

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра економіки праці та менеджменту

«До захисту в ЕК»

Директор інституту

_____ Олег ШЕРЕМЕТ
(підпис) (ім'я та прізвище)

«__» _____ 2023 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Тамара БЕРЕЗЯНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

«__» _____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності _____ 073 «Менеджмент» _____

освітньо-професійної програми _____ «Менеджмент» _____

на тему: «Управління результатами діяльності підприємства харчової галузі»

Виконала: здобувачка 4 курсу, групи МН-4-6

Климончук Дарина Олексівна



(підпис)


Керівник Бурлуцька Світлана Владиславівна

(підпис)

Рецензент _____
(ім'я та прізвище)

(підпис)

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

Здобувачка 

(підпис)

Київ – 2023 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра економіки праці та менеджменту
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітньо-професійна програма «Менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки
праці та менеджменту

_____ Тамара БЕРЕЗЯНКО

«05» грудня 2022 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

_____ Климончук Дарини Олексівни _____

1. Тема роботи «Управління результатами діяльності підприємства харчової галузі»

керівник роботи Бурлуцька С.В., д.е.н., професор

затверджені наказом закладу вищої освіти від 05.12.2022 року № 865-КС .

2. Строк подання здобувачем роботи 01 червня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи Законодавчі та нормативні акти, аналітичні та статистичні матеріали стосовно теми роботи, бухгалтерська, статистична звітність та аналітичні матеріали ПрАТ «Монделіс Україна».

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. Теоретико-методичні засади управління фінансовими результатами діяльності підприємства харчової промисловості.

Розділ 2. Аналіз діяльності та фінансових результатів ПрАТ «Монделіс Україна».

Розділ 3. Програма тактичних заходів з управління результатами діяльності ПрАТ «Монделіс Україна» за рахунок активізації інноваційної діяльності.

5. Перелік графічного матеріалу

Результати дослідження знайшли відображення у 18 рисунках та 31 таблиці ілюстративного матеріалу.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 05 грудня 2022 року**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та вивчення джерел інформації для написання кваліфікаційної роботи. Складання бібліографії наукових джерел	20.12.2022 р.	виконано
2	Розроблення та затвердження плану роботи керівником кваліфікаційної роботи і керівником проєктної групи	30.12.2022 р.	виконано
3	Робота над вступом до кваліфікаційної роботи	10.01.2023 р.	виконано
4	Підготовка першого розділу, висновків до нього та подання його керівнику	05.03.2023 р.	виконано
5	Підготовка другого розділу, висновків до нього та подання його керівнику	30.04.2023 р.	виконано
6	Підготовка третього розділу, висновків до нього та подання його керівнику	14.05.2023 р.	виконано
7	Підготовка висновків до роботи та подання його керівнику	15.05.2023 р.	виконано
8	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	17.05.2023 р.	виконано
9	Остаточне оформлення роботи. Формування проєкту доповіді, ілюстративного матеріалу. Погодження з керівником кваліфікаційної роботи	18.05.2023 р.	виконано
10	Подання завершеної роботи на розгляд комісії з попереднього захисту	19.05.2023 р.	виконано
11	Подання завершеної роботи на розгляд завідувачу кафедри та подача електронного варіанту роботи для перевірки на плагіат	01.06.2023 р.	виконано
12	Захист кваліфікаційної роботи	Згідно графіку захисту	

Здобувачка

_____ (підпис)

Д.О. Климончук
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

С.В. Бурлуцька
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні засади управління фінансовими результатами діяльності підприємства харчової промисловості. У роботі описано економічний зміст поняття фінансові результати діяльності підприємства, історичний розвиток та формування поняття прибуток в сучасному розумінні, розглянуто методи аналізу прибутку діяльності підприємства харчової галузі.

Було досліджено діяльність ПрАТ «Монделіс Україна», його фінансовий стан, проведено аналіз формування прибутку та запропоновано захід для покращення фінансового стану підприємства.

Проведені розрахунки підтвердили прибутковість та доцільність впровадження обраного заходу.

Кваліфікаційна робота складена на 97 сторінках (без урахування додатків), містить 18 рисунків, 31 таблицю.

Ключові слова: фінансові результати діяльності підприємства, прибуток, управління результатами діяльності.

ANNOTATION

The qualification work considers the theoretical and methodological foundations of managing the financial performance of a food industry enterprise. The work describes the economic content of the concept of financial results of the enterprise, the historical development and formation of the concept of profit in the modern sense, the methods of profit analysis of the food industry enterprise.

The article studies the activity of PJSC «Mondelez Ukraine», its financial condition, analyzes the formation of profit and proposes measures to improve the financial condition of the enterprise.

The calculations confirmed the profitability and feasibility of the selected measure.

The qualification work consists of 97 pages (excluding appendices), contains 18 figures and 31 tables.

Key words: financial performance of the enterprise, profit, performance management.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	10
1.1. Трактуювання та економічний зміст поняття фінансові результати діяльності підприємства.....	10
1.2. Формування фінансових результатів діяльності підприємства та основні фактори впливу на них.....	17
1.3. Методика аналізу прибутку діяльності підприємства харчової галузі	25
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАТ «МОНДЕЛІС УКРАЇНА».....	31
2.1. Аналіз ринку кондитерських виробів	31
2.2. Загальна характеристика діяльності підприємства	40
2.3. Особливості управління результатами діяльності компанії.....	48
Висновки до розділу 2.....	70
РОЗДІЛ 3. ПРОГРАМА ТАКТИЧНИХ ЗАХОДІВ З УПРАВЛІННЯ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «МОНДЕЛІС УКРАЇНА» ЗА РАХУНОК АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	71
3.1. Обґрунтування доцільності інноваційного проекту щодо випуску пивної карамелі в ПрАТ «Монделіс Україна».....	71
3.2. Обґрунтування доцільності впровадження запропонованого заходу та його вплив на основні показники діяльності підприємства.....	81
3.3. Управлінсько-організаційне забезпечення виконання програми по управлінню результатами діяльності підприємства та впровадження запропонованого заходу.....	84
Висновки до розділу 3.....	87
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	92
ДОДАТКИ.....	98

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сучасна господарська діяльність підприємств харчової галузі вимагає ефективного управління, зокрема управління результатами діяльності. Підприємства харчової галузі відіграють важливу роль у задоволенні потреб населення в харчових продуктах і впливають на економічний розвиток країни. У зв'язку зі зростанням конкуренції та швидкими змінами в суспільно-економічному середовищі, ефективне управління результатами діяльності підприємства стає важливою умовою його успішності та стабільності.

