробничі витрати	Інші витрати
«Нікопольський хлібокомбінат»	11	-4	-6	-4	3
«Бердянський хлібокомбінат»	8	-1	-3	-7	3
«Теремно Хліб»	7	-2	-4	-1	0
«Запорізький хлібо завод № 3»	7	-1	-8	-1	3
«Одеський коровай»	4	-1	-1	0	-2
«Чернівецький хлібокомбінат»	0	-4	2	0	2
«Запорізький хлібо завод № 5»	0	-2	5	-7	4
«Новоград-Волинський хлібо завод»	0	1	2	-2	-1
«Київхліб»	-2	1	0	0	1
«Коростенський хлібо завод»	-17	-2	9	2	8

Джерело: розраховано та сформовано автором за даними [1—10].

досліджуваними підприємствами досить нерівномірно.

У половини з них (ПАТ "Київхліб", "Чернівецький хлібокомбінат", "Запорізький хлібо завод № 3, "Теремно Хліб" та "Бердянський хлібокомбінат") загально корпоративні витрати зростали більшими темпами, другу групу склали підприємства (ПАТ "Одеський коровай", "Новоград-Волинський хлібо завод" та "Нікопольський комбінат"), де навпаки зростання собівартості було більшим ніж загально корпоративні витрати, третю групу складають ПАТ "Коростенський хлібо завод" та "Запорізький хлібо завод № 5", де темпи зростання загальних витрат на збут суттєво перевищили темпи зростання собівартості, але темпи зростання загальних адміністративних вдалося скоротити [1—10].

Підприємства, що змогли наростити обсяги валового прибутку протягом 2010—2015 рр. незважаючи на кризу потрапили до кожної із трьох виділених груп. Однак, скоріш за все, аналізовані співвідношення ілюструють стратегічні пріоритети, обрані різними підприємствами. Перша група, очевидно експлуатує вже накопичений потенціал і пов'язує перспективи із стратегією розвитку попиту на свій товар та прищільнення фізичного розподілу в його умовах. Друга група веде ризиковану стратегію інвестування у нові товарні та виробничі можливості, це переважно амбіційні підприємства, які шукають нові джерела розвитку. Нарешті третя група — це підприємства, які ще не змогли обрати чітку перспективу майбутнього і поводять себе суперечливо.

Більшість досліджуваних підприємств мали можливість покривати загальнокорпоративні витрати власними силами. У ПАТ "Чернівецький хлібокомбінат", "Новоград-Волинський хлібо завод", "Запорізький хлібо завод № 3", "Запорізький хлібо завод № 5", а також "Київхліб" і "Теремно Хліб" загально корпоративні витрати в середньому не перевищували валовий прибуток. Однак ця група підприємств є неоднорідною з точки зору тенденцій формування аналізованого співвідношення. ПАТ "Чернівецький хлібокомбінат", "Київхліб" та "Теремно Хліб" протягом періоду збільшували частку загально корпоративних витрат по відношенню до валового прибутку, і наприклад ПАТ "Київхліб" у 2015 р. вийшов за межі валового прибутку, що зменшило його загальну фінансову стійкість.

Серед другої групи підприємств середні значення співвідношення загальнокорпоративних витрат та валового прибутку перевищували 100%. Це означає хронічну діяльність за рахунок майбутніх доходів та зовнішніх

запозичень. Такі підприємства, як ПАТ "Одеський коровай", Нікопольській та Бердянський хлібокомбінати інтенсивно борються із проблемою, що дало їм можливість у 2015 році знизити частку загальнокорпоративних витрат до рентабельного рівня (особливо ефективними були зусилля ПАТ "Бердянський хлібокомбінат").

Досліджувані підприємства у контексті реструктуризації бізнесу, за даними річної звітності, постійно здійснюють технічне переобладнання та оновлюють основні засоби за рахунок як власних коштів, так і залучених банківських кредитів. Однак при цьому ступінь зносу основних засобів залишається досить високим внаслідок того, що значна частка у їх структурі належить будівлям та спорудам і застарілим машинам та обладнанню. Якщо на початок досліджуваного періоду знос основних засобів перевищував 50% лише у ПАТ "Одеський коровай", "Теремно Хліб" та "Коростенський хлібо завод", а у ПАТ "Чернівецький хлібокомбінат" та "Бердянський хлібокомбінат" становив 36,0% і 32,9 відповідно. Однак, протягом 2010—2015 рр. значно підвищився рівень зносу у ПАТ "Коростенський хлібо завод", "Бердянський хлібокомбінат", "Нікопольський хлібокомбінат", "Одеський коровай" та "Запорізький хлібо завод № 5" та досяг рівня 70—80%, що переважно є наслідком прорахунків щодо технологічного оновлення основних засобів. Така ситуація спостерігається й на інших підприємствах, які ще 5 років тому демонстрували інші тенденції.

На кінець 2015 р. лише деякі з досліджуваних підприємств утримали рівень зносу основних засобів нижче 60%. Це, зокрема ПАТ "Київхліб" зі зносом 47,8%, другим є ПАТ "Чернівецький хлібокомбінат" зі зносом 53,9%, завдяки розробленню та впровадженню інвестиційних програм з модернізації, реконструкції і вдосконалення виробничих потужностей, відповідно до яких проведено заміну морально застарілого обладнання підприємства та здійснено заходи з розвитку транспортного підрозділу.

