

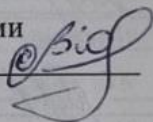
**МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Навчально-науковий інститут економічної безпеки та митної справи
Кафедра економіки, підприємництва та економічної безпеки**

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА (ДИПЛОМНА) РОБОТА

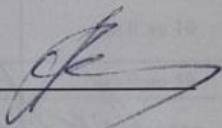
**на тему: «Особливості формування витрат на підприємстві та оптимізація їх
складу за матеріалами» ТОВ «Нестле Україна»)**

Здобувача вищої освіти другого (магістерського) рівня
II курсу, групи ЕМУ-21-1
спеціальності 051 «Економіка»,
освітня програма «Управління бізнес-процесами
на підприємстві»



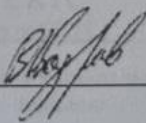
Овсяннікової Вікторії
Іванівни

Науковий керівник



Ляшенко Ганна
Павлівна,
к.е.н., доцент

Керівник освітньо-
професійної програми



Бодров Володимир
Григорович, д.е.н.,
професор.

Допущено до захисту за рішенням
кафедри економіки, підприємництва та
економічної безпеки,
протокол від 28.11.2022 № 6

Завідувач кафедри економіки,
підприємництва та економічної безпеки



Слюсарева Людмила
Валеріївна, д.е.н., професор

Ірпінь - 2023

Реєстрація № 65

31.01.2023
(дата)

О.Ф.
(підпис відповідальної особи)

Результати перевірки

(до захисту, на доопрацювання)

26.01.2023р.
(дата)

(підпис)

Результат захисту

90 5х
(оцінка)

06.02.2023р.
(дата)

(підпис)

Голова ЕК:

(підпис)

Кіндзерський Ю.В., д.е.н., с.н.

Заступник голови ЕК

(підпис)

Лазебник Л.Л., д.е.н., професор

Члени комісії:

(підпис)

Бодров В.Г., д.е.н., професор

(підпис)

Слюсарева Л.В., д.е.н., професор

Секретар комісії

Соколов О.М.,
д.е.н., доцент

Соколова О.М.,
д.е.н., доцент

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут економічної безпеки

та митної справи,

Кафедра економіки, підприємництва

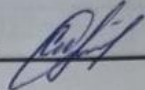
та економічної безпеки

Спеціальність 051 Економіка

Освітньо-професійна програма

«Управління бізнес-процесами на підприємстві»

Затверджую

Завідувач кафедри  Л.В.Слюсарева

Завдання на випускню кваліфікаційну (дипломну) роботу здобувачу вищої освіти

Овсянніковій Вікторії Іванівні

1. Тема випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи

«Особливості формування витрат на підприємстві та оптимізація їх складу»

Затверджена наказом ректора від 30 листопада 2021 р. № 1652

2. Строк здачі закінченої роботи 25 січня 2023 рік.

3. Цільова установка: виявлення особливостей формування витрат на підприємстві та оптимізації їх складу.

Мета роботи: вивчення та розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення формування й управління витратами та їх оптимізацію ТОВ «Нестле Україна».

Об'єкт дослідження: формування витрат на підприємстві, управління ними та шляхи їх оптимізації.

Предмет дослідження: система особливостей формування витрат на підприємстві та управління ними.

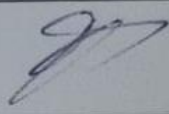
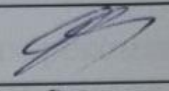
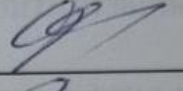
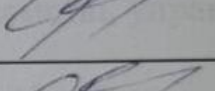
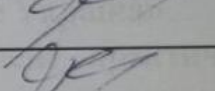
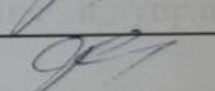
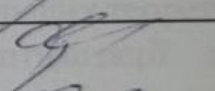
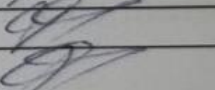
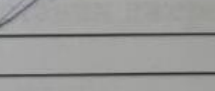
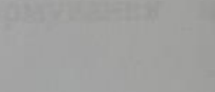
База дослідження: ТОВ «Нестле Україна».

4. Вихідні дані до роботи складають звітність підприємства за 2018-2020 рр., інтернет-ресурси, навчальні посібники, монографії та наукові статті в періодичних економічних виданнях.

5. Перелік графічного матеріалу: 13 таблиць, 18 рисунків.

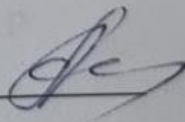
6. Зміст випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи (перелік питань за кожним розділом): Розділ 1. Теоретичні основи формуванні витрат на підприємстві. 1.1. Підходи до визначення поняття «витрат», класифікація витрат. 1.2. Методи управління витратами та їх зниження. Розділ 2. Аналіз системи формування витрат на ТОВ «Нестле Україна». 2.1. Загальна характеристика ТОВ «Нестле Україна». 2.2. Аналіз виробничої та фінансової діяльності підприємства в умовах постійних ринкових змін. 2.3. Аналіз ефективності діяльності ТОВ «Нестле Україна». Розділ 3. Шляхи оптимізації витрат ТОВ «Нестле Україна». 3.1. Шляхи оптимізації витрат на підприємстві

7. Календарний план виконання роботи

№ п/ п	Назва етапів випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1.	Вибір теми дипломної роботи, затвердження плану виконання роботи	30.11.2021р.	
2.	Опрацювання літературних джерел за напрямком дослідження	03.03.2022 р.	
3.	Підготовка теоретичного розділу та подання її керівнику	06.04.2022 р.	
4.	Апробація результатів дослідження теоретичного опрацювання матеріалу (підготовка статті та/або тез доповіді на науковій конференції)	28.05.2022р.	
5.	Підготовка аналітичного розділу роботи та подання її керівнику	30.08.2022р.	
6.	Підготовка III розділу дипломної роботи та подання її керівнику	04.10.2022 р.	
7.	Підготовка 100% дипломної роботи та подання її керівнику	07.11.2022 р.	
8.	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	14.11.2022 р.	
9.	Попередній захист дипломної роботи	28.11.2022р.	
10.	Отримання відгуку керівника дипломної роботи	18.01.2023р.	
11.	Рецензування дипломної роботи	20.01.2023р.	
12.	Представлення роботи для перевірки на плагіат	20.01.2023р.	
13.	Захист дипломної роботи	6.02.2023р.	

Дата видачі завдання 30 листопада 2021 р.

Керівник випускної
кваліфікаційної (дипломної) роботи



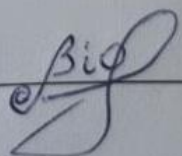
Ляшенко Ганна
Павлівна, к.е.н.,
доцент

Керівник освітньо-
професійної програми



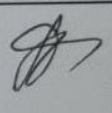
Бодров Володимир
Григорович,
д.е.н., професор

Завдання до виконання отримав
здобувач вищої освіти



Овсяннікова
Вікторія
Іванівна

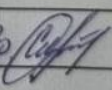
БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ ВИПУСКНОЇ РОБОТИ

Об'єкти контролю	Діапазон оцінки в балах	Фактична кількість балів	Примітки	Дата, П.І.П.: керівника, голови комісії членів комісії, секретаря, (підписи)
ОЦІНЮВАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ КЕРІВНИКОМ ТА РЕЦЕНЗЕНТОМ				
1. Зміст випускної роботи (якість теоретичного матеріалу, його зв'язок з практичним, вміння представляти матеріал в логічній послідовності, наявність висновків та пропозицій)	від 0 до 25	24		    
2. Дотримання вимог щодо оформлення	від 0 до 5	5		
3. Вчасне виконання роботи на всіх етапах у встановлені кафедрою терміни	від 0 до 5	5		
4. Рецензент	від 0 до 5	5		
5. Передзахист (якість та повнота представленого матеріалу, рішення щодо балів залишається за комісією)	від 1 до 10	9		
РАЗОМ БАЛІВ*	від 0 до 50	48		
ОЦІНЮВАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ				
1. Доповідь	від 0 до 10	8		
2. Роздатковий матеріал	від 0 до 5	5		
3. Знання теоретичного та практичного матеріалу, вміння відповідати на запитання	від 0 до 25	20		
4. Апробація (участь у конференціях)	від 0 до 10	5		
РАЗОМ БАЛІВ	від 0 до 50	48		
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ	від 0 до 100	90		

ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЄКТС

ЄКТС

Правила переведення оцінок до національної шкали та шкали ЄКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.П.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис)
90	A	5	06.02.2023	
Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	Оцінка за національною шкалою		
90-100	A	5 (відмінно)		
80-89	B	4 (добре)		
70-79	C			
60-69	B			
50-59	E	3 (задовільно)		
35-49	EX	2 (незадовільно)		

АНОТАЦІЯ

«Особливості формування витрат на підприємстві та оптимізація їх складу» за матеріалами ТОВ «Нестле Україна»

Мета роботи полягає в вивченні та розробці практичних рекомендацій щодо удосконалення формування й управління витратами та їх оптимізацію ТОВ «Нестле Україна».

Завданнями роботи є дослідження теоретичних основ формування витрат на підприємстві та методи управління ними, аналіз процесу формування витрат на підприємстві та можливі шляхи їх оптимізації на прикладі діючого підприємства ТОВ «Нестле Україна».

Предмет дослідження - система особливостей формування витрат на підприємстві та управління ними.

Об'єктом дослідження є формування витрат на підприємстві, управління ними та шляхи їх оптимізації.

Базою дослідження виступають матеріали ТОВ «Нестле Україна».

За результатами дослідження вивчені та розроблені практичні та теоретичні рекомендації щодо удосконалення формування й управління витратами та їх оптимізації на ТОВ «Нестле Україна».

Одержані результати можуть бути використані у подальших теоретичних дослідженнях проблем формування, управління та оптимізації витрат підприємства, у навчальному процесі при викладанні та вивченні дисципліни «Економіка підприємства».

Дипломна робота містить 74 сторінки, список використаних джерел з 62 найменувань, 5 додатків.

Ключові слова: витрати, оптимізація витрат, формування витрат, управління витратами, підприємство.

Рік виконання дипломної роботи 2022 р.

Рік захисту роботи 2023 р.

SUMMARY

"Peculiarities of cost formation at the enterprise and optimization of their composition" according to the materials of Nestle Ukraine LLC

The purpose of the work is to study and develop practical recommendations for improving the formation and management of costs and their optimization at Nestlé Ukraine LLC.

The tasks of the work are the research of the theoretical foundations of the formation of costs at the enterprise and methods of their management, the analysis of the process of formation of costs at the enterprise and possible ways of their optimization using the example of the operating enterprise "Nestle Ukraine" LLC.

The subject of the study is the system of features of cost formation at the enterprise and their management.

The object of the study is the formation of costs at the enterprise, their management and ways of their optimization.

The basis of the research is the materials of Nestle Ukraine LLC.

Based on the results of the research, practical and theoretical recommendations were studied and developed to improve the formation and management of costs and their optimization at Nestle Ukraine LLC.

The thesis contains 74 pages, a list of used sources from 62 titles, 5 appendices.

Keywords: expenses, optimization of expenses, formation of expenses, cost management, enterprise.

The year of completion of the thesis is 2022.

The year of job protection is 2023.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

- 1.1. Підходи до визначення поняття «витрат», класифікація витрат
- 1.2. Методи управління витратами та їх зниження

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СИСТЕМИ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ НА ТОВ «НЕСТЛЕ УКРАЇНА»

- 2.1. Загальна характеристика ТОВ «Нестле Україна»
- 2.2. Аналіз виробничої та фінансової діяльності підприємства в умовах постійних ринкових змін
- 2.3. Аналіз ефективності діяльності ТОВ «Нестле Україна»

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ ТОВ «НЕСТЛЕ УКРАЇНА»

- 3.1. Шляхи оптимізації витрат на підприємстві

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогоднішній день економіка світу динамічно розвивається, і це призводить до того, що фірми і організації різних рівнів змушені безперервно еволюціонувати для того, щоб не залишитися за бортом прогресу і ритму бізнес життя. Сучасні умови функціонування підприємств вимагають швидкого реагування на зміни у ринковому середовищі та бізнес-процесах усередині компанії. В умовах «ринку покупця» продавець вимушений будувати свою діяльність, виходячи з купівельного попиту. При цьому попит не обмежується одним попитом на товар чи послугу. Покупець диктує свої умови також і в області складу і якості послуг, що надаються йому.

Зростаюча тенденція росту загальних витрат у порівнянні зі зростанням загальних доходів, підвищення собівартості продукції та послуг, зниження ефективності бізнесу поряд з ростом рівня конкуренції обумовили практичну значимість й актуальність оптимізації витрат підприємств із метою підвищення ефективності загальної діяльності. Наявність достовірної інформації про собівартість та загальні витрати, чіткий порядок їхнього відбиття в кінцевих результатах створюють діючі стимули до ефективності діяльності.

Стан і сутність розробки проблеми в спеціальній літературі. Дослідження проблем формування й управління витратами та їх оптимізація на підприємстві набуває все більшого значення за сучасних умов діяльності, тому питанням витрат присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: Л. Асаул, І. Ансоф, С. Батуков, Дж. Ф. Берджес, І. Бланк, О. Воронін, Ф. Горбонос, С. Жуков, Г. Іваницька, А. Кальченко, Ф. Котлер, Є. Крикавський, Б. Литвин, Н. Павленчик, Н. Прохар, Т. Хахльов, Г. Черевко, Ю. Цал-Цалко та ін.

Із розвитком конкуренції на ринку та поступовим зниженням норми прибутку розвиток підприємства значною мірою починає залежати від поведінки витрат та управління ними. Уміння коректно та раціонально керувати витратами у

періоди погіршення кон'юнктури ринку збільшує шанси підприємства на виживання. Саме цей аспект і обумовлює доцільність даної дипломної роботи.

Мета і завдання дослідження. Метою виконання роботи є вивчення та розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення формування й управління витратами та їх оптимізацію ТОВ «Нестле Україна».

Завданням роботи є дослідження теоретичних основ формування витрат на підприємстві та методи управління ними, аналіз процесу формування витрат на підприємстві та можливі шляхи їх оптимізації на прикладі діючого підприємства ТОВ «Нестле Україна».

Об'єктом дослідження є формування витрат на підприємстві, управління ними та шляхи їх оптимізації.

Базою дослідження є підприємство ТОВ «Нестле Україна».

Предметом дослідження є система особливостей формування витрат на підприємстві та управління ними.

Методи дослідження. При виконанні дипломної роботи за темою «Особливості формування витрат на підприємстві та оптимізація їх складу» було використано такі методи: діалектичний метод пізнання, прийоми аналізу та синтезу, групування, типізації, порівняння та графічного представлення результатів дослідження.

Науково-практична значимість одержаних результатів полягає в тому, що на підприємстві ТОВ «Нестле Україна» можна застосувати концепцію ощадливого виробництва, яка позитивно вплине на оптимізацію витрат.

Апробація результатів дослідження. За результатами дипломної роботи опубліковано, в електронному науковому фаховому виданні «Економіка та суспільство», наукову статтю на тему «Витрати підприємства та управління ними». Випуск № 45/2022 (рекомендовано до поширення в мережі інтернет Вченою радою наукового відділу економічних досліджень Видавничого дому «Гельветика» 29.11.2022 р., протокол № 26). Електронне посилання URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1929>

Інформаційною базою даної роботи є відповідні законодавчі та нормативні документи, офіційні статистичні матеріали, літературні джерела і матеріали підприємства ТОВ «Нестле Україна».

Структура дипломної роботи. Вступ; розділ 1 присвячений теоретичним основам формування витрат на підприємстві (класифікація та сучасні підходи вчених до визначення поняття і методів управління витратами); розділ 2 проведено аналіз системи формування витрат на діючому підприємстві ТОВ «Нестле Україна»; третій розділ присвячений розгляду шляхів оптимізації витрат на підприємстві; висновки (підведені й оформлені підсумки роботи та шляхи вирішення проблем підприємства); список використаних джерел, додатки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Підходи до визначення поняття «витрат», класифікація витрат

Правильний менеджмент витрат відіграє найважливішу роль в процесі функціонування підприємства, оскільки покриття витрат дозволяє відновлювати і розширювати масштаб діяльності. Так як витрати мають прямий вплив на ціноутворення та конкурентоспроможність товарів та послуг, вони визначають величину прибутку підприємства та його рентабельність. Окрім того, завдяки аналізу витрат можна дослідити доцільність функціонування підприємства.