Управління результатами діяльності підприємства харчової галузі передбачає комплекс заходів, спрямованих на досягнення певних результатів у виробництві, маркетингу, фінансах та інших сферах. Це охоплює планування, контроль, аналіз та коригування фінансових і нефінансових показників діяльності підприємства з метою забезпечення його стабільного функціонування і досягнення стратегічних цілей.

Результативне управління на підприємствах харчової галузі передбачає урахування специфічних особливостей цього сектора, таких як сезонність виробництва, складність ланцюжків постачання, змінність смакових уподобань споживачів та вимоги до якості та безпеки харчових продуктів. Крім того, управління результатами має враховувати вплив змін в законодавстві, регулюючому харчову сферу, а також вимоги стосовно сталого розвитку і екологічної відповідальності.

Зважаючи на важливість харчової галузі в економіці та її вплив на життя споживачів, вивчення та вдосконалення управління результатами є актуальним завданням, що вимагає уваги та ретельного дослідження.

Формування фінансових результатів як економічної категорії пройшло довгий шлях, його формували різні вчені такі як меркантилісти Томас Мен та Жан Батист Кольбер, фізіократи – Ф. Кене та А. Тюрго, засновники

класичної школи – А. Сміт та С. Мілль, К. Маркс та інші видатні зарубіжні вчені.

Вітчизняні науковці теж зробили значний внесок в дослідження теоретичних та практичних аспектів фінансових результатів українських підприємств, головну увагу вони приділяли трактуванню фінансовим результатам діяльності та їх складовим. Серед них В.Ю. Боюн, О.П. Вашків, Н.А. Іщенко, А.С. Лесюк, Ю.В. Масюк, І.В. Нагорна, Т.Г. Рзаєва, О.В. Сереветник, І.О. Бланк та інші [20].

Метою кваліфікаційної роботи є вивчення та аналіз особливостей управління фінансовими результатами діяльності підприємств харчової промисловості з метою підвищення їх ефективності та конкурентоспроможності. Для досягнення цієї мети будуть використані різні методи дослідження, такі як аналітичне моделювання, порівняльний аналіз, статистичні методи, фінансовий аналіз та інші.

Об'єктом дослідження виступає процес управління результатами діяльності ПрАТ «Монделіс Україна».

Предметом дослідження є сукупність теоретико-методичних підходів та науково-практичних рекомендацій щодо впровадження фінансово-економічних інструментів управління ПрАТ «Монделіс Україна».

Виконання даної кваліфікаційної роботи є актуальним, оскільки управління результатами діяльності підприємств харчової галузі має велике значення для забезпечення їх стійкого розвитку та успішної конкуренції на ринку. Результати дослідження можуть бути корисними для менеджерів та керівників підприємств харчової галузі, а також для фахівців у галузі економіки та управління, які цікавляться питаннями ефективного управління в цьому секторі.

У наступних розділах роботи будуть розглянуті основні теоретичні та методичні аспекти управління результатами діяльності підприємств харчової галузі, а також запропоновані рекомендації щодо покращення цього процесу на прикладі ПрАТ «Монделіс Україна», яке було проаналізовано та вивчено.

Результати аналізу діяльності підприємства представлені в другому розділі кваліфікаційної роботи.

Інформаційною базою написання кваліфікаційної роботи стали наукові праці вітчизняних та закордонних учених про дослідження результатів діяльності підприємства, законодавчі та нормативно-правові документи, фінансова звітність підприємства, наукові статті, підручники та Інтернет-ресурси.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

1.1. Тракткування та економічний зміст поняття фінансові результати діяльності підприємства

Власники підприємства, на етапі його створення, керуються першопочатковою метою та власним бажанням отримувати максимально високий прибуток від їх діяльності, тому розглядаючи будь яке підприємство першим спадає на думку поняття «прибуток».

В економічній системі поняття «прибуток» існує завдяки появі товарно-грошових відносин, а також, через появу та розвиток інституту власності. Він є фундаментом сучасних норм моралі, права, господарських відносин та інституцій. На цьому інституті тримаються економічні інституції, соціальна культура та соціальний порядок, який врегульовує майнові відносини.

Завдяки його появі виникло поняття «право власності». Поняття «права власності» чітко описано в книзі третій «Право власності та інші речові права» Цивільного кодексу України від 16.01.2003. Стаття 316 ЦКУ визначає право власності як право людини на річ або майно. Для здійснення підприємницької діяльності власник має право використовувати власне майно, що може зменшити певні витрати [54].

В історії розвитку прибутку, першими хто намагалися його пояснити були меркантилісти, найвідоміші серед них – Томас Мен та Жан Батист Кольбер [45].

Вони стверджували, що виникнення прибутку пов'язане з торгівлею, їх думка тісно пов'язана з теорією меркантилізму. Адже, саме через розвиток торговельного та купецького капіталу виникла теорія меркантилізму [47].

Розвиток торгівлі продовжувався завдяки банківській справі, купецтву та географічним відкриттям. Так, віддалені міста стали ключовим фактором в економічно-торгівельних процесах.

Меркантилісти вважали, що прибуток виникає в сфері обігу, а джерелом виникнення для них була зовнішня торгівля, тобто отримували прибуток від продажу товарів за кордоном за ціною вищою, ніж закупівельна ціна. Принципом меркантилізму було більше продавати, менше купувати. Вони сприймали появу прибутку суто з результатів зовнішньої діяльності, адже внутрішня торгівля на їх погляд не збільшувала кількість грошей в країні, лише перерозподіляла та робила одного переможцем, а іншого переможеним внутрішньої торгівлі та й вони не намагалися шукати звідки з'являється прибуток [47].

Наступними після меркантилістів йшли фізіократи, об'єднання вчених, які вивчали лише одну сферу – сільськогосподарського виробництва та досліджували прибуток в цій сфері.

Засновником фізіократії був Франсуа Кене, вони розглядали капітал як засоби виробництва, які можна купити за гроші та виділяли основний і обіговий капітал, який називали початковими та щорічними авансами. І при цьому ставилися до грошей, зневажливо, як до засобу, що лише полегшить обмін, а тому не потрібно їх накопичувати.

А для доходу була теорія, що в його складі лежить заробітна плата та чистий продукт (залишок після відрахування витрат на виробництво), єдиною формою якого була рента. Однак, формування чистого продукту ототожнювалося з земельною рентою, яку отримували власники землі та розглядалося лише з точки зору на сільське господарство.

Теорія вартості полягала у визначенні вартості як суми витрат виробництва, що теж було не досконалим визначенням. Ще один представник цієї школи, Анн Робер Жак Тюрго, вдосконалив працю Франсуа Кене. Тюрго визначив прибуток як самостійний вид доходу, який складався з: доходу, який отримує підприємець як власник грошей; доходу за працю,

ризик та мистецтво; з земельної ренти [52].