ВИСНОВКИ

Узагальнення результатів аналізу фінансово-економічної діяльності підприємств з виробництва хліба та хлібобулочних виробів на прикладі 10 підприємств, можна зробити висновок, що величина підприємства, масштаби виробництва та монопольне становище на ринку хлібобулочних виробів не гарантують лідерства як у фінансових, так і збутових результатах. Хоча більшість

підприємств знайшла прийнятне співвідношення між виробничою собівартістю та чистим доходом від реалізації, отримувани в результаті цього валового прибутку, як правило, не вистачає на покриття загальнокорпоративного управління та збуту і не формують умов інвестиційного розвитку. Це призводить до того, що навіть мінімальні експерименти із новими ринками чи хлібобулочними виробами у разі підвищують ризики волатильності усіх основних економічних показників діяльності.

Хоча великі підприємства мають кращі вихідні умови для розвитку товарної політики, протягом досліджуваного періоду більшу динамічність та гнучкість демонструють середні підприємства та підприємства, що здійснюють владу диверсифікацію товарного асортименту, а не диверсифікацію поміж стратегічними бізнесодинаціями. Це підказує загальний напрям конструктивної модернізації маркетингової товарної політики хлібобулочних підприємств. Однак виявлення конкретного змісту у реалізації цих напрямків потребує більш глибокого вивчення структури та динаміки власне маркетингової політики та її спорідненості із товарною політикою досліджуваних підприємств.

Література:

1. Річна звітність ПАТ "Бердянський хлібокомбінат" [Електронний ресурс] // Бази даних Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. — Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/00378218>
2. Річна звітність ПАТ "Запорізький хлібо завод № 3" [Електронний ресурс] // Бази даних Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. — Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/00378038>
3. Річна звітність ПАТ "Запорізький хлібо завод № 5" [Електронний ресурс] // Бази даних Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. — Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/05465672>
4. Річна звітність ПАТ "Київхліб" [Електронний ресурс] // Бази даних Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. — Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/00381574>
5. Річна звітність ПАТ "Коростенський хлібо завод" [Електронний ресурс] // Бази даних Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. — Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/00377791>
6. Річна звітність ПАТ "Нікопольський хлібокомбінат" [Електронний ресурс] // Бази даних Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. — Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/00381381>
7. Річна звітність ПАТ "Новоград-Волинський хлібо завод" [Електронний ресурс] // Бази даних Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. — Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/00377785>
8. Річна звітність ПАТ "Одеський коровай" [Електронний ресурс] // Бази даних Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. — Режим

доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/0037-6886>

9. Річна звітність ПАТ "Теремно Хліб" [Електронний ресурс] // Бази даних Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. — Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/05509694>

10. Річна звітність ПАТ "Чернівецький хлібокомбінат" [Електронний ресурс] // Бази даних Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. — Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/03293304>

References:

1. SMIDA (2017), "The annual accounts of PJSC "Berdiansk bakery"", Bazy danykh Ahentstva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy, available at: <http://smida.gov.ua/db/participant/00378218> (Accessed 05 Jan 2017).
2. SMIDA (2017), "The annual accounts of PJSC "Zaporizhia bakery № 3"", Bazy danykh Ahentstva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy, available at: <http://smida.gov.ua/db/participant/00378038> (Accessed 05 Jan 2017).
3. SMIDA (2017), "Annual reports of PJSC "Zaporizhia bakery number 5"", Bazy danykh Ahentstva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy, available at: <http://smida.gov.ua/db/participant/05465672> (Accessed 05 Jan 2017).
4. SMIDA (2017), "Annual reports PJSC "Kyivkhlib"", Bazy danykh Ahentstva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy, available at: <http://smida.gov.ua/db/participant/00381574> (Accessed 05 Jan 2017).
5. SMIDA (2017), "The annual accounts of PJSC "Korosten bakery"", Bazy danykh Ahentstva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy, available at: <http://smida.gov.ua/db/participant/00377791> (Accessed 05 Jan 2017).
6. SMIDA (2017), "The annual accounts JSC "Nikopol bakery"", Bazy danykh Ahentstva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy, available at: <http://smida.gov.ua/db/participant/00381381> (Accessed 05 Jan 2017).
7. SMIDA (2017), "Annual reports of PJSC "Novograd Volyn bakery"", Bazy danykh Ahentstva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy, available at: <http://smida.gov.ua/db/participant/00377785> (Accessed 05 Jan 2017).
8. SMIDA (2017), "Annual reports JSC "Odessa loaf"", Bazy danykh Ahentstva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy, available at: <http://smida.gov.ua/db/participant/00376886> (Accessed 05 Jan 2017).
9. SMIDA (2017), "Annual accounts of PJSC "Terem Bread"", Bazy danykh Ahentstva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy, available at: <http://smida.gov.ua/db/participant/05509694> (Accessed 05 Jan 2017).
10. SMIDA (2017), "Annual reports of PJSC "Chernivtsi bakery"", Bazy danykh Ahentstva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy, available at: <http://smida.gov.ua/db/participant/03293304> (Accessed 05 Jan 2017).

Стаття надійшла до редакції 23.01.2017 р.