Наукова література по-різному пояснює сутність терміну «витрати», схилиючись більше до підходу економічного та бухгалтерського. Але це не розкриває всієї сутності з урахуванням потреб управління. Розглянемо більш детально характеристику поняття «витрат» різними вченими.

Про те, що витрати є несприятливим рухом ресурсів, який зменшує прибуток фірми, говорять Е.С. Хандріксен та М.Ф. Ван Бреда. У той же час, вони відмічають, що не кожний несприятливий рух являється витратами. Окрім того, вони виникають у процесі отримання доходу» [1, с. 243].

Витрати є важливою економічною категорією, що підлягає пильному контролю менеджментом підприємства. Це відбувається за рахунок того, що затрати впливають на фінансовий результат фірми, контролюють її цінову політику, вказують на рівень організації виробництва та дають змогу оцінити ефективність діяльності компанії шляхом порівняння витрат та результатів діяльності [2, с. 61].

О.В. Павелко пише про наявність різних підходів до характеристики витрат, що обумовлюється баченням витрат як «придбання засобів виробництва» та «їх використання в процесі виробництва» [3].

У своєму аналізі Е.А. Аткинсон найбільш чітко визначає причини наявності різних точок зору з визначення категорії «витрати»:

- витрати класифікуються з певною метою;
- інформація щодо витрат визначає способи розрахунку [4, с. 131].

Задля можливості дійти певних висновків у розкритті сутності поняття витрат, зведемо їх за підходами (рис.1.1).



Рис.1.1. Підходи до визначення поняття «витрати»

[Розроблено автором на основі 5, 7, 9, 22, 11, 13, 14, 18, 16, 20]

Перший, виробничий, підхід Ф.Ф. Бутинець характеризує як спожиті ресурси або гроші, які необхідно заплатити за товари, роботи і послуги [5].

М.С. Пушкар [6, с. 389] при цьому визначає витрати як суму спожитих товарів, робіт і послуг факторів виробництва (ресурсів).

Фінансово-грошовий підхід відповідно більшу увагу приділяє фінансовій стороні витрат. На думку І.А. Бланк витрати є вираженими у грошовій формі трудовими, матеріальними, фінансовими та іншими видами ресурсів, задіяних для виробництва продукції [7, с. 19].

Подібну характеристику надає А.М. Поддєрьогін [8], говорячи, що витрати є обсягом використаних ресурсів (у грошовому вимірі) задля здійснення господарської діяльності.

Бухгалтерський підхід представляють Н.В. Прохар [9], В.В. Кулішов [22,с.76], які визначають витрати як зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, яке призводить до зменшення власного капіталу.

Іншим поглядом є трактування «Витрати – це споживання чи використання матеріалів, товарів, робіт, послуг в процесі одержання доходу», якого притримується Г.В. Нашкерська [10, с. 390].

За економічним підходом, зокрема І.І. Сидоровим [11, с. 18], витрати представляють собою трату інтелектуальної та фізичної енергії людини.

Втім Ю.С. Цал-Цалко визначає, що сукупні витрати живої та уречевленої праці на виробництво продукції становлять витрати господарської діяльності суб'єктів підприємництва [12, с. 5].

Нормативно-правовий підхід є таким, що встановлює досліджувану категорію на законодавчому рівні, таким чином, витратами є або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводять до зменшення власного капіталу підприємства за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені ПСБО 16 (п.6) [13], НПСБО 1 (п. 3) [14].

Інше джерело [15] характеризує витрати як «зменшення економічних вигод протягом звітного періоду, що відбувається у формі відтоку або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, які ведуть до зменшення капіталу, не пов'язаних з його розподілом між учасниками акціонерного капіталу».

Ф. Котлер представляє маркетинговий підхід та виділяє три шляхи до формування вихідних цін: основані на витратах, на думці споживачів і на цінах конкурентів [16, с. 298–299].

Погляди С.С. Гаркавенко направлені на визначення витрат інструментом цінової політики підприємства, так як попит визначає верхній рівень ціни, а її мінімальну межу – витрати [17, с. 291, 302].

Представник управлінського підходу (В.Г. Козак [18, с. 129]) запевняє, що витрати відіграють чи не найважливішу роль в управлінському обліку та оцінці діяльності підприємства, при чому менеджерам необхідні не просто витрати, а інформація про «причини» витрат.

За визначенням Л.В. Нападовської для управління виробничою собівартістю витрачення ресурсів у виробництві можна відображати через використання поняття «затрати», що є зменшенням економічних вигод протягом звітного періоду, або збільшення зобов'язань підприємства, що призводить до зменшення капіталу [19].

Аналітичний підхід, виходячи зі своєї назви, визначає витрати як вартісне вираження абсолютної величини спожитих ресурсів, необхідних для здійснення підприємством поставленої мети [20, с. 32].

Також, як говорить Н.А. Іващенко «Собівартість продукції і прибуток перебувають в обернено-пропорційній залежності: зниження собівартості приводить до відповідного зростання суми прибутку, і навпаки» [21].

Отже, можна зробити висновок, що в залежності від аспекту розгляду витрат вони трактуються з акцентом на певні категорії, але усі вони є ресурсами та факторами виробництва, які виражені у грошовій формі та потребують обліку, а також ті, що використані у процесі господарської діяльності для отримання певного фінансового результату і необхідні для його аналізу та прийняття управлінського рішення. Оскільки поняття витрат є складною категорією, вони мають складну класифікацію, представлену на рис. 1.2.

За місцем виникнення

- Витрати виробництва, цеху, дільниці, технологічного переділу, служби

За видами продукції, робіт, послуг

- Витрати на вироби, типові представники виробів, групи однорідних виробів, деталі, вузли, замовлення, процеси тощо

За відношенням витрат до процесу виробництва

- Основні
- Накладні

За способом віднесення на собівартість продукції

- Прямі
- Непрямі

За ступенем впливу обсягу виробництва на рівень витрат

- Змінні
- Постійні

За доцільністю витрачання

- Ефективні
- Неефективні

За однорідністю витрат

- Одноелементні
- Комплексні

За періодами визнання (часом виникнення)

- Витрати поточні
- Майбутніх періодів
- Майбутні витрати

За можливістю здійсненні контролю за витратами

- Контрольовані
- Неконтрольовані

За економічним змістом

- За економічними елементами
- За статтями калькуляції

Рис.1.2. Загальна класифікація витрат
[Удосконалено автором на основі 23]

Відповідно до характеристики «За місцем виникнення» виділяють витрати різних виробничих та невиробничих підрозділів (відповідно до центрів відповідальності) – це цехи, дільниці, служби, та інші одиниці організаційної структури підприємства.

Класифікація за видами продукції, робіт, послуг класифікація базується на поясненні, що всі витрати включаються до собівартості окремих видів продукції (робіт, послуг), і відповідно їх необхідно групувати за типами виробів або за окремими виробничими замовленнями. Дана категорія допомагає контролювати ефективність виробництва окремих видів продукції (робіт, послуг).

Як зазначено на рисунку за відношенням витрат до процесу виробництва виділяють основні (пов'язані безпосередньо з технологічними процесами виробництва) та накладні витрати (обумовлені управлінням та обслуговуванням виробництва). Так, наприклад, зарплата управлінського персоналу, що не здійснює безпосереднього впливу на створення продукту чи послуги, належить до накладних витрат, у той час як робітники, які пов'язані з технологічними процесами виробництва, складають основні витрати [24].

Залежно від способу віднесення витрат на собівартість витрати бувають прямими та непрямими. Перші пов'язані з виконанням конкретних робіт і можуть бути віднесені на їх собівартість безпосередньо, без розподілу, за даними первинних документів (сировина, основна заробітна плата, основні матеріали).

Другі ж пов'язані з виробництвом кількох видів продукції (робіт, послуг) і тому відповідним чином мають бути розподілені за допомогою спеціальних методів. Сюди входять загальновиробничі витрати.

За критерієм доцільності витрат розглядають витрати ефективні, тобто продуктивні, та неефективні, які не дадуть доходу у результаті, так як товар чи послуга не будуть утворені.

За однорідністю виділяють витрати одноелементні та комплексні. До одноелементних, відповідно відносять ті, що економічним змістом складаються з одного елемента витрат (наприклад, витрати матеріалів, заробітна плата, витрати енергії тощо). Таким чином, комплексні витрати формуються з різних елементів.

Якщо розглянути характеристику «За періодами визнання», побачимо поточні витрати – на виробництво поточного звітного періоду, які повинні бути включені до собівартості продукції, виготовленої протягом цього звітного періоду; витрати майбутніх періодів – що понесені у поточному звітному періоді, але будуть включені до складу собівартості продукції (робіт, послуг) наступних звітних періодів (авансові платежі за оренду, передплата); та майбутні витрати, як є оберненими до витрат майбутніх періодів, оскільки в поточному звітному періоді ще не вироблені, але для правильного формування фактичної собівартості продукції (робіт, послуг) вони підлягають внесенню до витрат виробництва за поточний звітний період (оплата відпускних).

Класифікація за економічним змістом передбачає групування за економічними елементами (що і скільки витрачено) та статтями калькуляції (на що конкретно понесені витрати) [23].

Групування за елементами показує, скільки понесено тих чи інших видів витрат (матеріальних, грошових) підприємством загалом за певний період часу без розподілу їх на окремі види продукції та інші загальновиробничі потреби. При цьому не враховується, на виробництво якого виробу вони були використані.

Так, П(С)БО 16 у пункті 21 називає п'ять економічних елементів (рис.1.3).

До першого елемента відносяться витрати сировини й основних матеріалів; купівельних напівфабрикатів та комплектуючих виробів; палива й енергії; будівельних матеріалів; запасних частин; тари й тарних матеріалів; допоміжних та інших матеріалів.

Другий елемент складається з витрат на виплату основної та додаткової заробітної плати; та гарантійних та компенсаційних виплат.



Рис.1.3. Витрати за економічними елементами

[Розроблено автором]

До відрахувань на соціальні заходи входять відрахування на соціальне страхування, відрахування на пенсійне забезпечення, страхові внески на випадок безробіття, відрахування на індивідуальне страхування персоналу підприємства, та відрахування на інші соціальні заходи.

Четверта позиція – амортизація – характеризується сумою нарахованої амортизації основних засобів, нематеріальних активів та інших необоротних матеріальних активів.

Інші операційні витрати передбачають фіксацію витрат відмінних від перших чотирьох елементів, а саме ті, що пов'язані з управлінням виробництвом, на перевезення співробітників до/з місця роботи, податки та збори, що входять до виробничої собівартості, витрати за аутсорсинг тощо [25].

Таким чином, характеристика витрат за статтями калькуляції розкриває їх цільове призначення та пояснює зв'язок із технологічним процесом

1.2. Методи управління витратами та їх зниження

Будь яке підприємство прагне максимізувати прибуток та вести успішну діяльність. І звісно для цього необхідно щоб функціонувала ефективна система управління витратами. Як було зазначено раніше для збільшення прибутковості компанії важливим фактором є зниження собівартості, що фактично являє собою зниження витрат підприємства. Основною причиною є збільшення прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства та розширенні виробництва в наступні періоди. Також це створює можливості для стимулювання робітників, що буде впливати на продуктивність їх праці. Зниження ризику настання банкрутства та покращення фінансового стану підприємства також досягається при зниженні собівартості.

Ну і звісно, оскільки собівартість є базою для визначення ціни, то її зниження призведе до можливості зниження цін реалізації продукції. І як наслідок це призведе до підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства та збільшення обсягів реалізації. До основних заходів, що впливають на зниження витрат можна віднести наступні [27]:

- зниження витрат на матеріали, сировину та паливо, які використовуються в процесі виробництва;
- зниження вартості амортизаційних відрахувань;
- зменшення рівня оплати праці працівникам, що досягається шляхом підвищення продуктивності праці робітників і як наслідок економії під час оплати праці;
- скорочення адміністративних витрат та накладних витрат;
- ліквідація непродуктивних витрат.

Управління витратами це важлива частина діяльності будь якого підприємства. Існує велика кількість як традиційних методів, так і сучасних, які спрямовані на оптимізацію витрат.

Якщо говорити про традиційні методи, то вони в основному базуються на порівнянні із певними визначеними стандартами, пошуку певних відхилень та скорочення їх у майбутньому. Якщо говорити про управління витратами то традиційні методи спрямовані не на скорочення витрат, а на недопущення їх зростання. Здається що такий підхід дає непогані результати, але при сучасних умовах та факторах він не буде таким ефективним. В сучасних конкурентних умовах та стрімкого інноваційного розвитку економіки, застосування традиційних методів не принесе бажаних результатів. На сьогодні існує велика кількість методів, які враховують обмеження традиційних моделей управління витратами. У таблиці 1.1. наведено переваги та недоліки найпоширеніших методів управління витратами.

Таблиця 1.1

Переваги та недоліки методів управління витратами

Метод	Переваги	Недоліки
Таргет-костинг	- Відносно простий інструмент контролю - Стимулює до знаходження нових інноваційних рішень - Не має необхідності в застосуванні нової дорогої технології чи матеріалу	- Необхідною умовою є існування тісної взаємодії між різними підрозділами та працівниками - Колектив має бути єдиним злагодженим механізмом
Кайзен-костинг	- Забезпечує постійне зменшення витрат - Утримує їх на заданому рівні	- Необхідність мотивації працівників і корпоративної культури, що підтримує залучення персоналу в діяльність організації
Бенчмаркінг	- Ефективні способи зменшення витрат і вдосконалення процесів у діяльності підприємства вже перевірені лідером ринку або підприємством, взятим за зразок - Можливість комбінування різних методів, що забезпечили успіх у зменшенні витрат іншим підприємствам	- Не всі методи, які вивели лідера до успіху, допоможуть вашій організації - Необхідно ретельно обирати підприємство, яке будете наслідувати - Обов'язкове врахування зовнішніх факторів та умов - Труднощі в отриманні інформації
Кост-кілінг	- Дозволяє швидко зменшити витрати	- Жорсткі методи досягнення результату - Необхідно мати повну і достовірну інформацію про діяльність усього підприємства

Продовження таблиці 1.1

Метод	Переваги	Недоліки
CVP-аналіз	- Можливість визначити обсяг реалізації залежно від запланованого прибутку - Простота та відносна швидкість	- Необхідність поділу витрат на змінні (залежать від обсягу продукції) та постійні (не залежать від обсягу продукції) - Зміна наявних у моделі чинників (змінних і постійних витрат, обсягу реалізації і ціни) може суттєво змінити кінцевий результат
LCC-аналіз	- Точний прогноз витрат і співвідношення отримуваного доходу та витрат щодо виробництва виробу в цілому - Забезпечення стратегічного бачення структури витрат і зіставлення її із структурою доходів	- Невизначеність в обліку накладних витрат - Може потребувати витрат на отримання великої додаткової інформації
EVA-підхід	- Відкривається потенціал, який закладений у персоналі будь-якої організації - Надання інформації і мотивації співробітникам - Дає змогу враховувати дохідність та ризики проектів (операційні і фінансові) - Надають можливість уникнути розбіжності між фінансовою звітністю та реальним станом справ	- Недооцінка таких факторів довгострокового успіху, як знання персоналу, інформаційні технології, корпоративна культура - Досить складні розрахунки - Жорсткий взаємозв'язок винагороди й показника EVA може призвести до прийняття рішень, спрямованих на короткострокові вигоди - Орієнтація в основному на короткострокову перспективу, а не на довгострокову

Джерело: складено автором на основі [27]

Визначивши основні методи для управління витратами постає питання який саме метод управління обрати на своєму підприємстві. Для цього в табл. 1.2. визначено основні критерії для яких доцільно застосовувати той чи інший метод.