Наступні визначення прибутку стали відповідати значенню валового доходу, який зі свого боку поділявся за індивідуалістичною системою розподілу на три категорії: доходи від капіталу, землі та доходи від праці (що, загалом, схоже зі судженнями Тюрго стосовно доходу).

Засновники класичної школи економічної науки – Адам Сміт та Стюарт Мілль розглядали володіння капітальним майном, землею або капіталом як основу вирішення питання про походження прибутку.

На думку Сміта, прибуток є найменуванням для винагороди праці по нагляду та управлінню. Також, вчений висунув важливі концепцію трудової вартості (яку потім розвинув Карл Маркс) та принцип розподілу праці, ідея якої полягає в ефективному управлінні організацією. Карл Маркс, німецький вчений, розкрив поняття «доданої вартості» та описав її як вартість, що створена працею найманих робітників понад вартості робочої сили. Маркс вважав, що джерелом прибутку був саме додатковий продукт, який створений під час виробництва та реалізований у сфері обігу. Його теорія змістовна та вірна, адже підприємство під час виробництва продукту вкладає в нього ресурси – на початку створення, несе витрати на його виробництво та реалізацію, а згодом отримує кінцевий результат, який перевищуватиме початкові витрати, тому і може отримати прибуток від своєї діяльності [29].

Тобто Сміт вважав, що першоджерелом будь-якого доходу є заробітна плата, прибуток і рента. Таке бачення породжує суттєвий недолік в його концепції.

Згодом, теорію продовжив розвивати англійський економіст Девід Рікардо. За його думкою прибуток і заробітна плата є складовими вартості, а не джерелами як вважав Сміт. Англійський економіст стверджував, що прибуток зростає, коли знижується заробітна плата. Тобто, пов'язував зарплату з прибутком. Утім Сміт і Рікардо відокремили «прибуток» в окрему особливу економічну категорію, яку продовжили досліджувати [45].

Тому навіть зараз економічна сутність прибутку є темою для дискусій,

адже поняття постійно змінювалося, розширювалося та ускладнювалося.

Економічна вигода, яку прагнуть отримувати підприємства, відображається у фінансових результатах, які часто представляють в узагальнених категоріях з «прибутком» та «збитком». Ці два показники мають протилежні значення, проте формуються за одним порядком.

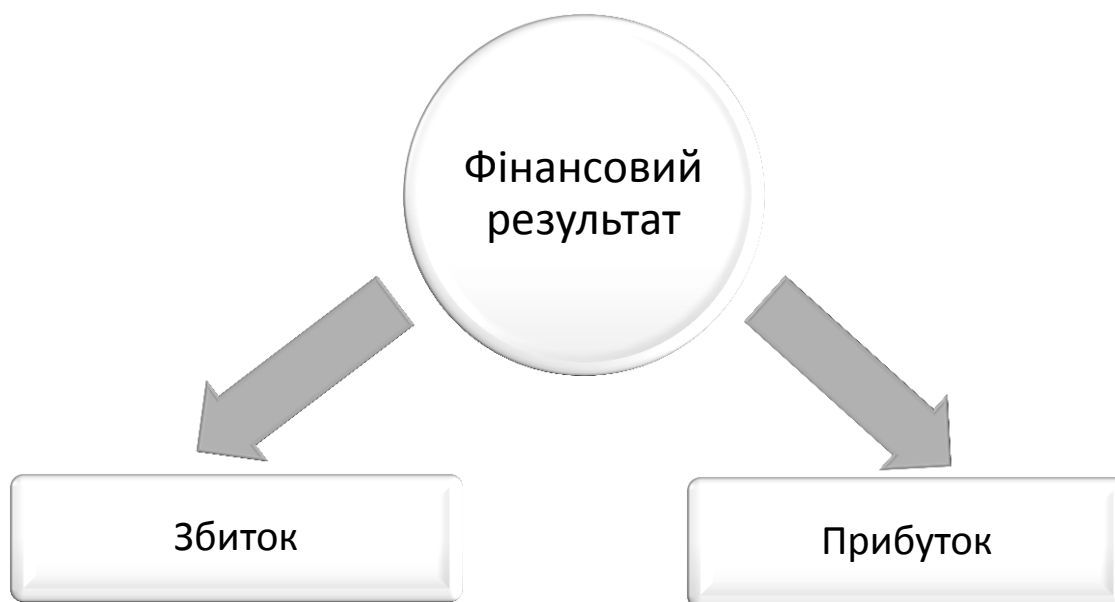


Рис. 1.1. Сутність фінансового результату

Джерело: створено авторкою на основі [45]

На думку українського вченого С.В. Мочерного, прибуток – це перетворена похідна форма додаткової вартості, яка є різницею між ціною продажу та виробничими витратами товару [45].

Поняття «збиток» – це перевищення суми витрат над сумою доходу, тобто витрати понесені через бажання та дії для отримання доходів.

Науковці розглянули «прибуток» як ширше поняття та визначили, що з показниками прибутку асоціюють фінансові результати, проте вони не ідентичні до показнику чистого прибутку.

Чистий прибуток – це виручка від реалізації продукції, яку визначають шляхом віднімання від доходу податків на додану вартість, акцизних зборів або інших застосованих податків та зборів.

У бухгалтерському обліку визнані доходи класифікують за групами:

- дохід від реалізації продукції;
- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт чи послуг);
- інші операційні доходи (дохід від операційної оренди активів, дохід від роялті, дохід від реалізації оборотних активів та інше);
- фінансові доходи (дивіденди, відсотки та інші доходи отримані від фінансових інвестицій);
- інші доходи (доходи, які виникають у процесі діяльності та не пов'язані з операційною діяльністю підприємства) [39].

Фінансовими результатами керуються лише в тактичному та оперативному управлінні, в той час як прибуток використовують для тактичного та стратегічного управління компанії. Тобто, подивившись на прибутки компанії керівники та управлінці можуть планувати стратегії для досягнення цілей компанії та прогнозувати як вплинуть зовнішні та внутрішні фактори.

Значний внесок у розвиток теоретичних та методологічних аспектів досліджень фінансових результатів діяльності підприємств зробили вчені-економісти Б.Є. Грабовецький, Г.О. Крамаренко, Є.В. Мних, П.Я. Попович, Н.М. Ткаченко, І.Ф. Прокопенко, А.С. Лесюк, І.В. Нагорна, О.П. Вашків, Н.А. Іщенко, Ю.В. Масюк, Т.Г. Рзаєва, В.Ю. Боюн, О.В. Сереветник, Л.А. Лахтіонова, М.Д. Білик та Т.О. Білик, І.О. Бланк та інші [55, с. 161].