Основні критерії вибору методу управління витратами

Метод	Критерії відбору				
	Мета	Стадія життєвого циклу товару	Організаційна структура	Розмір підприємств а	Позиція підприємства на ринку
Таргет-костинг та кайзен-костинг	Постійне зменшення витрат	Зростання обсягу продажу внаслідок визнання товару покупцем	Лінійно-функціональна	Велике	Новачок
CVP-аналіз	Постійне зменшення витрат	Зростання обсягу продажу внаслідок визнання товару покупцем	Лінійно-функціональна	Середнє	Претендент на лідерство
Кост-кілінг	Короткочасне скорочення витрат	Спад обсягу продажу і прибутку	Лінійно-функціональна	Середнє	Послідовник
Бенчмаркінг	Постійне зменшення витрат	Впровадження товару на ринок	Функціональна	Велике	Претендент на лідерство

Джерело: складено автором на основі [26]

Отже, можна зазначити, що застосування того чи іншого методу є доцільним в різних ситуаціях та на різних підприємствах. Для правильного вибору методу оптимізації витрат необхідно враховувати велику кількість як зовнішніх, так і внутрішніх факторів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ВИТРАТ НА ТОВ «НЕСТЛЕ УКРАЇНА»

2.1. Загальна характеристика ТОВ «Нестле Україна»

Nestle є найбільшою компанією світу в сфері виробництва продуктів харчування і напоїв, яка представлена в 189 країнах. Крім цього, володіє акціями підприємств парфюмерно-косметичної і фармацевтичної промисловості. Загалом, Nestle належить більше 2 тис. торгових марок та у володінні якої знаходиться 418 заводів [28]. Компанія визначає власну стратегію як план розвитку Nestlé з метою виконання місії «Якість продуктів – якість життя». Nestlé розпочала свою діяльність в Україні в грудні 1994 році з відкриття власного представництва Societe pour l'Exportation des Produits Nestlé S.A в Києві. На той час основна діяльність компанії в Україні полягала в проведенні активної маркетингової та рекламної підтримки на українському ринку всесвітньовідомих брендів Nestlé, а саме: Nescafe, Nesquik, Maggi, Nuts, дитячого харчування Nestlé, Purina Pet Care та Friskies.

У 1998 році компанія придбала контрольний пакет акцій Львівської кондитерської фабрики «Світоч» і стала власником однойменного кондитерського бренду. Встановлюючи на виробництві міжнародні стандарти якості за участю Nestlé, «Світоч» отримав новітні «ноу-хау» та виробничі технології, впровадження автоматизації виробничих процесів, реконструкцію існуючих і встановлення нових виробничих ліній, національну дистрибутивну і маркетингову підтримку торгової марки. Крім кондитерських виробів фабрика «Світоч» забезпечує пакування певних видів кави.

У травні 2003 року Nestlé здійснила внутрішню «націоналізацію», в результаті якої на українському ринку з'явилася нова компанія – ТОВ «Нестле Україна». У тому ж році в грудні місяці було придбано 100% акцій ВАТ «Волиньхолдинг» (ТМ «Торчин») – луцької молоді, динамічної компанії, яка випускає продукцію під відомою торговою маркою «Торчин Продукт». ТМ «Торчин» є лідером на українському ринку холодних соусів (майонез, кетчуп,

гірчиця, соуси) [29].

У лютому 2010 році «Нестле Україна» приєднала до своїх активів ТОВ «Техноком», що випускає продукцію швидкого приготування під рендом «Мівіна». ТМ «Мівіна» займає позицію лідера на ринку продуктів в категоріях «Продукти швидкого приготування та «Приправи» в Україні [29]. Вже в жовтні 2013 році на даній фабриці була запущена лінія з фасування каш під ТМ «Бистров» потужністю 30 упаковок (по 400 гр) за хвилину, інвестиції в установку цієї лінії склали 2,7 млн грн [30].

Також в 2010 році у Львові був створений «Об'єднаний бізнес-сервіс- центр Nestlé Європа», який об'єднує в собі діяльність в сфері фінансів та управління персоналом і обслуговує 53 ринки Nestlé. Таких бізнес-центрів загалом у Nestlé шість, однак найбільший та найефективніший є саме львівський.

Треба відзначити, що оптимізуючи витрати в ланцюгах постачання та з метою безперебійного забезпечення потреб споживачів та побудови оптимальних ланцюгів постачання сировини та продукції компанія в 2018 році залишила лише два дистрибуційні центри (сmt. Малехів та сmt Смолигів) в порівнянні з 2014 році таких центрів в Україні налічувалося чотири (тобто ще два були розташовані в м. Одеса та м. Харкові), як представлено на рис. 2.1.



Рис. 2.1. ТОВ «Нестле Україна» на мапі України

Джерело: [31]

В 2017 році компанія здійснювала поставки у 17 країн, в тому числі у Великобританію, Німеччину, Італію, Іспанію, Голландію, Польщу, Францію, Угорщину, країни Балтії, Грузію, Вірменію, Азербайджан. Крім того, в незначних обсягах продукція експортується в США і Канаду [28]. Так наприклад, з 2016 року до Угорщини експортуються шоколадні плитки під локальним брендом Восі, які виробляються на львівській кондитерській фабриці, а з червня 2017 року з цієї фабрики почала експортувати шоколадні батончики під брендом Lion в Бразилію. Крім того експортується локшина з заводу в Харкові, а червоні соуси з заводу «Торчин» [32].

Треба відмітити, що найбільший експорт української продукції Nestlé здійснюється в Німеччину, Італію, Іспанію та Польщу. В той самий час найбільше імпорту продукції Nestlé здійснюється з Польщі, трохи менше з Німеччини, Франції та Іспанії: злакові продукти та дитяче харчування, таке як NAN, корм для тварин Purina, деякі напої, наприклад: Nescafé Gold та Nescafé Classic в скляних банках. Крім того, на бізнесі сказалися обмеження пов'язані з заборонаю торгівлі з РФ, так наприклад раніше Nescafé Gold імпортувався звідти, тепер, як вказано вище, з Франції, що не могло не вплинути й на вартість ланцюга постачання. Крім того, був втрачений ринок в РФ для продукції «Торчин» [33].

Перш за все, Nestlé закріплює свої позиції і поширює свою присутність в Україні за рахунок інвестицій в місцеве виробництво та промислову інфраструктуру, активної підтримки та просування, торгових марок, а також за рахунок налагодження національної мережі збуту.

Так, в 2016 році компанія інвестувала близько 150 млн грн лише в лінії для виробництва вафель «Артек» на власній фабриці у Львові, при цьому загальний обсяг інвестицій в 2016 році склав близько 340 млн грн [34].

У 2017 році Nestlé в Україні інвестувала понад 128 млн грн. Причому інвестиції були спрямовані в певних частинах на кожну з трьох фабрик [28]. Лише 10 млн грн, що були інвестовані в 22 проекти з енергоефективності дозволили досягти економії енергії на 8%, в той час як інвестування 1 млн грн

в 12 проектів з встановлення спеціального обладнання для збереження природних ресурсів дозволило скоротити витрати води на трьох фабриках компанії в обсязі 189 вагонів-цистерн [34].

В 2018 році компанія запланувала інвестувати 700 млн грн на реконструкцію та модернізацію в свою харківську фабрику «Мівіна». Проект реалізовується в два етапи: 1) трансформація існуючого логістичного центру в виробниче приміщення з поступовою розробкою всієї інфраструктури, 2) перенесення ліній виробництва в нове приміщення. Така реконструкція крім модернізації допоможе покращити технології виробництва продукції, наприклад зниження місткості жирів в продукції, що в свою чергу дозволить відповідати критеріям оцінки харчової якості продуктів Nestlé, заснованих на дієтичних рекомендаціях ВООЗ. Всі етапи реконструкції планується завершити до 2021 року [35].

На сьогоднішній день бізнес Nestlé в Україні представлений напрямками: кава, напої, кондитерські вироби, кулінарія (холодні соуси, приправи, супи), продукти швидкого приготування, дитяче та спеціальне харчування, готові сніданки, корма для домашніх тварин [28].

Найбільшими сегментами бізнесу Nestlé в Україні є кулінарія (ТМ «Торчин»), кава та напої (ТМ Nescafé, Coffee-mate), кондитерські вироби (ТМ Nestlé та «Світоч») та продукти швидкого приготування (ТМ «Мівіна»). Компанія успішно працює і в таких напрямках, як дитяче та спеціальне харчування, корми для домашніх тварин, готові сніданки та морозиво [36] (дод. А.2.1.).

Основними конкурентами компанії є виробники тих товарів, які знаходяться в тому ж сегменті, в якій знаходиться продукти Nestlé, такі як: виробники соусів, виробники кондитерських виробів, виробники локшини швидкого приготування, виробники кормів для тварин тощо. В дод. Б.2.1. наведені основні конкуренти компанії Nestlé за цими сегментами товарів.

Треба відмітити, що на ринку за бізнесом кулінарія передові позиції займає саме продукція Nestlé. Так, близько 23% гірчиці, 30% соусів, 25% майонезів та 70% кетчупів, що споживає населення України, приходить як раз на частку

бренда «Торчин» (рис. 2.2).

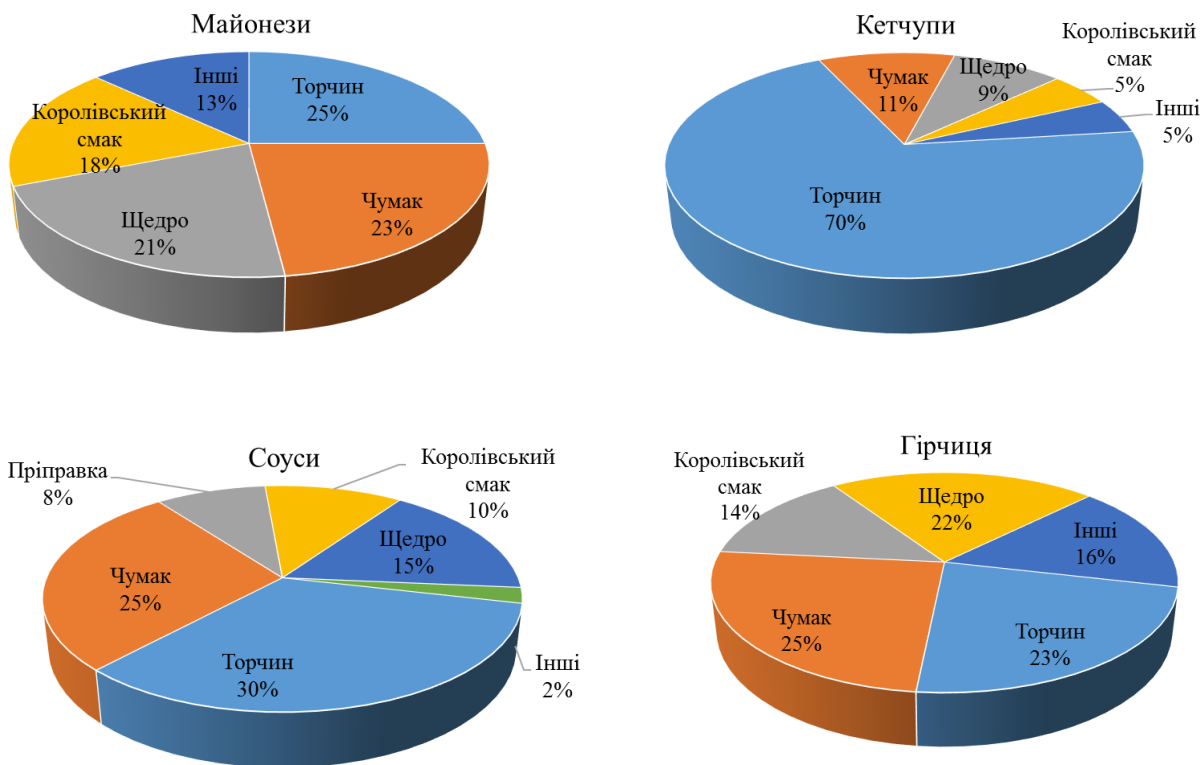


Рис. 2.2. Позиції бізнесу «Кулінарія» в порівнянні з конкурентами

Що стосується українського ринку кондитерських виробів продукція ТМ Nestlé та «Світоч» не займає передові позиції, а лише сьоме місце, серед провідних конкурентних кондитерських виборів виділяється Рошен, АВК, МІР Шоколад, Бісквіт-Шоколад, Рейнфорд та Монделіс (рис. 2.3).

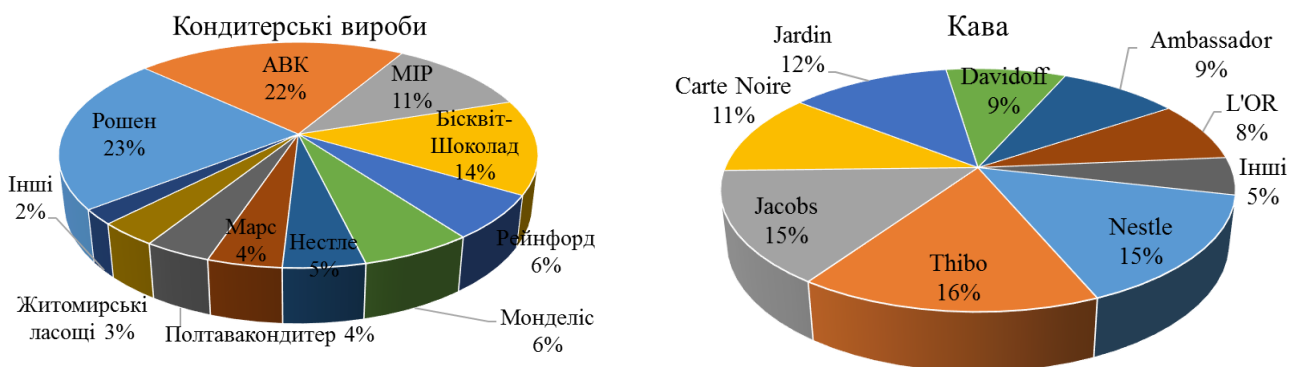


Рис. 2.3. Частка ринку в бізнесах «Кондитерські вироби» та «Кава»

Також, на рис. 2.3 представлені частки ринку в бізнесі «Кава», згідно до якої

продукція Nestlé займає передові місця серед конкурентів в своєму сегменті серед швидкорозчинної кави. Треба відмітити, що сам ринок кави в Україні за останні сім років дуже змінився, і якщо в 2013 році 88% населення надавали перевагу розчинній каві в натуральному вираженні, вже в 2019 році частка розчинної кави становить трохи більше 25% [37, 38]. Крім того, серед лідерів кавових міксів, частка ринку яких складає близько 33% можна виділити продукцію Nestlé, Jacobs MacCoffe, які ділять даний ринок приблизно однаково.

В бізнесі «Каші швидкого приготування» у продукції «Бистров» серед конкурентів-каш в малих упаковках можна визначити «Аха» (Лантманнен Акса), «Хуторок» (Рідний продукт), «Жменька» (Фабрика бакалійних продуктів), «Хвилинка» (Вайз), «Nordic» (Райсіо Україна), «Велика ложка» (Екотехніка) та «Ваша каша» (Миттєва вівсянущка), при чому треба зауважити, що продукція ТМ «Бистров» не має передових позицій у споживанні (рис. 2,4), що можна пов'язати з більшою вартістю в порівнянні з іншими торговими марками, що перераховані вище.

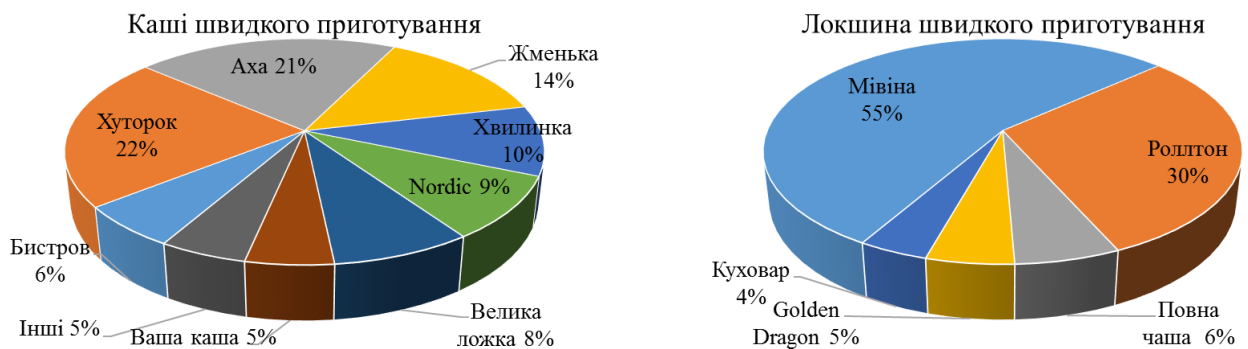


Рис. 2.4. Часка ринку в бізнесах «Каші швидкого приготування» та «Локшина швидкого приготування»

Аналізуючи ситуацію на ринку локшини швидкого приготування найбільш популярними брендами на сьогоднішній день є Мівіна, Роллтон та BIGBON, останні два бренди є власністю компанії Маревен Фуд Україна [39], а також Куховар, Повна чаша (Фозі Груп) та Golden Dragon (Куховар). Однак найбільш популярним в даному сегменті є саме продукція ТМ «Мівіна» (55% ринку)

[40], як відображено на рис. 2.4.

Для аналізу ринку кормів для тварин поділимо його на ринок кормів для котів та кормів для собак. Так серед найбільш популярних брендів є Whiskas (Mars) з часткою 13%, Клуб 4 лапи (Кормотех) – 12%, Kitekat (Mars) – 12%, Friskies (Nestlé) – 8%, Royal Canin – 8%, Gourmet (Nestlé) – 7%, Sheba – 6%, Purina (Nestlé) – 6%, також користуються популярністю такі корма Nestlé, як Pro Plan – 4%, Cat Chow – 4%, Darling – 3%. Загалом, корми Nestlé займають 32% ринку кормів для котів (рис. 2.5).

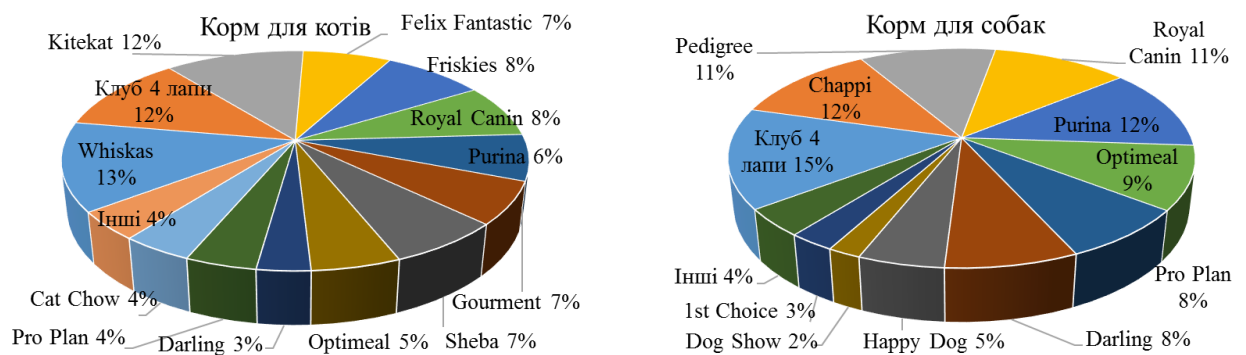


Рис. 2.5. Частка ринку за бізнесом «Корм для тварин»

На ринку кормів для собак лідирує продукція ТМ «Клуб 4 лапи» (Кормотех) з часткою 11%, наступна трійка лідерів продукція Mars – Chappi та Pedigree з загальною часткою ринку 23%, а також продукція Nestlé – Purina, Pro Plan, Darling та Dog Show з загальною часткою ринку 30%.

Узагальнюючи, відмітимо перевагу споживачів на користь продукції Nestlé в бізнесі кормів для тварин.

Що стосується ринку дитячого харчування можемо зауважити, що Nestlé понад 150 років виробляє дитяче харчування і на сьогодні може запропонувати різноманітні якісні суміші та каші, соки та пюре під торговими марками NAN, Nestogen, Nestle, Gerber. Аналізуючи конкурентні торгові марки треба виділити такі як HiPP – найбільшого конкурента (займає 35% ринку), продукцію Nutricia Україна з марками Milupa та Nutrilon (займає 14% ринку), продукцію Вітмарк-Україна з ТМ «Чудо-Чад» (7%), а також ТМ «Малютко» (Економія), ТМ «Агуша» (Вімм-Білл-Данн), ТМ «Карапуз» (Асоціація дитячого харчування) та ТМ «Малютка» (ПАТ «Хорольський

молококонсервний комбінат дитячих продуктів»), як відображено на рис. 2.6.

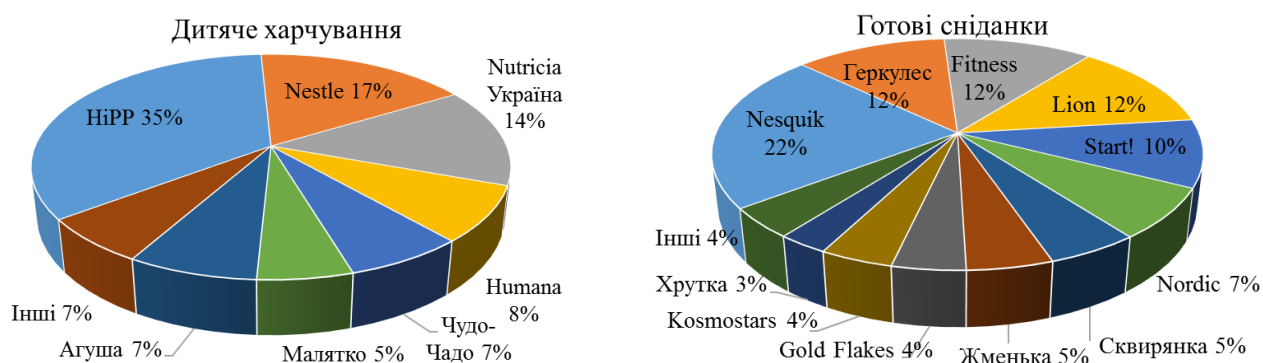


Рис. 2.6. Частки ринку в бізнесах «Дитяче харчування»

та «Готові сніданки»

Лідерство серед конкурентів Nestlé тримає на ринку готових сніданків, серед яких є найбільш популярними є торгові марки: Nesquik, Fitness та Lion (меншу частку ринку займають ТМ Gold Flakes, Kosmostars та Хрустка), найбільшими конкурентами є Державна продовольчо-зернова корпорація України з ТМ «Геркулес» та Лантманнен Акса з ТМ «Start!» (рис. 2.6).

У підсумку можна зазначити, що продукція Nestlé в Україні широко представлена та за такими сегментами як кулінарія та локшина швидкого приготування займає лідируючі позиції не тільки за рахунок якості продукції, а також за рахунок доступної вартості, що досягається також за рахунок виробництва даних продуктів харчування саме в Україні. Якщо казати за бізнес «Каші швидкого приготування», відмітимо, що лише менша частина каш «Бистров» виготовляється в Україні, тому їх вартість в порівнянні з іншими торговими марками, що виробляються в Україні не є значно конкурентною. В той самий час в бізнесі кормів для тварин все більше витісняє український виробник, хоча на даний час лідерами за продажами в середньому ціновому сегменті залишаються торгові марки Mars та Nestlé. Що стосується бізнесу дитячого харчування продукція Nestlé повністю експортується з

Європи і входить в ціновий сегмент вище середнього та серед інших учасників ринку утримує друге місце за споживчими симпатіями.

Узагальнюючи наше дослідження, представимо в табл. 2.1 визначені нами оціночні дані щодо місця на субринку України ТОВ «Нестле Україна».

Таблиця 2.1.

Частка ринку ТОВ «Нестле Україна»

№ з/п	Індикатор	Рік				
		2015	2016	2017	2018	2019
1.	Частка ринку, %	1,78	1,45	1,31	1,28	1,23
2.	Частка на субринку, %	30,8	30,70	30,6	38,2	33,9
		4		1	6	8
3.	Місце компанії на субринку	1	1	1	1	1

Джерело: власний розрахунок на основі даних [41]

Отже, частка ринку визначалась як ринкова частка компанії у межах сукупної виручки на ринку харчових продуктів з точки зору її основної діяльності (формула (2.1)) та, відповідно свідчить про ринкову потужність самої компанії за кодом КВЕД 10 «Виробництво харчових продуктів». Треба відмітити, що такі низькі, на перший погляд, показники пов'язані тим, що до виробництва харчових продуктів входить: виробництво м'яса та м'ясних продуктів, виробництво м'яса свійської птиці, перероблення та консервування риби, ракоподібних і моллюсків, перероблення та консервування фруктів і овочів, перероблення та консервування картоплі, виробництво фруктових і овочевих соків, інші види перероблення та консервування фруктів і овочів, виробництво олії та тваринних жирів, виробництво маргарину і подібних харчових жирів, виробництво молочних продуктів, перероблення молока, виробництво масла та сиру, виробництво морозива, виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості, крохмалів та крохмальних продуктів, виробництво

хліба, хлібобулочних і борошняних виробів, виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання, виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання, виробництво макаронних виробів та подібних борошняних виробів, виробництво інших харчових продуктів, виробництво цукру, виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів, виробництво чаю та кави, виробництво прянощів і приправ, виробництво готової їжі та страв, виробництво дитячого харчування та дієтичних харчових продуктів, виробництво готових кормів для тварин, виробництво напоїв. Відповідно до переліку та статистики Державної служби статистики України, зрозуміло, що за даним кодом здійснює свою діяльність велика множина компаній в Україні, а саме 15 309 підприємств, отже значення частки ринку у розмірі більш ніж один відсоток свідчить про значний вклад компанії в загальну виручку від виробництва та реалізації продукції ТОВ «Нестле Україна».

$$\text{Частка ринку} = \frac{\text{Виручка компанії} \times 100\%}{\text{Виручка ринку}}. \quad (2.1)$$

Аналогічним чином визначалась частка на субринку за бізнесом «Кулінарія», найбільш зростаючому за виручкою бізнесу та що відповідає коду КВЕД номер 10.39 «Інші види перероблення та консервування фруктів і овочів» серед 514 компаній (2019 рік). Таким чином, результати нашої оцінки свідчать про стабільне місце з лідируючою часткою продажів на ринку консервованих продуктів впродовж всього періоду, що досліджувався, при цьому основним конкурентом на даному ринку можна визнати продукцію виробництва «Чумак».

Треба відмітити, що хоча серед інших компаній і займає позицію лідеру ринку харчових товарів, компанія не збирається залишати свої позиції, а лише нарощувати популярність за рахунок якісних та корисних товарів харчування. Вже сьогодні Nestlé прикладає зусилля, щоб залишатися лідером в галузі

раціонального харчування та здорового способу життя, що підтверджується позиціями корпорації в рейтингу the Access to Nutrition Index (ATNI), як представлено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2.

Рейтинг за глобальним індексом ATNI за 2013-2018 рр.

№ з/п	Назва корпорації	Рік					
		2018		2016		2013	
		бал	місце	бал	місце	бал	місце
1.	Nestle	6,8	1	5,9	2	6	3
2.	Uniliver	6,7	2	6,4	1	6,1	2
3.	Danone	6,3	3	4,9	3	6,3	1
4.	Mars	5,6	6	3,9	5	1,6	16
5.	Ferrero	3,2	12	2,6	9	1,8	14
6.	Mondelez	5,9	5	4,3	4	-	

Джерело: складено на основі даних [42]

Загалом, глобальний індекс ATNI будується на основі оцінки семи складових: 1) управління (ступінь, згідно до якої корпоративна стратегія включає в себе конкретні зобов'язання з покращення харчування та рівня впровадження даного підходу в рамках систем менеджменту), 2) продукти (ступінь відповідності якості продуктів харчування за рецептурою та поживності), 3) доступність (ступінь доступності як здорових продуктів харчування як за ціноутворенням, так і за фізичним розподілом продукції в торгових точках), 4) маркетинг (ступінь ведення відповідальної практики маркетингу щодо вибору здорових продуктів харчування), 5) стиль життя (ступінь підтримки компанією здорового способу життя та дієти, 6) маркування (ступінь інформативності щодо харчового маркування та її відповідність здоровому харчуванню), 7) взаємодія з державними органами та іншими стейкхолдерами

(ступінь співпраці з різними стейкхолдерами щодо лобіювання здорового харчування через впровадження нормативних документів тощо).

Даний рейтинг вперше був опублікований в 2013 році та переглядається кожні два роки, наступний рейтинг буде поданий в 2021 році за результатами 2020 року. Загалом, в даному рейтингу аналізуються 22 найбільших виробників продуктів харчування та безалкогольних напоїв, які оперують в понад 200. Нами було обрано лише шість компаній, що є конкурентами Nestlé за різними видами бізнесу.

Результати оцінок свідчать про лідируючі позиції корпорації в порівнянні з іншими у відповідальному відношенні до виробництва продуктів харчування та їх умов розповсюдження, відмітимо що Nestlé також в трійці лідерів за такими логістичними показниками як розподіл продукції та відповідальне маркування продукції.

На нашу думку, високі рейтинги у продукції Nestlé не тільки за рахунок якісної та доступної продукції, а також і за рахунок побудови іміджу Nestlé, яка є активною і в досягненні цілей сталого розвитку, так наприклад [43]:

- у 2016 році на фабриці ПАТ «Волиньхолдінг» у смт. Торчин було зменшено споживання води на 60% та енергоспоживання на 23%. І це лише один з показників у послідовній роботі з модернізації виробництва. За підсумком 2016 року компанії вдалося скоротити кількість відходів на 58% на всіх підприємствах Nestlé в Україні;
- в 2018 году на фабриці «Мівіна» було зменшено споживання енергії на 7% [44], в той час як в цілому в світі виробничі потужності Nestlé виросли на 20-30%, тоді як абсолютне споживання води зменшено на 20-30%.

Крім того, після виходу звіту глобального руху Break Free From Plastic в жовтні 2018 року, в якому зазначалось, що «Coca-Cola, PepsiCo та Nestle є одними з тих підприємств, які найбільше забруднюють довкілля пластиком» [45], вже в

грудні 2018 року корпорація оголосила про створення Інституту пакувальних наук (Institute of Packaging Sciences) для оцінки та розробки різноманітних сталих пакувальних матеріалів і співпраці з промисловими партнерами цілями якого є у період з 2020 року по 2025 рік відмовитися від використання для власної продукції по всьому світу пакувальних матеріалів, які не підлягають вторинній переробці або які важко переробити [46]. Так, вже з 2019 року було замінено всі пластикові соломки для напоїв на альтернативні матеріали (наприклад, папір), а також вже проводиться робота зі зміни пластикового упакування на паперову для деяких видів продукції.

Таким чином, відповідно до стандартів GRI (Global Reporting Initiative) корпорацією були визначені найбільш значущі питання у відповідності до стратегії сталого розвитку ООН в залежності від ступеня зацікавленості стейкхолдерів та потенційного впливу на бізнес (дод. Д.2.1), що стосуються впливу на кожну людину-споживача продукції корпорації, суспільства в цілому, а також на екологію нашої планети. Згідно до визначених пріоритетних питань корпорація розвивається та робить значний вклад у розбудову відповідального виробництва, побудову ефективних зелених ланцюгів постачання сировини та продукції з оптимізацією витрат (грошових та ресурсних).

2.2 Аналіз виробничої та фінансової діяльності підприємства в умовах постійних ринкових змін

Компанія Nestlé Україна динамічно розширює свою мережу з моменту входу на наш ринок. За ці двадцять шість років Nestlé не тільки почав вироблятися харчові товари в Україні, однак й експортує їх в інші країни, при цьому найбільші обсяги експорту йдуть саме в країни найближчого зарубіжжя.

Загалом, «Nestlé Україна» експортує 15% продукції, яку виробляє в межах країни, в той самий час найбільше на зовнішні ринки поставляється локшина

швидкого приготування «Мівіна» – понад 50%. Треба відмітити, що якщо казати про загальну кількість продукції Nestlé, приблизно 70% від всієї продукції для українського ринку компанія виробляє в Україні, а завозить лише 30% продукції Nestlé з інших країн [33] (рис. 2.7).