Вітчизняні науковці головну увагу приділяють дослідженню теоретичних і практичних аспектів у трактуванні фінансових результатів діяльності підприємства та їх складових [20].

І.О. Бланк у своїх роботах дає визначає поняття «прибуток» як чистий дохід, виражений в грошовій формі на вкладений капітал. Він є різницею між сукупним доходом та сукупними витратами, характеризується як винагорода за ризик здійснення підприємницької діяльності.

Т.О. Білик та М.Д. Білик вважають, що варто фінансовий результат трактувати як кінцевий результат діяльності, через те що він може бути і позитивним і негативним [13, с. 3].

Н.А. Іщенко визначає фінансовий результат як прибуток або збиток підприємства, який визначають шляхом віднімання витрат підприємства від його сукупних доходів.

Фінансовий результат може бути або позитивний, тобто прибуток або ж негативний, тобто збиток. Може зустрічатися і нульовий результат, але таке трапляється зрідка, хіба що на етапі створення підприємства або його ліквідації. Позитивний результат виступає як одне з джерел для подальшого фінансування розвитку та поточної діяльності компанії, а також виступає основним показником для оцінки ефективності діяльності [13, с. 3].

Фінансові результати займають провідну позицію в системі управління підприємством, однак, в бухгалтерському обліку України конкретно не наведено алгоритмів для узгодженості їх формування у відповідності до видів діяльності. Це створює певні складнощі при управлінні фінансовими результатами, адже трактування та економічний зміст узагальнюють. Фінансові результати суб'єкта господарювання відображають в обліку та звітності [55].

Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» не містить трактування поняття «фінансовий результат», проте про це згадується як про складову фінансової звітності. Фінансова звітність – це документ, який містить інформацію щодо фінансового стану та результатів діяльності підприємства [36].

З цього закону ми можемо ввібрати знання про міжнародні стандарти фінансової звітності, ознайомитися з офіційними трактуваннями поняття витрати, доходи, власний капітал, чистий дохід від реалізації продукції та інші показники, які зустрічаються в фінансовій звітності.

Ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності необхідне для прийняття рішень на основі повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан та результати діяльності підприємства [36].

Фінансові результати та доходи підприємства є об'єктом обліку. Тому, прибуток або збиток підприємства визначається за даними бухгалтерського фінансового обліку, а далі складається фінансова звітність, яка містить:

- Баланс (форма № 1);
- Звіт про фінансові результати (форма № 2);
- Звіт про рух грошових коштів (форма № 3);
- Звіт про власний капітал (форма № 4);
- Примітки до річної фінансової звітності (форма № 5).

Інформація фінансового обліку використовується внутрішніми та зовнішніми споживачами – постачальниками, банками, податковою інспекцією, інвесторами та іншими [51].

Окрім вже згаданого Закону «Про бухгалтерський облік» та Податкового кодексу України, необхідно ознайомитися з іншими нормативними документами: Міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ); Міжнародним стандартом бухгалтерського обліку 1 (МСБО 1), Подання фінансової звітності (МСБО 1); Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 18 (МСБО 18), Дохід; Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [27]; Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку П(С)БО 15 «Дохід» [38]; П(С)БО 16 «Витрати». На жаль, окремого стандарту, який би регулював облік фінансового результату, на даний момент не існує [28].

У статті 134 Податкового кодексу, зазначають що прибуток є об'єктом оподаткування та визначається шляхом збільшення або зменшення фінансового результату, визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до стандартів фінансової звітності. Далі за кодексом прибуток прирівнюється до доходу, так і вказують його в дужках – дохід (прибуток) [33].

Відповідно до П(С)БО № 3 «Звіт про фінансові результати» (форма № 2) можна класифікувати фінансові результати (рис. 1.2.).

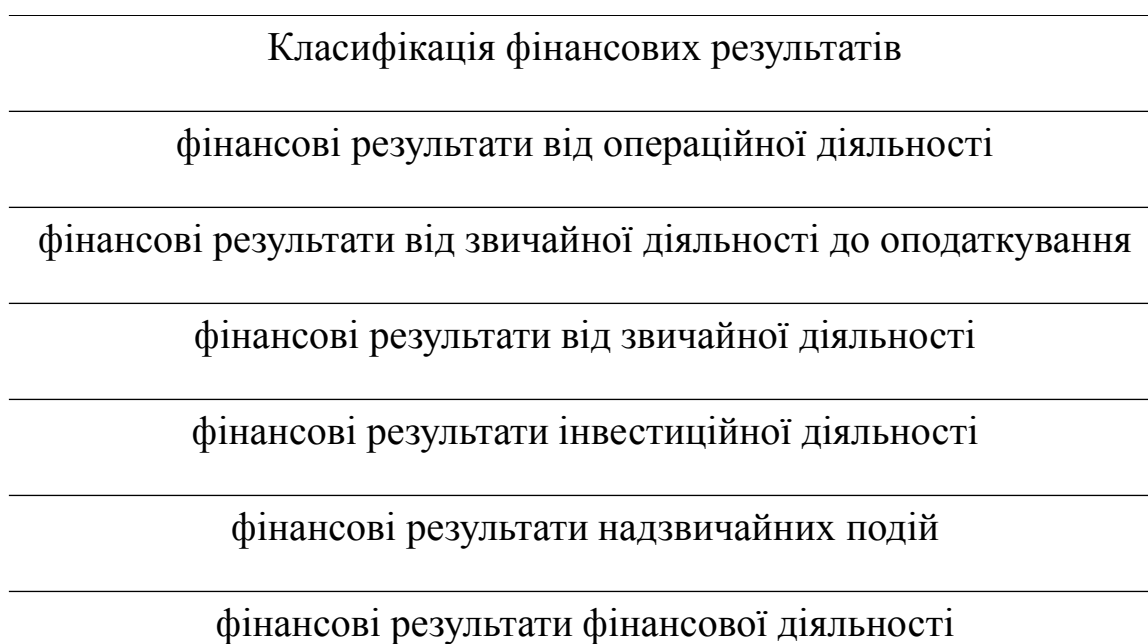


Рис. 1.2. Класифікація фінансових результатів

Джерело: П(С)БО № 3 «Звіт про фінансові результати» (форма № 2)

Отже, бачимо, що поняття «фінансовий результат» має декілька трактувань та досі не до кінця врегульовується на законодавчому рівні. А поняття «прибуток» ототожнюють до поняття «фінансовий результат», проте лише при позитивному його значенні. В іншому випадку з'являється поняття «збиток», що не можна ототожнювати з «прибутком» через протилежне значення.