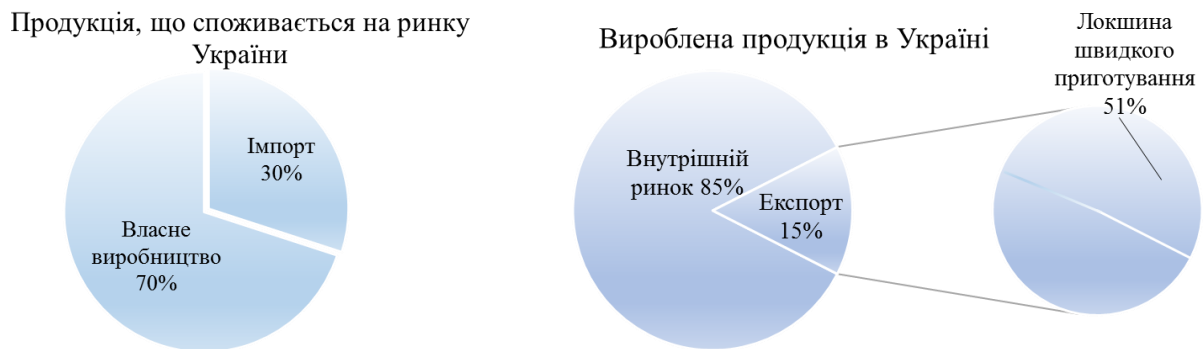


Рис. 2.7. Розподіл за попитом на продукцію Nestlé за внутрішнім та зовнішніми ринками

Хотілось би відмітити, що кетчупи, майонези, соуси та гірчиця експортується лише в країні СНД (здебільшого Молдова та Білорусь), однак не експортуються до Європи (на відміну від локшини швидкого приготування). Причиною цього є відсутність визнання у європейського споживача м'якого упакування – дой-пак для даного виду продукції. Так, більшість європейських споживачів надають перевагу скляній тарі та пет-пляшкам, саме в такому упакуванні в Україні не пакують вище наведену продукцію.

Обсяг продажів Nestlé в Україні у 2009 році склав 3,122 млрд. гривень (дод. В.2.2.), продемонструвавши зростання на 16% в порівнянні з 2008 роком [29], в той час як в 2010 цей обсяг вже складав 4,016 млрд грн, продемонструвавши зростання на 30,5% в порівнянні з попереднім роком [36], а вже в 2011 році результат збільшився на 23% досягнувши цифри у 4,66 млрд грн, при цьому найбільший приріст та обсяг продажів в порівнянні з попереднім роком відбувся в бізнесі «Кулінарія». За підсумками 2016 року відбувся спад за обсягами до 10% та невеликий приріст в грошовому еквіваленті – теж до 10%, крім того було помітно зниження обсягів продажів по деяких категоріях.

Зокрема, в жовтні-листопаді 2016 року продажі в обсягах впали на 11%, при цьому в грошовому вираженні ринок виріс на 6%. Однак, треба зауважити, що дане падіння продажів було значно нижче ніж в 2014-2015 роках. При цьому треба відмітити, що в 2016 році в порівнянні з 2013-2015 роками загальне споживання продукції Nestlé знизилося на 25-30% за обсягами. Тобто якщо в 2013-2014 роках споживачі щоденно споживали товари Nestlé, то в 2016 році вони почали споживати продукцію Nestlé через день або навіть раз в три дні. Треба відмітити, що орієнтуючись на обсяги в кількості проданих одиниць найбільше зростання можемо відмітити в недорогих продуктах, наприклад вафлі «Артек», або для продуктів в меншому упакуванні, наприклад KitKat в малих упакуваннях. Ще як варіант компанія намагається здешевлювати вартість виробництва продукції зі збереженням її якості, наприклад: для найбільшого за обсягами продажів продукту – майонез розроблена нова рецептура, яка зменшує обсяг соняшникової олії з 70% до 50%, що дозволило зменшити й кінцеву вартість продукції [33].

В 2016 році згідно до статистики найбільше «Nestlé Україна» експортувала локшину швидкого приготування, тобто понад 30-35% загального обсягу виробництва цієї продукції [33], а вже за півріччя 2017 року дана цифра зросла до 50% [32], що можна пов'язати з девальвацією української гривні та більш конкурентною вартістю в порівнянні з європейською продукцією, куди й експортувалася локшина українського виробництва Nestlé.

Загальний обсяг продажів в 2017 році досяг 7 млрд грн. Найбільш вагомий внесок в цю цифру зробили бізнес: кулінарії («Торчин» і «Мівіна»), кондитерських виробів («Світоч», Lion, KitKat) і напоїв (Nescafé). Бізнес дитячого харчування, кормів для тварин, Nestlé Professional, готових сніданків також продемонстрували значне зростання в грошовому еквіваленті, однак не в кількісному вираженні. При цьому експорт компанії в 2017 році зріс на 10%, при цьому в незначній кількості продукція з України також експортується в США та Канаду [28].

В 2018 році оборотом компанії становив близько 7 млрд грн, при цьому в категоріях товарів швидкого споживання (FMCG) підтримує першість саме продукція українського виробництва Nestlé. В той самий час першість за виручкою продовжує займати бізнес «Кулінарія» з загальним зростанням в грошовому вираженні 5%, але продовжувалось зменшення в обсягах цього бізнесу на майже 9% в одиницях продажу (в порівнянні з 2017 роком таке зменшення склало майже 11%), треба зауважити, що загалом зменшення в обсягах споживанні всієї продукції Nestlé склало в порівнянні з 2017 роком близько 7,5%, в той самий час коли в грошовому еквіваленті зросли обсяги продажів більш ніж на 3% (табл. 2.3 та рис. 2.8).

Таблиця 2.3.

Зміни в обсягах продажів за кількістю, %

№ з/п	Бізнес	Рік					
		2014	2015	2016	2017	2018	2019
1.	Загалом	-4,3	6,8	-10,0	-8,2	-7,4	-6,3
	за бізнесом:						
2.	Кулінарія	-4,8	-7,8	-13,1	-10,8	-8,8	-7,3
3.	Кава та напої	-3,4	-5,8	-11,7	-7,9	-7,8	-5,9
4.	Nestle Professional	-2,8	-4,9	-5,9	-4,2	-4,1	-3,8
5.	Кондитерські вироби	-4,7	-7,8	-14,2	-12,9	-11,7	-8,9
6.	Дитяче харчування	-5,1	-6,1	-7,5	-5,9	-5,4	-5,1
7.	Готові сніданки	-4,5	-6,9	-9,1	-7,8	-7,3	-6,6
8.	Корм для тварин	-4,8	-8,1	-8,2	-8,1	-7,2	-6,7

Результати 2019 року свідчать про зростання виручки ТОВ «Нестле Україна» лише на 0,5% та склало 7,035 млрд. грн, при цьому спостерігається від’ємна динаміка в кількісному вираженні за обсягами продажів, які зменшилися на 6,3% в порівнянні з 2018 роком.

Окремо, відмітимо, що починаючи з 2017 року зміна в обсягах продажів в кількісному вираженні продовжувала зменшуватися однак меншими темпами ніж раніше, що підтверджує зменшення загальної купівельної спроможності українців за рахунок інфляційних процесів в Україні, в той самий час як

спостерігалось постійне зростання в грошовому вираженні (збільшення вартості одиниці продукції за рахунок інфляції).



Рис. 2.8. Динаміка зміни в обсягах продажів в кількісному та грошовому вираженні, %

Загалом, результати 2019 року свідчать, що найбільші обсяги продажів здійснюються за бізнесом «Кулінарія» та «Кава і напої», за якими себе лідером вважає ТОВ «Нестле Україна» на ринку, а найменше за бізнесом «Готові сніданки», в той самий час будучи також лідером за продажами в даному сегменті (рис. 2.9).

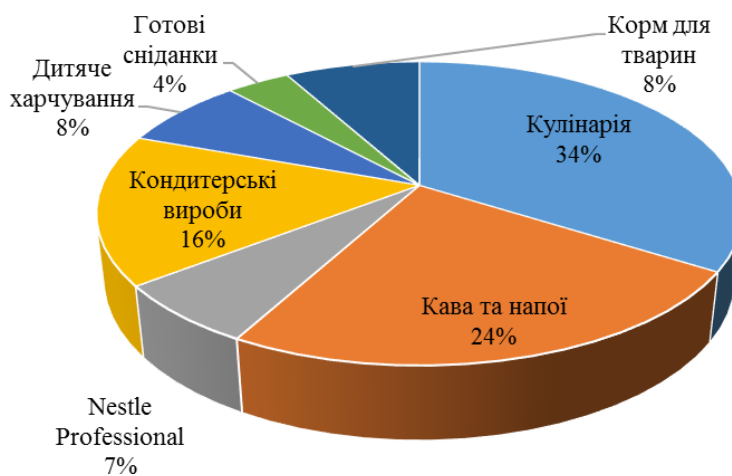


Рис. 2.9. Розподіл за бізнесами доходу компанії, %

Треба також відмітити, що компанія впродовж останніх п'яти років інвестувала майже 800 млн грн, а з часу виходу на український ринок майже 2 млрд грн, при цьому, як вказувалося раніше, дані кошти виділялися на переоснащення заводів з врахуванням цілей сталого розвитку ООН щодо використання водних та енергоресурсів, боротьби зі зміною клімату, відповідального споживання тощо. Загальну динаміку вкладених інвестицій в українські виробничі підприємства ТОВ «Нестле Україна» представлено на рис. 2.10.

Загалом, треба відмітити, динаміка інвестицій не є передбачуваною, і дуже залежить як від внутрішніх факторів – необхідності модернізації фабрик та створення нових ліній виробництва, а також від зовнішніх факторів – економічна та політична ситуація в Україні. Хоча суми що вказані за останні три роки були як раз направлені на удосконалення оснащення з метою оптимального використання водних та енергоресурсів. В той самий час, щороку кількість виплачених податків збільшується, що свідчить про високий рівень відповідальності компанії перед державою та дотримання своїх зобов'язань.

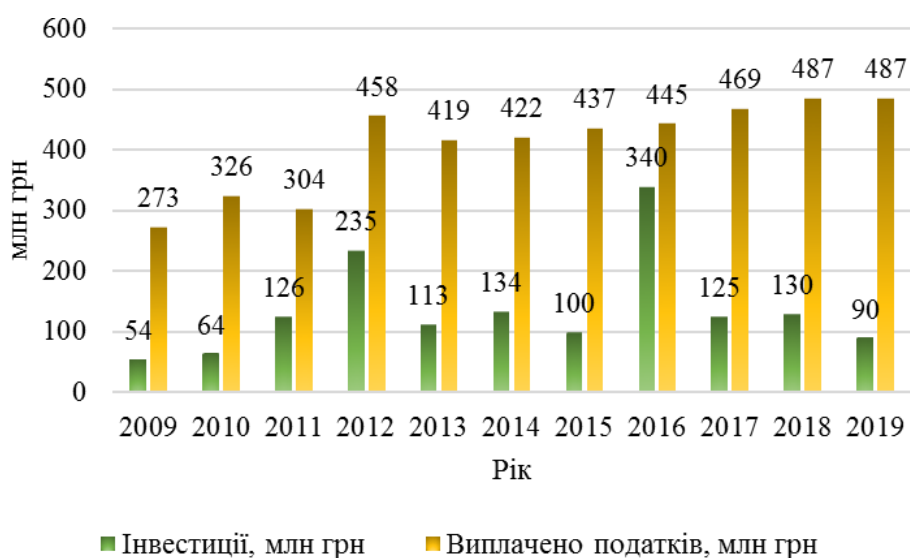


Рис. 2.10. Динаміка інвестицій та виплачених податків ТОВ
«Нестле Україна»

Для більш глибокого аналізу фінансового стану компанії, проаналізуємо показники, що характеризують майновий стан, ліквідність, платоспроможність (фінансову стійкість), а також рентабельність компанії (табл. 2.4) (додаток Г. 2.2). Майновий стан підприємства характеризує коефіцієнт зносу основних засобів, який характеризує стан та ступінь зносу основних засобів, розрахований показник свідчить про невисокий рівень зносу основних засобів, чому сприяє програма оновлення основних засобів на всіх підприємствах ТОВ «Нестле Україна». Так, після кардинального оновлення фабрик в 2016 році, коефіцієнт зносу зменшився вдвічі, в подальшому на оновлення основних засобів виділялися вже менші інвестиції, що дозволяло підтримувати коефіцієнт зносу на приблизно такому ж рівні з невеликим зростанням.

Таблиця 2.4.

Показники фінансового стану компанії за 2015-2019 рр.

№ з/п	Показник	Реком. значення	Рік				
			2015	2016	2017	2018	2019
1.	Коефіцієнт зносу основних засобів	↓	0,68	0,35	0,37	0,38	0,40
2.	Показники ліквідності:						
2.1.	коефіцієнт покриття	1,0 – 3,0	2,25	2,06	2,18	2,21	2,95
2.2	коефіцієнт швидкої ліквідності	0,5 – 0,8	0,49	0,51	0,45	0,48	0,69
2.3	коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2 – 0,3	0,14	0,19	0,23	0,29	0,40
3.	Показники фінансової стійкості:						
3.1.	коефіцієнт автономії	на рівні 0,5	0,37	0,36	0,44	0,38	0,52
3.2.	коефіцієнт фінансування	≥ 1	0,88	0,81	0,87	0,85	1,31
3.3.	коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	$\geq 0,5$	0,51	0,54	0,55	0,59	0,92
3.4.	коефіцієнт маневреності власного капіталу	$\geq 0,2$	0,15	0,17	0,19	0,21	0,27
4.	Показники рентабельності:						
4.1.	коефіцієнт рентабельності активів	↑	0,15	0,11	0,15	0,17	0,27
4.2.	коефіцієнт рентабельності продажу	↑	0,28	0,21	0,29	0,31	0,38

Серед показників ліквідності проаналізуємо значення та їх динаміку коефіцієнтів покриття, швидкої та абсолютної ліквідності. Виходячи з даних

впродовж останніх п'яти років всі показники ліквідності демонстрували зростання, що свідчить про високі можливості компанії забезпечити власними ресурсами всі свої поточні зобов'язання, навіть коефіцієнти швидкої та абсолютної ліквідності характеризують про можливість в найкоротші терміни погасити у разі необхідності від поточні зобов'язання компанії. Треба відмітити, що найбільше зростання показників ліквідності та оборотних засобів спостерігалось в 2019 році, що дозволило топ- менеджменту вивільнити ресурси для реінвестування в розвиток бізнесів Nestlé в Україні.

Серед показників фінансової стійкості розглянемо значення та динаміку показників коефіцієнтів автономії, фінансування, забезпеченості власними оборотними засобами та маневреності власного капіталу.

Коефіцієнт автономії відображає питому вагу власного капіталу в загальній сумі засобів, що авансовані в діяльність компанії. Зауважимо, що даний коефіцієнт змінювався впродовж п'яти років, при чому за 2019 рік показник досяг рекомендованого значення та складає більше 50%, що засвідчує високий рівень платоспроможності компанії та здатність фінансувати більш ніж половину активів за рахунок власних коштів.

Значення коефіцієнту фінансування свідчить про низький рівень фінансових ризиків і стабільний фінансовий стан компанії, а враховуючи що в 2019 році він досяг значення 1,31 – означає наявність додаткових резервів для підвищення ефективності за рахунок залучення позикових коштів.

Позитивна динаміка коефіцієнту забезпеченості власними оборотними засобами підтверджує зростання стійкості компанії в середньостроковій перспективі, а також свідчить про зниження залежності від короткострокових джерел фінансування.

Позитивні значення та динаміка коефіцієнту маневреності зайвий раз підтверджує достатність власних фінансових ресурсів для фінансування необоротних активів, а також частини оборотних активів.

Значення показників рентабельності, а також їх позитивна динаміка, свідчить про ефективність використання активів та високу маржу від продажів, що в 2019 році дійшла до рівня майже 40%.

Крім того, розглянемо з фінансових показників також показники ділової активності компанії (табл. 2.5) (додаток Г. 2.2).

Таблиця 2.5.

Показники ділової активності компанії

№ з/п	Показник	Реком. знач.	Рік				
			2015	2016	2017	2018	2019
1.	Коефіцієнт оборотності активів	↑	1,11	1,16	1,23	1,24	1,45
2.	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	↑	7,54	8,28	8,47	8,75	8,79
3.	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	↑	7,46	8,39	8,56	9,67	12,81
4.	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	↑	6,27	6,59	6,49	9,57	10,17
5.	Строк погашення дебіторської заборгованостей	До 30	48	43	42	37	28
6.	Строк погашення кредиторської заборгованостей	До 30	57	55	55	38	35
7.	Коефіцієнт оборотності запасів	4,5-8	2,61	2,91	3,02	3,48	4,55
8.	Строк оборотності запасів	20-45; ↓	138	124	119	103	79

Показники та динаміка коефіцієнту оборотності активів відображає, що на кожну гривню використаних активів приходить продажів більш ніж на одну гривню товарів та, відповідно, свідчить про достатність оборотності активів. Також позитивну динаміку та ще більшу віддачу показує оборотність власного капіталу.

Показники та позитивна динаміка показників коефіцієнтів оборотності дебіторської та кредиторської заборгованості свідчить про збільшення відповідальності перед власними кредиторами, а також скорочення терміну оплати боржниками компанії. Як видно з загалом, найкращі результати були досягнуті впродовж останніх двох років.

Окремим важливим коефіцієнтом для управління ланцюгами постачання є коефіцієнт оборотності запасів та строк їх обороту. По-перше, треба відмітити, позитивну динаміку, однак тривалий час для загального строку оборотності запасів складав більш ніж 100 днів, що є більш ніж 3 місяці, для товарів з коротким життєвим циклом даний строк є неприпустимим, адже забирає можливість маневреності з запасами такої продукції та, відповідно, в подальшому, в більшості випадків, утилізується.

Отже, загальний аналіз фінансового стану компанії за найбільш розповсюдженими фінансовими коефіцієнтами свідчить про здоровий фінансовий стан компанії, відсутність фінансових ризиків та стійкість на ринку. Однак треба зауважити, що в ланцюгах постачання продукції негативним дзвіночком є наявність високого строку оборотності запасів, що особливо небезпечно для управління запасами товарів з коротким життєвим циклом в ланцюгах постачання.

2.3. Аналіз ефективності діяльності ТОВ «Нестле Україна»

Аналізуючи поточний економічний стан ТОВ «Нестле Україна, побудуємо таблицю 2.6, де наведено основні фінансово-економічні показники господарської діяльності.

Отже, обсяг продажів у 2019 р. збільшились, але у 2020 р. відбулося зменшення продажів, що обумовлене наслідками Covid-19. Подібну динаміку демонструє операційний прибуток, прибуток до оподаткування й чистий прибуток. Проте у 2020 р. відзначене збільшення величини прибутку від торговельних операцій, і це викликане збільшенням величини іншої виручки й інших торговельних доходів.

У свою чергу, відзначимо значні витрати на здійснення досліджень та розробок.

Таблиця 2.6.

Аналіз фінансових показників ТОВ «Нестле Україна» у 2018-2020 рр.,
тис. грн.

Показники	Роки			Відхилення			
				абсолютне		темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019	2019/ 2018	2020/ 2019
Дохід від реалізації	2611498	2643742	2408836	32244	-234906	1,2	-8,9
Інша виручка	9453,36	8482,32	9653,28	-971	1171	-10,3	13,8
Собівартість реалізованої Продукції	1315759	1332238	1227252	16479	-104987	1,3	-7,9
Комерційні витрати	241875	242646	224510	771	-18136	0,3	-7,5
Маркетингові та адміністративні витрати	571286	565202	496087	-6083	-69115	-1,1	-12,2
Витрати на дослідження та Розробки	48180,7	47752,3	45010,6	-428	-2742	-0,9	-5,7
Інші торговельні доходи	1056,72	4655,28	6797,28	3599	2142	340,5	46,0
Інші торговельні витрати	50522,6	78511,4	25932,5	27989	-52579	55,4	-67,0
Прибуток від торговельних операцій	393814	390529	406494	-3284	15965	-0,8	4,1
Інші операційні доходи	72399,6	106158	54806,6	33758	-51351	46,6	-48,4
Інші операційні витрати	73456,3	37499,3	38727,4	-35957	1228	-49,0	3,3
Операційний прибуток	392757	459188	422574	66431	-36614	16,9	-8,0
Фінансові доходи	7054,32	5712	3113,04	-1342	-2599	-19,0	-45,5
Фінансові витрати	28788,5	34729	28074,5	5940	-6654	20,6	-19,2
Прибуток до оподаткування	371023	430171	397612	59148	-32558	15,9	-7,6
Податки	98217,8	90221	96104,4	-7997	5883	-8,1	6,5
Прибуток від асоційованих компаній та спільних підприємств	26161	28588,6	51836,4	2428	23248	9,3	81,3
Чистий прибуток	298966	368538	353344	69572	-15194	23,3	-4,1

Джерело: побудовано автором за даними [47]

Науково-дослідна організація ТОВ «Нестле Україна» - найбільшу у галузі харчової промисловості й напоїв, в якій працюють більше 4 тис. співробітників в 23 містах у всьому світі. Nestlé Research забезпечує наукову основу для інновацій, починаючи від безпеки харчових продуктів, базових досліджень харчування та здоров'я до прикладних досліджень з розробки та упаковки продуктів. На сайтах компанії у Вер-чез-ле-Блан та інноваційному парку EPFL у Лозанні (Швейцарія) розташовані 4 науково-дослідницькі інститути:

- Інститут медичних наук Nestlé;
- Інститут безпеки та аналітичних наук Nestlé;

- Інститут матеріалознавства Nestlé;
- Інститут упаковки Nestlé.

Тут також базується відділ клінічного розвитку. Ця центральна дослідницька організація підтримується науково-дослідним центром Nestlé в галузі науки про рослини в Турі (Франція) Сінгапурським дослідницьким центром, який зосереджується на харчуванні матері та немовлят, та компанією Nestlé Purina, яка проводить дослідження з догляду за домашніми тваринами у Сент-Луїсі, штат Міссурі, США.

Центри технології продуктів Nestlé (NPTC) розробляють та адаптують наукові відкриття для розробки продуктів та технологій для конкретних категорій, таких як напої, догляд за домашніми тваринами, кулінарія, молочні продукти, кондитерські вироби та харчування немовлят. Регіональні інноваційні центри в Азії та Африці на південь від Сахари працюють над розробкою продуктів для місцевих потреб як частини їх місцевих інноваційних екосистем.

В рамках НДДКР компанія має більше 30 років досвіду роботи в галузі виробництва напоїв. Центр системних технологій у Орбе, Швейцарія, пропонує досвід роботи із машинами, упаковкою та продуктами для дому та бізнесу. Однією з нещодавно розроблених систем разом із Nestlé Professional є Roastelier є компактне рішення для смаження кави, іншою – nesQuino.

2020 рік – це рік споживчих уподобань та технологічних досягнень, які посилюються глобальною пандемією, наслідком економічного спаду та зростання екологічних проблем. В цьому контексті здатність ТОВ «Нестле Україна» розвивати орієнтовані на споживача інновації із швидкістю виходу на ринок дозволить компанії диференціювати споживачів й задовольняти їхні потреби.

З метою збільшення швидкості й ефективності виведення продукції на ринок, ТОВ «Нестле Україна» впроваджує ініціативи щодо прискорення, збільшує

кількість прискорених проектів й випробувань та навчання, а також розширює програму прискорення НДДКР.

Незважаючи на пандемію, ТОВ «Нестле Україна» продовжує стимулювати швидкі інновації. Компанія швидко адаптувалася до складної ситуації – наприклад, за рахунок прискорення зв'язку з заводами й постачальниками у всьому світі за допомогою дистанційного доступу й доповненої реальності. У складних обставинах ТОВ «Нестле Україна» досягла:

- збільшення кількості глобальних багаторинкових проектів порівняно на 23% із 2019 р.;
- зменшення часу, який необхідний для виведення інновацій на ринок, на 10% у випадку першочергових запусків;
- фінансування 32 швидких проекти, у яких співробітниками НДДКР пропонуються нові ідеї, які надалі оцінюються й затверджуються керівною групою НДДКР [48].

Показники прибутку на акції ТОВ «Нестле Україна» наведено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7.

**Показники прибутку на акції ТОВ «Нестле Україна» за 2018-2020 рр.,
грн.**

Показники	Роки			Відхилення			
				абсолютне		темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019	2019/ 2018	2020/ 2019
Базовий прибуток на акцію	2741	3507	3507	767	0	28,0	0,0
Розбавлений прибуток на акцію	2741	3507	3499	767	-8	28,0	-0,2

Джерело: побудовано автором за даними [47]

Органічне зростання ТОВ «Нестле Україна» склало 3,6%, реальне внутрішнє зростання (RIG) - 3,2%, а ціни збільшились на 0,4%. Зростання було зумовлено значним розвитком продажів у Америці, Purina PetCare й Nestlé Health Science. Відбулося зниження обсягів торгівлі іноземною валютою на 7,9% у зв'язку із

постійним зростанням курсу швейцарського франка до більшості валют. Негативний вплив зміни курсу становив 4,6%. У результаті загальні обсяги продаж зменшилися на 8,9%.

Маржа базового торгового операційного прибутку (UTOR) досягла 17,7%, збільшившись на 10 базисних пунктів на звітній основі та на 20 базисних пунктів у постійній валюті. Маржа операційного прибутку від торгівлі (TOR) збільшилася на 210 базисних пунктів до 16,9% на звітній основі. Базовий прибуток на акцію збільшився на 3,5% у постійній валюті та зменшився на 4,5% на звітній основі до 4,21 швейцарського франка. Прибуток на акцію не змінився та залишився на рівні 4,30 швейцарських франків на звітній основі.

У 2020 р. рентабельність інвестованого капіталу збільшилася на 240 базисних пунктів до 14,7%. Правління запропонувало збільшити дивіденди на 5 сантимів до 2,75 швейцарських франків за акцію, що означатиме зростання дивідендів 26 років поспіль. Загалом в 2020 році акціонерам виплачена сума у 14,5 млрд. швейцарських франків .

Nestlé позбулась виробництва арахісового молока Yinlu й рисових каш в консервах у Китаї і погодилаь продавати свої регіональні бренди джерельної води, бізнес з очищеною водою та доставку напоїв у США та Канаді. Обертання портфеля із 2017 року складає близько 18% від загального обсягу продажів у 2017 році.

Прогноз на 2021 рік наступний: продовження зростання органічних продажів до середнього курсу. Очікується, що базовий операційний прибуток від операцій з постійним помірним покращенням, а прибуток на акцію в постійній валюті та ефективність капіталу зросте.

Середньостроковий прогноз: стійке зростання органічних продажів, постійне помірне підвищення базового операційного прибутку від торгівлі, а також продовження ефективного розподілу капіталу та підвищення ефективності використання капіталу [47].

Аналіз динаміки активів компанії наведемо у табл. 2.8.

Таблиця 2.8.

Аналіз необоротних активів ТОВ «Нестле Україна» у 2018-2020 рр.

Показники	Роки			Відхилення			
				абсолютне		темپ приросту, %	
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019	2019/ 2018	2020/ 2019
Необоротні активи, млн. грн.	2742103	2635431	2569258	-106672	-66174	-3,9	-2,5
Основні засоби	855543	821443	737990	-34101	-83452	-4,0	-10,2
Гудвіл	905409	825270	788827	-80139	-36443	-8,9	-4,4
Нематеріальні активи	532187	509053	575427	-23134	66373	-4,3	13,0
Інвестиції в асоційовані та спільні підприємства	308220	328583	342863	20363	14280	6,6	4,3
Фінансові активи	73313,5	74570,2	74084,6	1257	-486	1,7	-0,7
Активи з виплат працівникам	13908,7	14565,6	13366,1	657	-1200	4,7	-8,2
Поточні активи з податку на прибуток	1656,48	1570,8	0	-86	-1571	-5,2	-100,0
Відстрочені податкові активи	51865	60375,8	36699,6	8511	-23676	16,4	-39,2
Структура, %	100	100	100	0	0	0,0	0,0
Основні засоби	31,20	31,17	28,72	0	-2	-0,1	-7,8
Гудвіл	33,02	31,31	30,70	-2	-1	-5,2	-2,0
Нематеріальні активи	19,41	19,32	22,40	0	3	-0,5	16,0
Інвестиції в асоційовані та спільні підприємства	11,24	12,47	13,34	1	1	10,9	7,0
Фінансові активи	2,67	2,83	2,88	0	0	5,8	1,9
Активи з виплат працівникам	0,51	0,55	0,52	0	0	9,0	-5,9
Поточні активи з податку на прибуток	0,06	0,06	0,00	0	0	-1,3	-100,0
Відстрочені податкові активи	1,89	2,29	1,43	0	-1	21,1	-37,6

Джерело: побудовано автором за даними [47]

Величина необоротних активів скоротилась в 2020 році на 2,5% в порівнянні з 2019 роком, що свідчить про негативні тенденції. В структурі необоротних активів переважав в 2020 році Гудвіл, частка якого становила 30,7% (рис. 2.11).

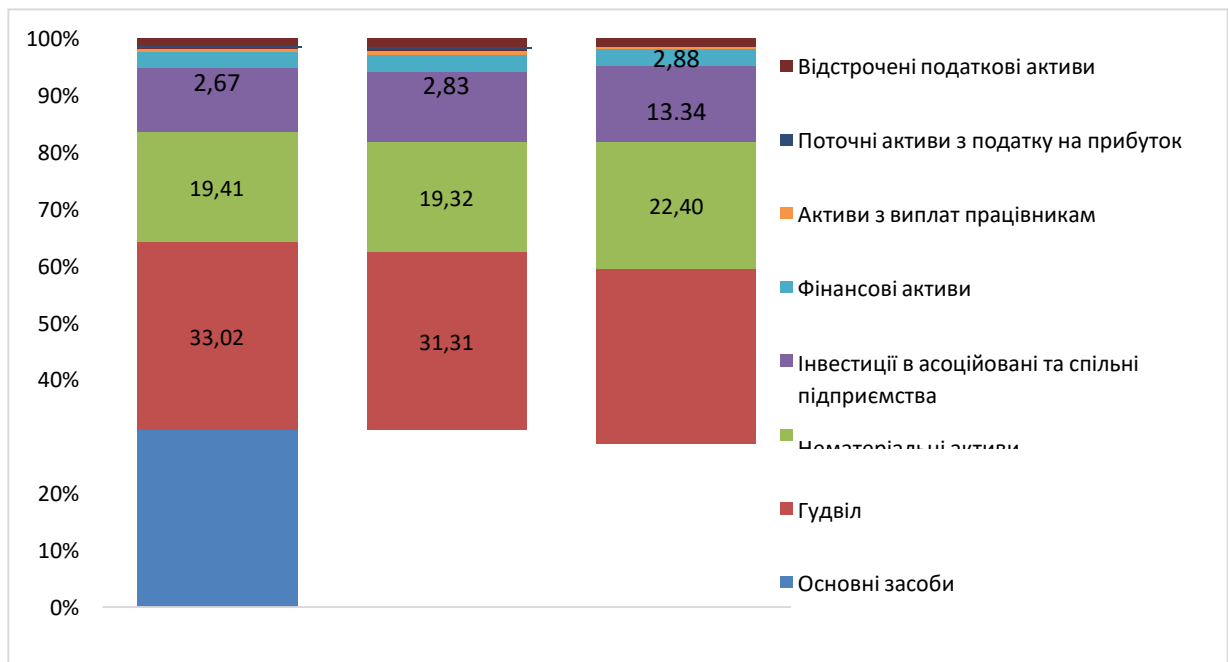


Рис. 2.11. Структура необоротних активів ТОВ «Нестле Україна» у 2018-2020рр.,%

Джерело: побудовано автором за даними [47]

Частка основних засобів в структурі необоротних активів становила в 2020 році 28,72%, що на 0,1% менше ніж в 2019 році. Дослідимо також динаміку та структуру оборотних активів компанії (табл.2.9).

Таблиця 2.9.

Динаміка та структура необоротних активів ТОВ «Нестле Україна» у 2018- 2020 рр.

Показники	Роки			Відхилення			
				абсолютне		темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2019/2018	2020/2019	2019/2018	2020/2019
1	2	3	4	5	6	7	8
Необоротні активи, млн. грн.	2742103	2635431	2569258	-106672	-66174	-3,9	-2,5
Основні засоби	855543	821443	737990	-34101	-83452	-4,0	-10,2
Гудвіл	905409	825270	788827	-80139	-36443	-8,9	-4,4
Нематеріальні активи	532187	509053	575427	-23134	66373	-4,3	13,0
Інвестиції в асоційовані та спільні підприємства	308220	328583	342863	20363	14280	6,6	4,3

Продовження табл. 2.9

1	2	3	4	5	6	7	8
Фінансові активи	73313,5	74570,2	74084,6	1257	-486	1,7	-0,7
Активи з виплат працівникам	13908,7	14565,6	13366,1	657	-1200	4,7	-8,2
Поточні активи з податку на прибуток	1656,48	1570,8	0	-86	-1571	-5,2	-100,0
Відстрочені податкові активи	51865	60375,8	36699,6	8511	-23676	16,4	-39,2
Структура, %	100	100	100	0	0	0,0	0,0
Основні засоби	31,20	31,17	28,72	0	-2	-0,1	-7,8
Гудвіл	33,02	31,31	30,70	-2	-1	-5,2	-2,0
Нематеріальні активи	19,41	19,32	22,40	0	3	-0,5	16,0
Інвестиції в асоційовані та спільні підприємства	11,24	12,47	13,34	1	1	10,9	7,0
Фінансові активи	2,67	2,83	2,88	0	0	5,8	1,9
Активи з виплат працівникам	0,51	0,55	0,52	0	0	9,0	-5,9
Відстрочені податкові активи	1,89	2,29	1,43	0	-1	21,1	-37,6

Джерело: побудовано автором за даними [47]

Величина необоротних активів скоротилась в 2020 році на 2,5% в порівнянні з 2019 роком, що свідчить про негативні тенденції. В структурі необоротних активів переважав в 2020 році Гудвіл, частка якого становила 30,7% (рис.2.12).