1.2. Формування фінансових результатів діяльності підприємства та основні фактори впливу на них

Формування фінансових результатів відбувається в певній послідовності та відображається на рахунку 79 «Фінансові результати» в бухгалтерському обліку. Їх визначають шляхом закриття субрахунків за видами діяльності рахунку 79, тобто складається бухгалтерський баланс в кінці якого визначають кінцеве сальдо [55].

Рахунок 79 «Фінансові результати» складається з субрахунків: 791 «Результат операційної діяльності» (визначається прибуток (збиток) від

операційної діяльності підприємства); 792 «Результат фінансових операцій» (визначається прибуток (збиток) від фінансових операцій підприємства); 793 «Результат іншої діяльності» (визначається прибуток (збиток) від іншої діяльності підприємства).

За кредитом субрахунку 791 «Результат операційної діяльності» відображається в порядку закриття рахунків сума доходів від реалізації готової продукції, товарів, робіт, послуг та від іншої операційної діяльності (рахунки 70 «Доходи від реалізації», 71 «Інший операційний дохід»), за дебетом – сума в порядку закриття рахунків обліку собівартості реалізованої готової продукції, товарів, робіт і послуг, адміністративних витрат, витрат на збут, інших операційних витрат (90 «Собівартість реалізації», 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут», 94 «Інші витрати операційної діяльності»).

За кредитом субрахунку 792 «Результат фінансових операцій» відображається списання суми в порядку закриття рахунків обліку доходів від участі в капіталі та інших фінансових доходів, за дебетом – списання фінансових витрат з рахунків 95 «Фінансові витрати» та 96 «Втрати від участі в капіталі».

За кредитом рахунку 793 «Результат від іншої діяльності» відображається списання суми в порядку закриття рахунків обліку доходів від інвестиційної та іншої діяльності підприємства, за дебетом – списання витрат з рахунку 97 «Інші витрати» [40].

Бухгалтерський баланс відображає активи, зобов'язання та власний капітал підприємства на певну дату (як правило перше число місяця, кварталу або року), тобто має іншу назву – звіт про фінансовий стан підприємства. Якщо на підприємстві існує структурний підрозділ, який числиться на самостійному балансі, то окрім фінансової звітності подається також консолідована фінансова звітність [18, с. 69].

Згідно з Законом України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» прийнято називати фінансовою звітністю – баланс, разом

зі звітом про фінансові результати, звітом про рух грошових коштів, звітом про власний капітал та примітками до звітів.

У процесі складання балансу використовується принцип рівності між господарськими засобами та джерелами їх утворення, тобто створюється по суті таблиця з двома стовпчиками. В одному пишуть засоби – активи, а в другому джерела утворення – пасиви, при цьому сума одного стовпчика таблиці має відповідати сумі другого стовпця. Розрізняють різні види балансів, зокрема: баланси основної діяльності; баланси спільної діяльності, баланс підприємства, баланс бюджетної установи, баланс банку, односторонній баланс, двосторонній баланс, шаховий баланс, баланс-брутто, баланс-нетто.

Опублікування балансу дає змогу залучати інвесторів, акціонерів та залучати кошти для розвитку потенційно привабливого бізнесу.

Бухгалтерський баланс має технічне і методологічне значення, вважається одним з головних елементів методу бухгалтерського обліку. Зміст балансів різних галузей економіки різниться внаслідок специфіки цих галузей. Баланс на початок діяльності суб'єкта господарювання за змістом статей відрізняється від балансу основної діяльності.

У таких країнах, як Франція, Японія, Південна Корея, Сінгапур застосовують так звані вертикальні баланси, де верхня частина – «Актив», а нижня – «Пасив». Баланси минулих років склалися з так званих регулюючих статей, суми за якими входили у валюту балансу (баланс «Брутто»). Сучасні баланси не включають у валюту балансу регулюючих статей і їх називають балансом «Нетто» [18, с. 16].

Статті балансу згруповані в три розділи активу та чотири розділи пасиву:

- I розділ активу балансу відображає вартість необоротних активів;
- II розділ активу відображає вартість оборотних активів;
- III розділ активу відображає необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття;

- I розділ пасиву відображає власний капітал: інформацію про зареєстрований, капітал у дооцінках, додатковий, резервний капітали; нерозподілений прибуток (непокриті збитки);
- II розділ пасиву відображає довгострокові зобов'язання і забезпечення;
- III розділ пасиву відображає поточні зобов'язання і забезпечення;
- IV розділ пасиву відображає зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття [18, с. 70].

Тобто, склавши баланс, підприємство бачить свій результат діяльності – прибуток чи збиток. А фінансовий результат розраховується як різниця між валовими доходами та валовими витратами. Також, розрізняють фінансовий результат до оподаткування – різниця між доходами та всіма витратами, а також чистий прибуток (збиток) – різниця між сумою фінансового результату до оподаткування, сумою витрат з податку на прибуток та сумою, яка змінює фінансовий результат після оподаткування.

З'являється необхідність розраховувати податок на прибуток, який йде в державний бюджет. Основна його ставка для підприємств – 18 %, про що вказано в Податковому кодексі України.

Але при формуванні фінансових результатів діяльності, необхідно враховувати зовнішні та внутрішні фактори, які безпосередньо впливають на фінансові результати підприємства та навіть при формуванні звітності визначають фінансові результати в розрізі звичайної діяльності та у випадку надзвичайних подій (рис. 1.3).

До зовнішніх факторів впливу, також, належать споживачі. На мою думку вони активно та помітно впливають на фінансові результати підприємства. Споживачі впливають на пропозицію, яка проявляється в обсягах виробництва та реалізації, ціні на ринку та асортиментних позиціях продукту компанії. Адже, без попиту, компанія навряд чи продовжуватиме створювати нові продукти та збільшувати обсяги виробництва свого продукту.



Рис. 1.3. Основні фактори впливу на фінансові результати підприємства

Джерело: створено автором за [13]

З іншого боку споживачі прагнуть максимально задовольнити свої потреби якісним продуктом у якого ціна буде зменшуватися, а не зростати, тому даний фактор можна вважати не передбачуваним.

Ще одним важливим фактором впливу є конкуренти та конкурентоспроможність підприємства. Конкуренти значно впливають на частку ринку, на масштаби виробництва та цінову політику, формуючи стандарти та вимоги до конкурентів.

Якщо підприємство не може задовольнити потреби споживача, то споживач шукає товари-замінники та переходить до конкурента, що створює складніші умови для утримання на конкурентному ринку. Отже, конкуренти визначають товарну політику, якщо якість та ціна продукції переважає серед споживачів створюючи більший попит, ніж у інших підприємств.

Негативний вплив на галузь отримуємо, коли ринок контролюють великі корпорації, які займають значну частку ринку та доволі агресивно конкурують між собою. У такий спосіб, на ринок не можуть потрапити малі гравці зі своїми можливо унікальними та інноваційними товарами.

Економічні фактори, до яких належить рівень та темп інфляції, девальвація, відсоткова банківська ставка, умови отримання кредиту для підтримки чи створення бізнесу, динаміка цін, попит покупців та інше.

Зростання цін на сировину, обумовило зростання ціни на готові товари, тому споживачі коливаються при виборі того чи іншого продукту чи послуги, розставляючи пріоритети та обираючи в першу чергу найважливіше.

До прикладу, через пандемію, багато підприємств малого та середнього бізнесу в Україні зазнало невдач. Світ змінився та мусив розвиватися, створюючи нову робочу сферу – онлайн. Більшість компаній переводили співробітників на онлайн режим, що дозволило звільнитися від потреби орендувати офіси. Звісно ж було скорочення робочих місць та заробітних плат, але з плином часу ситуація більш менш стабілізувалася.

Політичні передумови погіршення фінансових результатів потрібно розглядати в загальному плані з урахуванням стосунків між державами. Адже, те що відбувається безпосередньо в державі активно впливає на підприємства та галузі, а міжнародні відносини між країнами-партнерами та союзниками дозволяють компаніям розширюватися та знаходити ринки

збуту за кордоном.

Підприємства намагаються зростати, в мінливих умовах сучасного світу, та зацікавити нових інвесторів для реалізації власних ідей, для розширення ринку збуту як існуючої продукції так і для розробки інноваційного товару. Так, шляхом залучення інвестицій в Україну в Сумській області було викуплено завод та створено ПрАТ «Монделіс Україна».

Для розширення ринку збуту необхідно йти на ризики, тому для цього проводять змістовний аналіз та оцінюють чи варті ризики здійснення задуманого. Оцінити ефективність вже наявних каналів збуту, дослідити потреби та переваги споживачів, розрахувати бюджет на просування продукції на ринок, розробити рекомендації для підвищення конкурентоспроможності товарів та ще постає багато завдань. Без вивчення ситуації на ринку та аналізу впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на підприємство – не раціонально приймати важливі рішення, якщо власники підприємств не хочуть втратити доходи. Усі бажають максимізувати прибутки свого підприємства, тому ніхто не піде на необґрунтований ризик.

У такому випадку корисно ознайомитися з працями відомого на весь світ бізнес-менеджера та математика – Ігоря Ансоффа, який запропонував матрицю товар-ринок. Матриця Ансоффа використовується для планування компанією шляхів збільшення продажу своєї продукції, тобто розширення асортиментних позицій або ж виходу на нові ринки.

Відповідно до трактувань даної матриці, прийнято розрізняти різні стратегії, які компанія може використати на власному досвіді:

- стратегія вдосконалення, тобто зосередитися на збільшенні продажу розроблених товарів на доступному ринку;
- розробити нову продукцію, що вимагає фокусування на введенні нових продуктів на освоєний ринок;
- стратегія розвитку ринку, спробувати вийти на новий ринок з існуючою продукцією;

- стратегія диверсифікації, одночасно створити нову продукцію та опанувати новий ринок [59].

На наш погляд, диверсифікація найпривабливіша стратегія. Вона найбільш ризикова з усіх наведених вище стратегій, але все наше життя складається з ризиків. Коли не ризикуєш, в певній мірі, не розвиваєшся та не продовжуєш рухатися до поставленої цілі. Створення нової продукції та вихід з нею на новий ринок – шанс побачити здібності та стійкість задумки. Чудово, коли є така можливість спробувати щось колосально нове.

Якщо продукт цінується на теренах рідної країни, то його можуть полюбити і за кордоном – стратегія розвитку ринку. Це актуально для нашої країни, бо багато українців переїжджають за кордон та іноді їм хочеться поринути в знайомий світ. Наприклад, скуштувати улюблені українські цукерки – з'явився попит з боку споживачів. Можна спробувати знайти інвесторів чи партнерів, з якими відкриють завод та магазини з цими ж цукерками. Але потрібно в такому випадку орієнтуватися не лише на українців за кордоном, а й аналізувати іноземних громадян – їх смаки та вподобання. Також потрібно буде відповідати вимогам стандартів якості продукції відповідно до умов країни з якою починають співпрацювати.

Одним із перспективних напрямків для розвитку підприємства може бути залучення іноземних інвестицій, такий досвід використовують більшість країн світу. Таке співробітництво з іноземними інвесторами дозволить покращити конкурентоспроможність, впроваджувати нові технології в виробництво продукції та надає багато можливостей для подальшого розвитку. Конкретно для України – це чудовий спосіб стабілізувати власну економіку [23].

На відміну від внутрішнього середовища, в якому можна ефективно все налаштувати та передбачити негативні ситуації, які потенційно можуть впливати на роботу підприємства в цілому, зовнішні фактори потрібно сприймати та намагатися мінімізувати ризики, шкоду, які вони нанесуть компанії. Адже, на жаль, контролювати пандемію чи збройний конфлікт

підприємець, керівник чи управлінець підприємства не може.

Також на економічну активність країни мають вплив міжнародні події, які на далі визначають напрямки розвитку економіки та можуть обмежувати підприємницьку діяльність компаній або ж навпаки спричиняти активний її розвиток. Наприклад, в Європі виникла проблема з поставкою сировини з України, тому на полицях супермаркетів були відсутні імпорتنі товари. А в Україні, через повномасштабне вторгнення, було обмежено та зруйновано логістичні сполучення, що спричинило паніку серед населення, відсутність та обмеження в купівлі товарів.

Фінансові результати виступають головними показниками для характеристики стану та ефективності діяльності підприємства, а саме використовують рівень прибутковості, платоспроможність, конкурентоспроможність та можливості для економічного зростання підприємства.

1.3. Методика аналізу прибутку діяльності підприємства харчової галузі

Основна причина для проведення аналізу фінансового стану підприємства полягає в тому, щоб дати управлінцям і зацікавленим сторонам достовірну інформацію про фінансові ресурси, оборотні активи, пасиви, прибуток компанії, щоб вони могли краще розуміти сильні і слабкі сторони бізнесу і приймати найбільш об'єктивні рішення з інвестиціями та фінансуванням. Аналіз фінансового стану допомагає визначити стратегію підприємства, прогнозувати ринок та рішення щодо кредиторської політики [17, с. 484].

Розглядаємо аналіз фінансової звітності, тому що саме там зосереджено основне необхідне нам поняття «прибуток».