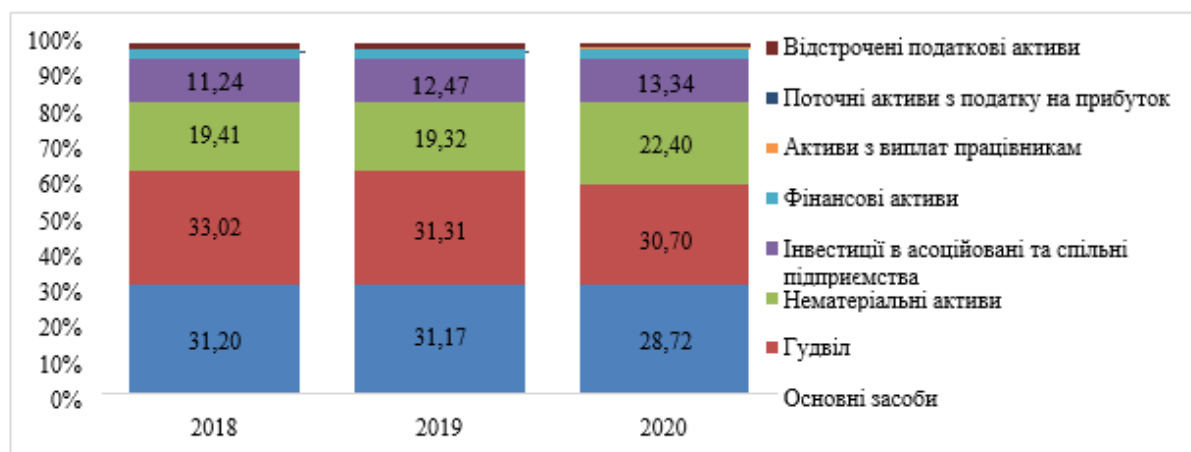


Рис. 2.12. Структура необоротних активів ТОВ «Нестле Україна» у 2018-2020рр.,%

Джерело: побудовано автором за даними [47]

Частка основних засобів в структурі необоротних активів становила в 2020 році 28,72%, що на 0,1% менше ніж в 2019 році. Аналіз зобов'язань ТОВ «Нестле Україна» проаналізуємо далі (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Аналіз зобов'язань ТОВ «Нестле Україна» у 2018-2020 рр., млн. грн.

Показники	Роки			Відхилення			
				абсолютне		темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019	2019/ 2018	2020/ 2019
Поточні зобов'язання	1228937	1188524	1134460	-40412	-54064	-3,3	-4,5
Фінансовий борг	419661	400754	343263	-18907	-57491	-4,5	-14,3
Торгова та інша кредиторська заборгованість	508368	537014	528788	28646	-8225	5,6	-1,5
Нарахування та відстрочені доходи	116382	128292	140430	11910	12138	10,2	9,5
Поточні забезпечення	22276,8	22905,1	14508,5	628	-8397	2,8	-36,7
Похідні зобов'язання	12794,9	11995,2	7254,24	-800	-4741	-6,3	-39,5
Поточні зобов'язання з податку на прибуток	77997,4	76340,9	75998,2	-1656	-343	-2,1	-0,4
Зобов'язання, безпосередньо пов'язані з активами, що утримуються для продажу	71457,1	11224,1	24218,9	-60233	12995	-84,3	115,8
Довгострокові зобов'язання	1016222	955703	1079340	-60519	123636	-6,0	12,9
Фінансовий борг	733992	660650	797624	-73342	136974	-10,0	20,7
Зобов'язання щодо виплат працівникам	169047	175673	146170	6626	-29502	3,9	-16,8
Резерви	29502,5	33186,7	29388,2	3684	-3798	12,5	-11,4
Відстрочені податкові зобов'язання	72542,4	73941,8	75284,2	1399	1342	1,9	1,8
Інша кредиторська заборгованість	11138,4	12252,2	30873,4	1114	18621	10,0	152,0
ЗОБОВ'ЯЗАННЯ	2245159	2144228	2213800	-100931	69572	-4,5	3,2

Джерело: побудовано автором за даними [47]

Величина зобов'язань збільшилась у 2020 р., що обумовлене зростанням величини довгострокових зобов'язань, а саме – фінансового боргу, відстрочених податкових зобов'язань й іншої кредиторської заборгованості. Відзначимо, що така тенденція негативна, проте її також зумовлено наслідками пандемії.

Аналіз капіталу ТОВ «Нестле Україна» наведено в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Аналіз капіталу ТОВ «Нестле Україна» у 2018-2020 рр., млн. грн.

Показники	Роки			Відхилення			
				абсолютне		темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019	2019/ 2018	2020/ 2019
Статутний капітал	8739,36	8510,88	8225,28	-228	-286	-2,6	-3,4
Казначейські акції	198435	278517	189724	80082	-88793	40,4	-31,9
Резервний капітал	583538	614783	696778	31245	81996	5,4	13,3
Інші резерви	5226,48	1285,2	10424,4	-3941	9139	-75,4	711,1
Нерозподілений прибуток	2416747	2372194	2193751	-44554	-178443	-1,8	-7,5
Загальний капітал, що відноситься до акціонерів материнського підприємства	1638287	1486120	1305049	-152168	-181070	-9,3	-12,2
Неконтрольовані частки	29702,4	23619,1	23390,6	-6083	-228	-20,5	-1,0
КАПІТАЛ	1667990	1509739	1328440	-158251	-181299	-9,5	-12,0

Джерело: побудовано автором за даними [47]

Отже, бачимо, що величина капіталу компанії зменшилась у 2019-2020 рр., а у 2020 р. темп зменшення був більшим. В структурі пасивів компанії найбільша частка належала капіталу (рис. 2.13), тому зменшення його величини є негативним для розвитку компанії.

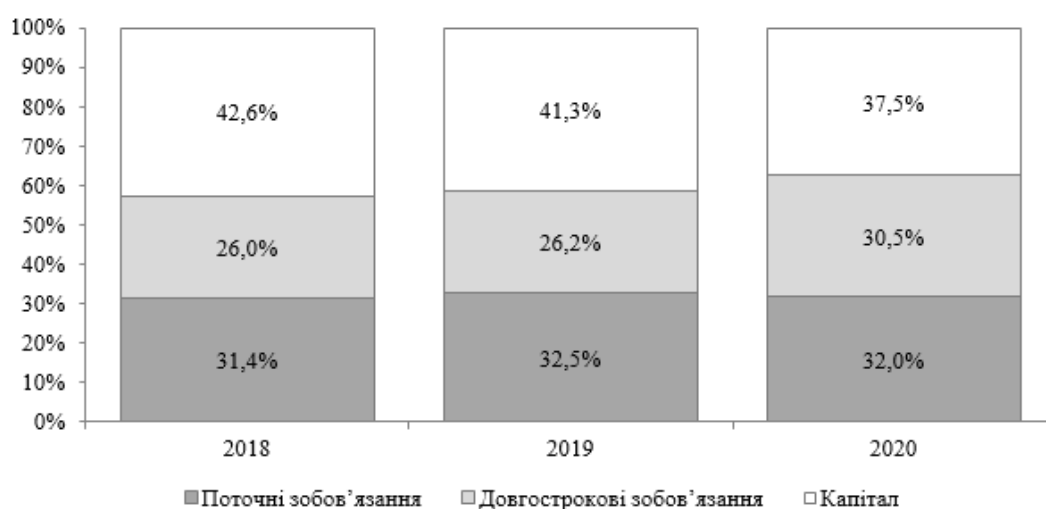


Рис. 2.13. Структура пасивів ТОВ «Нестле Україна» у 2018-2020 рр., %

Джерело: побудовано автором за даними [47]

Задля оцінки вартості бренду компанії звернемося до рис. 2.14, із якого бачимо, що в рейтингу ТОП-500 найдорожчих брендів світу досліджуваною компанією до 2016 р. було зайнято високі позиції, проте в 2017-2019 рр. вони погіршилися, і хоча в 2020 р. ранг бренду покращився на 6 позицій, порівняно з 2011 р. він значно нижчий.

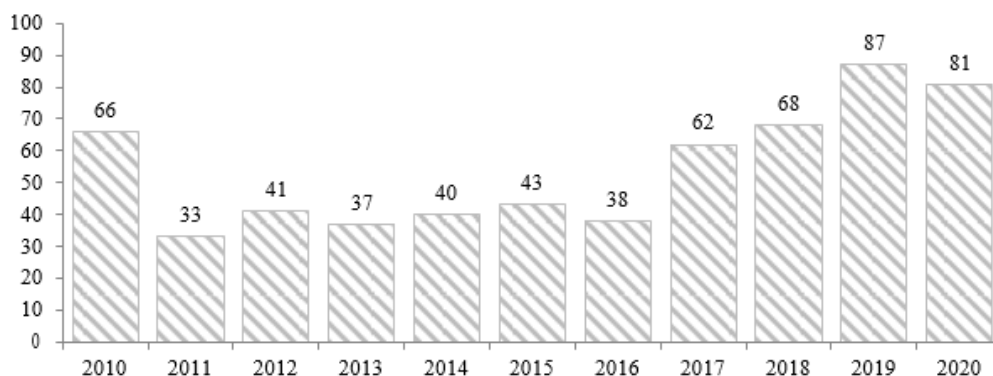


Рис. 2.14. Бренд ТОВ «Нестле Україна» у рейтингу Top 500 Global Brands

Джерело: побудовано автором за даними [49]

Також відзначимо найвищу вартість бренду компанії в 2016 р., тоді як в 2017-2018 рр. вона зменшилася. Позитивним є збільшення вартості бренду в 2019-2020 рр. (рис. 2.15).

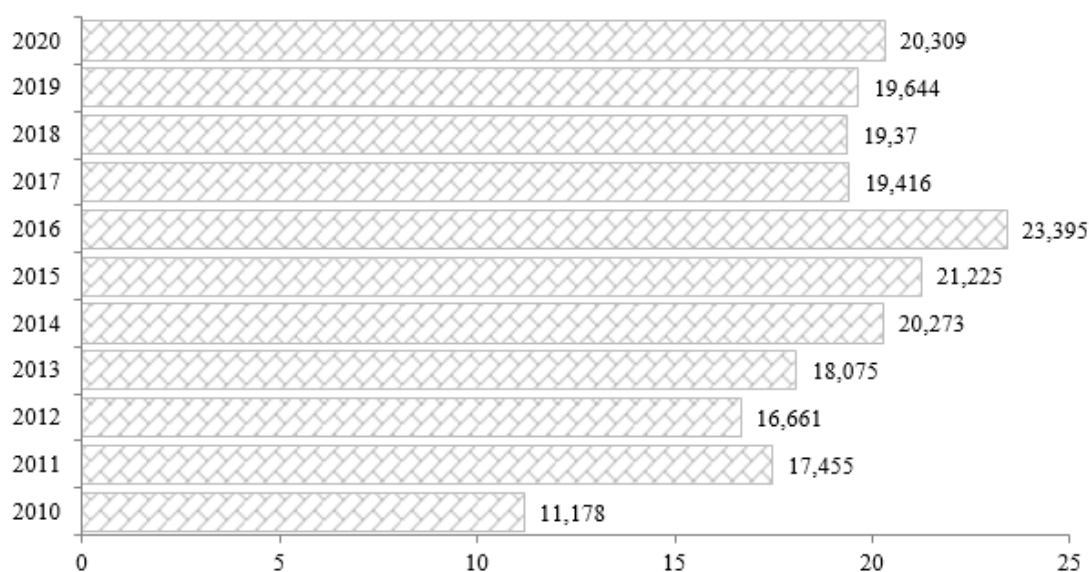


Рис. 2.15. Вартість бренду ТОВ «Нестле Україна», млрд. дол. США

Джерело: побудовано автором за даними [49]

В усьому світі зусилля Nestlé зосереджено на 4-х основних сферах різноманітності й інклюзії: гендерний баланс, люди із інвалідністю, ЛГБТ+ спільнота й раса та етнічна приналежність. Компанія є учасницею Глобального договору ООН, починаючи із 2001 р. Завдяки Плану прискорення гендерного балансу, компанія прагне збільшити частку жінок на 200-х найвищих керівних посадах до 30%.

Молодь є новаторами й майбутніми лідерами компанії, вони прагнуть розвивати власні професійні навички чи розпочати власний бізнес. Nestlé є великим роботодавцем й бачить себе частиною спільнот, які обслуговує. Це надає компанії ресурси співпрацювати із іншими людьми, що допомагає змінити світогляд молоді. Незважаючи на те, що Nestlé підтримує молодь в питаннях працевлаштування, вона надає можливість й іншим недостатньо представленим групам. У компанії збільшена кількість жінок на усіх рівнях й підтримується добробут понад 268 тис. працівників по усьому світу.

Сприяння гідній зайнятості й різноманітності компанією характеризується такими показниками:

- 15 млн. молодих людей надана підтримка Глобального альянсу для молоді;
- 45% менеджерами у Nestlé працюють жінки.

Nestlé співпрацює більш ніж із 100 партнерами по усьому світу, щоб підвищити зайнятість молоді і їх працевлаштування. Ініціатива «Nestlé потрібен Вам» допомагає молоді шляхом навчання й наставництва отримати й реалізувати можливості професійного розвитку й підвищення кваліфікації.

На робочих місцях компанія урізноманітнює гендерний склад власної діяльності і працює над збереженням безпеки й здоров'я співробітників. Окрім ініціатив в масштабах всієї компанії, місцеві офіси також розробляють власні ефективні програми з метою збільшення різноманітності робочих місць. Компанія підтримує співробітників ЛГБТ+ задля підвищення обізнаності про

інклюзивність, включаючи розміщення локальних мереж й висвітлення особистих історій на веб-сайті упродовж місяця прайду [50].

Таким чином, організаційно-економічний розвиток компанії Nestlé знаходиться на високому рівні, а в умовах пандемії відбулось зменшення продажів й прибутку компанії, а також зменшення власного капіталу, проте компанія продовжує інвестувати в організаційний розвиток й покращувати показники економічної діяльності.

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ ТОВ «НЕСТЛЕ УКРАЇНА»

3.1. Шляхи оптимізації витрат на підприємстві

ТОВ «Нестле Україна» – це доволі потужна компанія, яка здійснює ефективну діяльність майже по всьому світу і забезпечує товарами велику кількість населення і отримує чималі прибутки від своєї основної діяльності. Коли компанія отримує прибуток, то це вже свідчить про ефективне управління витратами підприємства. Для досліджуваного підприємства можна застосувати концепцію ощадливого виробництва і цим самим трохи оптимізувати витрати підприємства.

Мета концепції ощадливого виробництва – позбутися усіх зайвих видів витрат та досягти максимальної ефективності використання ресурсів шляхом безперервного вдосконалення усіх бізнес-процесів на підприємстві. Впровадити систему ощадливого виробництва можна завдяки значному скороченню або навіть видаленню всіх процесів, що не приносять цінності [51]. Тому така концепція, запозичена у японців, може стати відправною точкою відліку для реорганізації багатьох українських підприємств, адже ощадливе виробництво в першу чергу передбачає оптимізацію витрат, відмову від зайвих та обтяжуючих бізнес-процесів, розробку продукції націленої на конкретні потреби споживачів. Саме тому ця концепція підходить для ТОВ «Нестле Україна».