Мета аналізу фінансової звітності організації досягається під час вирішення низки аналітичних завдань:

- оцінити майновий стан;
- оцінка фінансової стійкості;
- оцінка платоспроможності та ліквідності;
- проаналізувати формування фінансових результатів;
- провести аналіз розподілу і використання прибутку;
- провести розрахунки і аналіз показників оборотності і рентабельності;
- комплексно оцінити фінансовий стан;
- розробити рекомендації націлені на покращення фінансового результату та стану компанії;
- спрогнозувати фінансові результати і майбутній фінансовий стан.

Фінансовий аналіз використовується для оцінки фінансової інформації компанії за допомогою показників, відомих як ключові показники ефективності. Такі показники використовуються в компаніях для оцінки та покращення ефективності, але у фінансовому обліку вони використовуються для визначення загального фінансового стану компанії.

Аналіз фінансових результатів проходить у кілька етапів (рис. 1.4.).



Рис. 1.4. Етапи аналізу фінансових результатів [8, с. 5]

Для ефективного аналізу фінансової звітності компанії необхідно створити відповідну базу, на основі якої проводитиметься аналіз: інформаційну систему, призначену для отримання, обробки та передачі інформації; фінансову систему, що забезпечує достатнє фінансування процедур аналізу фінансової звітності в обумовлені терміни та в повному обсязі; трудові ресурси, які дозволятимуть використати персонал компанії для здійснення якісного аналізу фінансової звітності; інфраструктура для забезпечення належного рівня проведення аналізу звітності; техніко – технологічна система для забезпечення проведення якісного аналізу звітності; організаційна структура, яка чітко регламентуватиме процес аналізу фінансової звітності [22, с. 405].

Аналіз прибутку діяльності підприємства в харчовій галузі може включати ряд методик і показників. Основною методикою аналізу прибутку є визначення фінансової ефективності підприємства, оцінка його прибутковості та виявлення проблемних аспектів в управлінні.

Основні методи, які використовуються для аналізу фінансових результатів:

- методи горизонтального та вертикального порівняння;
- коефіцієнтний та порівняльний метод;
- методи кореляційного та регресійного аналізу;
- методи економіко-математичного моделювання [8, с. 5].

Метод та напрям дослідження обирають залежно від потреб та запитів для проведення аналізу, а також зважаючи на економічну діяльність підприємства.

Нижче наведено деякі методики, які можна використовувати для аналізу прибутку в харчовій галузі.

1. Аналіз рентабельності продукції: показник визначається як співвідношення прибутку до витрат на виробництво продукції. Розрахунок рентабельності може проводитись на рівні окремих видів продукції або загального показника для підприємства.

2. Аналіз валової прибутковості: показник вимірює ефективність виробництва, враховуючи валовий прибуток, отриманий від продажу продукції. Для харчової галузі це може означати співвідношення між валовим прибутком та витратами на сировину та матеріали.

3. Аналіз витрат на виробництво: цей аналіз дозволяє виявити складові витрат на виробництво продукції, такі як витрати на сировину, заробітну плату, енергію та інші. Порівняння витрат з аналогічними показниками в галузі може допомогти виявити ефективність управління витратами.

4. Аналіз додаткової вартості: додаткова вартість вимірює ступінь створення додаткової цінності виробництвом продукції. Цей показник може бути корисним для виявлення проблем в управлінні виробництвом та оптимізації процесів.

5. Аналіз маржинальності: маржинальність показує співвідношення між валовим прибутком і загальним обсягом продажів. Вона може бути обчислена для окремих товарів або груп товарів. Аналіз маржинальності допомагає визначити, які товари або групи товарів приносять більше прибутку.

Для оцінки фінансової ефективності підприємства найкраще використовується розрахунок фінансових коефіцієнтів.

Він виконується за допомогою різних фінансових індикаторів, які дають змогу оцінити доходність, ліквідність, рентабельність та інші аспекти фінансової діяльності підприємства.

Наприклад, дохідність власного капіталу розраховується, як відношення наявного доходу до власного капіталу.

Формула для розрахунку:

$$P_{BK} = \frac{Ч_{п}}{BK} * 100\%, \quad (1.1)$$

де $Ч_{п}$ – чистий дохід – дохід після вирахування всіх витрат;

BK – власний капітал – загальний капітал компанії, включаючи власні акції та заощадження.

Результат буде показувати, яку частку від кожної грошової одиниці власного капіталу компанія здобуває як дохід. Чим вище цей показник, тим краще для компанії.

Рентабельність продукції характеризує прибутковість діяльності підприємства від основної діяльності та обчислюємо за формулою:

$$P_{\text{прод}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{СР}} * 100\% , \quad (1.2)$$

де ЧП – прибуток від реалізації продукції,

СР – витрати на виробництво і реалізацію продукції.

Рентабельність діяльності підприємства обчислюється за формулою:

$$P_{\text{д}} = \frac{\text{Чп}}{\text{ВР}} * 100\% , \quad (1.3)$$

де Чп – чистий прибуток,

ВР – чиста виручка від реалізації продукції.

Результати розрахунку фінансових коефіцієнтів можна використовувати для порівняння з індустріальними середніми, а також для моніторингу змін у фінансовій ефективності підприємства в часі.

Висновки до розділу 1

Проаналізувавши праці різних вчених, як зарубіжних, так і вітчизняних, отримуємо безліч трактувань поняття «фінансові результати», яке ототожнюють з поняттям «прибуток». Інтерпретація та використання термінів можуть варіюватися залежно від авторів, контексту та області дослідження. Проте в загальному розумінні прибуток визначається як різниця між доходами та витратами.

Отже, в першому розділі було розглянуто історичне формування та розвиток поняття «прибуток», наведено класифікацію та основні формули, а також методики аналізу прибутку.

Таким чином, було визначено, що прибуток визначають як різницю між доходами, отриманими від реалізації товарів чи послуг, і витратами,

пов'язаними з їх виробництвом та продажем. Прибуток може бути виражений у грошових одиницях або як відсоток від загальних витрат або доходів.

Прибуток виступає важливим показником фінансової успішності підприємства. Він відображає ефективність використання ресурсів, а також впливає на рентабельність. Підприємства зазвичай прагнуть досягти максимального прибутку, збільшуючи доходи і ефективно управляючи витратами.

Прибуток може мати різні форми, такі як чистий прибуток (різниця між доходами і витратами), бруто-прибуток (прибуток до оподаткування), операційний прибуток (прибуток від основної діяльності без урахування фінансових операцій) та інші. Ці форми прибутку розрізняються залежно від того, які елементи доходів та витрат враховуються при їх обчисленні.

Детальний аналіз фінансової звітності компанії, включаючи записи про доходи та витрати, оборотний капітал/грошовий потік та прибуток, має вирішальне значення для надання інформації, необхідної для стратегічного прийняття розумних бізнес-рішень. Крім того, Податковий кодекс України вимагає такої звітності та документації.