Розглянемо деякі інструменти на шляху до оптимізації витрат [52]:

1. Зниження витрат на транспортування – мінімізація витрат, що пов'язані з переміщенням продуктів, що не беруть участь у виробничому процесі.
2. Оптимізація товарних залишків – зниження витрат в наслідок складування незатребуваних сировини, матеріалів, товарів, готової продукції, а також незавершеного виробництва.
3. Скорочення витрат на переміщення персоналу та обладнання в більшій мірі, ніж того вимагає виробничий процес.

4. Зменшення часу очікування між виробничими фазами, що дозволить збільшити віддачу витрат на трудові ресурси та інвестиції у виробничі потужності.
5. Мінімізація перевиробництва з метою зменшення складських витрат і витрат при зберіганні.
6. Скорочення надлишкової обробки, що є наслідком недостатньо продуманого дизайну продукту чи використання неефективних інструментів.
7. Зниження дефектності.
8. Ліквідація продуктів, що не відповідають потребам споживачів, з ціллю збільшення віддачі від витрат на виробництво та зниження витрат на маркетинг.
9. Максимально використовувати таланти, навички та вміння працівників, які є головною складовою будь-якого виробництва.

ТОВ «Нестле Україна» може успішно використовувати принципи ощадливого виробництва та оптимізації витрат. Найважливіше, що треба усвідомлювати – це необхідність комплексного підходу. Тобто перетворення повинні охопити три найважливіші сфери: застосування інструментів ощадливого виробництва, оптимізації організаційної моделі й зміни управлінської культури.

Проаналізувавши ситуацію, що склалася на ТОВ «Нестле Україна», можна сказати, що є всі можливості для застосування концепції ощадливого виробництва, адже підприємство вдосконалюється, розвивається в усіх можливих напрямках, тобто рухається вперед, Україна відкриває свої кордони, і, напевне, головним фактором успіху наших товарів на вітчизняних та закордонних ринках буде вміння прислухатися до світових тенденцій, спрямованих на оптимізацію виробничих процесів та зменшення витрат.

Великим кроком вперед є той факт, що керівники підприємств розуміють необхідність здійснення обміркованих та систематизованих дій для покращення роботи підприємства.

Отже, після проведення економічного аналізу ТОВ «Нестле Україна», можна зробити висновок, що запропоновані вище методи матимуть не дуже суттєвий вплив на осяг витрат підприємства, оскільки ТОВ «Нестле Україна» має раціональний підхід до процесів формування та управління витратами. Про це свідчать розраховані у попередніх розділах економічні показники.

ВИСНОВКИ

У даній роботі проведені дослідження існуючих підходів до визначення поняття «витрати», та уточнено визначення даного поняття. Визначені основні елементи собівартості. Охарактеризовані її методи калькулювання.

У роботі також проведено загальний аналіз господарської та фінансово-економічної діяльності ТОВ «Нестле Україна» та особливу увагу приділено саме аналізу витрат підприємства та собівартості послуг його діяльності.

Враховуючи мету дослідження, для успішного функціонування підприємства запропоновано й обґрунтовано низку механізмів, які можуть справити позитивний вплив на його функціонування. Окреслені шляхи щодо організації й управління витратами. Визначено основні напрямки вдосконалення розподілу та заощадження витрат, що обумовлюють економічну стійкість, та систему заходів, яка забезпечує своєчасне реагування на відхилення від запланованих значень економічної стійкості ТОВ «Нестле Україна». Подальші дослідження повинні бути спрямовані на розробку заходів підвищення ефективності, визначення критеріїв вибору напрямків цільових стратегій, зменшення і попередження ризиків, пов'язаних із управлінням витратами досліджуваного Товариства.

У ході виконання даної роботи було визначено, що формування витрат є складним і багатогранним процесом, який вимагає постійного аналізу й удосконалення.

Унаслідок виконання дипломної роботи виявлено, що питаннями витрат займалися багато вітчизняних та зарубіжних вчених – авторів. Відповідно, існують деякі відмінності у визначенні цих понять, але всі дослідники спираються на єдине ствердження – витрати є грошовим вираженням зниження прибутку та капіталу підприємства. Окрім визначення самої категорії витрат у роботі були розглянуті основні класифікаційні ознаки, за якими підрозділяються витрати. Такими ознаками є наступні: за місцем

виникнення; за видами продукції, робіт та послуг; за відношенням до процесу виробництва; за способами віднесення на собівартість, за доцільністю, за однорідністю, за часом виникнення, за можливістю контролю та за економічним змістом.

Отже, витрати є невід'ємною частиною будь-якої системи і потребують постійного контролю, аналізу та управління ними.

У другому розділі дипломної роботи було проведено дослідження та аналіз самого підприємства та визначені основні його види діяльності на території України за КВЕД. У роботі була досліджена організаційна структура підприємства, були розглянуті основні постачальники послуг та матеріалів підприємства, визначені основні партнери та проаналізований ринок конкуренції. Аналіз конкурентів дав змогу визначити основних гравців масштабних та «мільких», які заманюють клієнтів ціною, а не якістю.

Аналіз фінансово-економічного стану підприємства за певні періоди дав змогу визначити, що підприємство є ліквідним, тобто має в наявності грошові кошти на надходження дебіторів, які дають змогу погашати власні боргові зобов'язання, фінансово стійким та незалежним від кредиторів, хоча показники ділової активності протягом досліджуваного періоду свідчать про деякий спад в ефективності використання ресурсів підприємством. Рентабельність за досліджуваний період також можна назвати досить високою, що свідчить про відсутність проблем в управлінні витратами.

Окрім того, дослідження, здійснені у цій частині роботи дали змогу визначитися з основними витратами підприємства, які не залежать від основної діяльності підприємства, проте без них підприємство не мало би фізичної змоги свого існування. Також були коротко описані основні види товарів компанії.

У розділі третьому – рекомендаційному – узагальнені дані компанії та визначені основні напрямки удосконалення підприємством своєї діяльності з

формування й управління витратами залежно від наявних проблемних аспектів.

Таким чином підприємству надані рекомендації з оптимізації витрат. Проаналізувавши ситуацію, що склалася на ТОВ «Нестле Україна», можна сказати, що є всі можливості для застосування концепції ощадливого виробництва, адже підприємство вдосконалюється, розвивається в усіх можливих напрямках, тобто рухається вперед, цим самим після застосування даної концепції є ймовірність того, що підприємство зможе зменшити обсяг своїх витрат, але не на значну частину.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Хандриксен Е.С. Теория бухгалтерского учета / Е.С. Хандриксен, М.Ф. Ван Бреда ; ред. Я.В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 576 с.
2. Чернишова Л.І. Особливості формування системи управління витратами вітчизняних підприємств / Л.І.Чернишова, А.С. Дженкова // Інноваційна економіка. – 2016. – № 3 (52). – С. 61–68.
3. Трухан О.Л. Розвиток теорії витрат: еволюція і сучасні тенденції / О.Л. Трухан // Вісник ЖДТУ. – 2003. – № 4. – С. 380–388.
4. Аткинсон Э.А. Управленческий учет / Э.А. Аткинсон, Р.Д. Банкер, Р.С. Каплан, М.С. Янг; пер. с англ. – 3-е изд. – М. : ИД «Вильямс», 2007. – 878 с.
5. Бутинець Ф.Ф. Теорія бухгалтерського обліку : підручник / Ф.Ф. Бутинець. – 2-е вид., доп. і перероб. – Житомир : ЖІТІ, 2005. – 640 с.
6. Пушкар М.С. Фінансовий облік : підручник / М.С. Пушкар. – Тернопіль : Карт-бланш, 2002. – 628 с.
7. Бланк И.А. Словарь-справочник финансового менеджера / И.А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 1998. – 480 с.
8. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств : підручник / А.М. Поддєрьогін. – К. : КНЕУ, 2001. – 460 с.
9. Прохар Н.В. Облік доходів, витрат і фінансових результатів: проблеми теорії та практики : монографія / Н.В. Прохар, Ю.О. Ночовна. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 257 с.
10. Нашкерська Г.В. Бухгалтерський облік : навч. посібник / Г.В. Нашкерська. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 464 с.
11. Сидоров И.И. Логистическая концепция управления предприятием / И.И. Сидоров. – СПб. : ДНТП «Знание», ИВЭСЭП, 2001. – 168 с.
12. Цал-Цалко Ю.С. Витрати підприємства : навч. посіб. / Ю.С. Цал-Цалко. – К. : ЦУЛ, 2002. – 656 с.
13. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» : затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 318, зі змінами та доповненнями.

14. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 7 лютого 2013 р. № 73, зі змінами та доповненнями.
15. Міжнародні стандарти фінансової звітності (International Financial Reporting Standards) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?cat_id=240945
16. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. : Издат. дом «Вильямс», 2007. – 656 с.
17. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник / С.С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2011. – 712 с.
18. Козак В.Г. Визначення поняття «витрати» та їх оцінка / В. Г. Козак //Реформування економіки України: стан та перспективи : зб. матеріалів ІV Міжнар. наук.-практ. конф. (26–27 листопада 2009 р., м. Київ). – К., 2011. – С. 129–131.
19. Нападовська Л.В. Управлінський облік : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Л.В. Нападовська. – К. : Книга, 2004. – 544 с.
20. Турило А.М. Управління витратами підприємства: Навч. посібник. / Турило А.М., Кравчук Ю.Б., Турило А.А. – К.: Центр навчальної літератури, 2006.– 120 с.
21. Іщенко Н.А. Факторний аналіз формування прибутку підприємства / Н.А. Іщенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/stat17/33.pdf
22. Кулішов В.В. Економіка підприємства: теорія і практика : навчальний посібник / В.В. Кулішов. – К. : Ніка-Центр, Ельга, 2008. – 216 с.
23. Класифікація витрат на виробництво [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2016/april/issue-32/article-17159.html>
24. Савчук В.П. Практическая энциклопедия. Финансовый менеджмент /В.П. Савчук. – К.: Издательский дом "Максимум", 2009. – 884 с.

25. П(С)БО 16 «Витрати» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://proaudit.com.ua/standart/p-s-bo-16-vitrati.phtml>
26. П(С)БО 16 «Витрати» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://proaudit.com.ua/standart/p-s-bo-16-vitrati.phtml>
27. П(С)БО 16 «Витрати» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://proaudit.com.ua/standart/p-s-bo-16-vitrati.phtml>
28. Nestle планує інвестувати в Україну 390 мільйонів за рік, 25/04/2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biz.censor.net.ua/n3063225>
29. Nestlé в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://likom.kiev.ua/nestle/>
30. Цікава тенденція: Nestle частково перенесла виробництво каш швидкого приготування з Польщі в Україну [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/311289/tsikava-tendentsiya-nestle-chastkovo-perenesla-vyrobnytstvo-kash-shvydkogo-prygotuvannya-z-polshhi-v-ukrayinu>
31. Звіт зі Створення спільних цінностей Nestle [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nestle.ua/csv/what-is-csv/csv-report-2018>
32. Звіт зі Створення спільних цінностей Nestle [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nestle.ua/csv/what-is-csv/csv-report-2018>
33. Третя произведенной в Украине "Мивины" идет на экспорт – гендиректор Nestle в Украине, 14/02/2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/business/tret-proizvedennoj-v-ukraine-miviny-idet-na-eksport-gendire-328066/>
34. В 2017 году Nestlé инвестировала более 10 млн грн в энергоэффективность в Украине, 18/04/2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/business/v-2017-godu-nestl-investirovala-bolee-10-mln-grn-v-proekty-ener-341534/>
35. Nestle инвестирует 700 миллионов в харьковскую фабрику, 03/04/2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

https://biz.censor.net/news/3059284/nestle_investiruet_700_millionov_v_harkovskuyu_fabriku

36. Nestlé. Вільна енциклопедія "Вікіпедія", [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Nestlé>

37. Український ринок кави – ситуація і тенденції, [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nielsen.com/ua/uk/insights/article/2017/ukrainian-coffee-market-situation-and-trends/>

38. Чого очікувати від ринка кави в Україні [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://gemini.ua/chogo-ochikuvati-vid-rinka-kavi-v-ukraini/>

39. Український ринок виробництва макаронних виробів 2019-2020, тренди і перспективи торгових марок, маркетинг та бренд-дизайн [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://fineagencyy.com/ua/blog/602-ukrainskyi-rynok-makaronnykh-vyrobiv.html>

40. Портал для споживачів Favor [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://favor.com.ua/>

41. Державна служба статистики України [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

42. Державна служба статистики України [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

43. Nestlé має намір стати одним з найбільших драйверів агророзвитку України, 19/04/2017. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://propozitsiya.com/ua/nestle-namerena-stat-odnim-iz-krupneyshih-drayverov-agrorazvitiya-ukrainy>

44. Nestlé має намір стати одним з найбільших драйверів агророзвитку України, 19/04/2017. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://propozitsiya.com/ua/nestle-namerena-stat-odnim-iz-krupneyshih-drayverov-agrorazvitiya-ukrainy>

45. Coca-Cola та Nestle серед найгірших пластикових забруднювачів у світі, 10/10/2018. [Електроний ресурс]. – Режим доступу:

https://zik.ua/news/2018/10/10/cocacola_ta_nestle_sered_naygirshykh_plastykovykh_zabrudnyuvachiv_u_sviti_1423895

46. Nestlé оголосила стратегічну відмову від пластику. Responsible Future, 04/03/2019 [Електроний ресурс]. – Режим доступу:

<https://responsiblefuture.com.ua/nestle-ogolosila-strategichnu-vidmovu-vid-plastiku/>

47. Innovating fast to ensure long-term growth. Nestlé. URL:

<https://www.nestle.com/investors/annual-report/innovation>

48. Gorb O. A., Yasnolob I. A., Protsiuk N. Y. Organizational-economic mechanism of management of food industry enterprises competitiveness // Journals & Books. URL:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1512188716300513>

49. Progress at a glance. Nestlé. URL:

<https://www.nestle.com/csv/performance/kpi-summary>

50. Щеглова О. Ю., Судакова О.І., Лаже М.В. Ефективність управління підприємством та підходи до її визначення. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. Випуск 12, частина 2. С. 186-190.

51. Лисицин В. Д. Роль "ощадливого виробництва" в діяльності підприємства / В.Д. В. Д. Лисицин, О. І. Лисенко, Ю. С. Вовк // Вісник НТУУ "КПІ" - 2009. - №1. - С. 39-61.

52. Омеляненко Т.В., Щербина О.В., Барабась Д.О., Вакуленко А.В. Ощадливе виробництво: концепції, інструменти, досвід: наук.-практ. видання; Державний вищий навчальний заклад. К.: КНЕУ, 2009. - 157 с.

53. Нестле [Електроний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www.zpg.com.ua/Distribution/View/1-Нестле>

54. Итоги деятельности компании Nestle в Украине за 2009 год, 19/02/2010. [Електроний ресурс]. – Режим доступу:

<https://b2blogger.com/pressroom/53690.html>

55. Ітоги деятельности Nestle в Украине за 2010 год, 18/02/2011.
[Електронний ресурс]. – Режим доступа:
<https://www.epravda.com.ua/press/2011/02/18/272481/>
56. Ітоги деятельности Nestlé в Украине за 2011 год, 17/02/2012.
[Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://kontrakty.ua/article/44268>
57. Ітоги деятельности Nestlé в Украине за 2012 году, 15/02/2013.
[Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.press-release.ru/branches/agroprom/42209ccec3790/>
58. Украина: итоги деятельности Nestle, 2013 год [Електронний ресурс].
Режим доступа: <https://ukrprod.dp.ua/2014/03/30/ukraine-itogi-deyatelnosti-nestle-2013-god.html>
59. Директор компании Nestle в Украине и Молдове: Из-за кризиса украинцы стали покупать больше продукции в низком ценовом сегменте,» 14/09/2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступа:
<https://interfax.com.ua/news/interview/290048.html>
60. Українська «донька» Nestle до кінця року отримає 100 млн грн. інвестицій, 15/09/2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://agravery.com/uk/posts/show/ukrainska-donka-nestle-do-kinca-roku-otrimae-100-mln-grn-investicij>
61. Nestlé і кондитерська фабрика «Світоч». Бренд зі світовим ім'ям, 13/09/2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://propozitsiya.com/ua/nestle-i-kondyterska-fabryka-svitoch-brend-zi-svitovym-imyam>
62. Понад три десятки агропідприємств – у ТОП-200 найбільших компаній 2017 року в Україні, 12/09/2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://media.uagroup.ua/ponad-tri-desyatki-agropidpriemstv-top/>

ДОДАТКИ