До того ж фінансова звітність може бути використана для аналізу ризиків, прогнозування майбутнього розвитку подій та розробки альтернативних стратегій для виходу підприємства з кризових ситуацій.

Прибуток є важливим фактором для розвитку підприємств і економічного зростання. Його можуть реінвестувати в розширення виробництва, дослідження та розвиток нових продуктів і послуг, забезпечення фінансової стабільності та виплати дивідендів акціонерам.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАТ «МОНДЕЛІС УКРАЇНА»

2.1. Аналіз ринку кондитерських виробів

Харчова промисловість являє собою сукупність виробництв харчових продуктів, яка сприяє підвищенню рівня життя шляхом створення робочих місць та покращення умов життя людей. Вона сприяє підвищенню продуктивності та прибутковості, а також збільшує державні доходи через оподаткування. Вона дозволяє фермерам виробляти більше продовольства, коли з'являється потреба у сировині.

Харчова промисловість реагує на ціни, витрати та попит, що дозволяє заробляти більше грошей. Це означає, що розвиток промисловості є необхідною умовою для економічного зростання країни. Харчова промисловість є потужним центром світової економіки. Вона завжди буде залишатися однією з найважливіших і найбільших галузей економіки, адже їсти та пити потрібно всім.

Серед розмаїття галузей в харчовій промисловості, виділяється одна з розвинутих галузей промисловості України – кондитерська галузь. Сегмент ринку характеризується гострою конкуренцією, насиченістю та наявністю великих іноземних компаній. Наявність іноземних конкурентів дає можливість покупцям обирати продукцію серед широкого спектру різноманітної продукції. Великі кондитерські підприємства здебільшого працюють на зовнішніх ринках і нарощують експорт, а малі та середні підприємства – працюють на внутрішній ринок України. Також слід зазначити, що на внутрішньому ринку України не дуже багато підприємств, що виробляють продукцію зі збитими масами, желе, мармелад, пастилу, маршмелоу тощо, український кондитерський ринок більш спрямований на виробництво виробів з шоколаду, різних видів печива тощо. Тому обсяги імпорту продукції в досліджуваному сегменті досить високі, однак все ж

значно нижчі за виробництво.



Рис. 2.1. Фактори впливу на ринок кондитерських виробів

Джерело: створено автором на основі [10]

Постійне оновлення асортиментних позицій, додавання нового оздоблення, нових смакових поєднань та інших покращень – позиціонує саме ринок кондитерських виробів, адже людям завжди хочеться спробувати якісь нові смаколики. На мою думку, найвагомніше для даного товару саме упакування продукції. Коли ми заходимо в магазин, ми уважно придивляємося до товарів, кожен покупець по своєму класифікує та підбирає той чи інший товар, але вдале упакування вже робить пів справи для купівлі товару. Цікавий дизайн упаковки зверне на нього увагу, змусить потенційного споживача роздивитися товар, естетична грамотність, новизна, візуальне сприйняття – може вплинути на вибір покупця.

Здоровий спосіб життям потроху набирає актуальності та зрештою став трендом сучасності, за яким намагаються слідувати відомі бренди та компанії. Він істотно впливає на кондитерську галузь та вироби з цукру. Неймовірний дисонанс, який зароджується в розвинених країнах з високим

рівнем доходів населення, уповільнює темпи зростання кондитерської галузі та поширенню кондитерських виробів з цукром в розвинених країнах. Тому фокусування переводиться на країни, що розвиваються – Азіатсько-Тихоокеанського регіону та Близького Сходу.

Екологічна упаковка, безпечний склад та найменш загрозове для навколишнього середовища – ось що тепер важливо для глобального захисту природи, кожна людина має розуміти значимість екологічного пакування в світі, адже частка пластику та кількість відходів приголомшує.

Інноваційні продукти з новими смаками, ароматами та текстурами, формами та упаковками стають популярними, за рахунок чого світові продажі поступово набирають обертів, а модернізована продукція дозволяє компаніям розвиватися та вдало зростати.

Розглянемо статистичну інформацію, оприлюднену державною службою статистики України за 2019-2020 рр. У порівнянні з 2019 р. у 2020 р. зменшилося виробництво печива солодкого, шоколаду в брикетах, кондитерських виробів з цукру та морозива, але зросло виробництво вафель, цукерок шоколадних, молока та вершків, йогурту рідкого (табл. 2.1).

У 2019 році кондитерська галузь в Україні зростала, що було зумовлено збільшенням споживчого попиту на кондитерські вироби та зростанням роздрібного сектору в країні. Галузь характеризувалася присутністю широкого спектру місцевих та міжнародних брендів. Однак галузь зіткнулася з такими викликами, як висока конкуренція та необхідність модернізації виробничих потужностей і технологій, щоб відповідати міжнародним стандартам якості.

У 2020 році кондитерська галузь в Україні зіткнулася з викликами, пов'язаними з пандемією COVID-19. Обмеження на пересування та закриття другорядних підприємств призвели до зниження обсягів продажів кондитерської галузі, а також вже під час епідемії – до перебоїв у ланцюгах поставок. Окрім цього, зменшення наявного доходу споживачів також негативно вплинуло на галузь.

Таблиця 2.1

Виробництво окремих видів продукції підприємствами кондитерської галузі за 2019-2020 рр.

Найменування продукції	Один. виміру	Роки		Відхилення	
		2019	2020	абс, +/-	відн., %
Печиво солодке (включаючи сендвіч-печиво; крім частково чи повністю покритого шоколадом або іншими сумішами, що містять какао)	тис. т	159	156	-3	-1,89
Вафлі та вафельні облатки (включаючи солоні; крім частково чи повністю покритих шоколадом або іншими сумішами, що містять какао)	тис. т	52,6	56,0	3,4	6,46
Шоколад у брикетах, пластинах чи плитках (крім шоколаду з начинкою, шоколаду з додаванням зерна зернових культур, фруктів чи горіхів та шоколадного печива)	тис. т	24,7	24,0	-0,7	-2,83
Цукерки шоколадні (крім цукерок із вмістом алкоголю, шоколаду в брикетах, пластинах чи плитках)	тис. т	66,6	70,7	4,1	6,15
Вироби кондитерські з цукру чи його замінників, з вмістом какао (включаючи шоколадну нугу; крім білого шоколаду)	тис. т	47,0	28,4	-18,6	-39,57
Цукерки варені	тис. т	29,3	к / с	-	-
Карамелі, тофі (ірис) та солодощі аналогічні	тис. т	77,6	к / с	-	-
Морозиво та лід харчовий інший (включаючи шербет, льодяники; крім сумішей і основ для приготування морозива)	млн. л	157	142	-15	-9,55
Молоко та вершки згущені підсолоджені	тис. т	35,7	37,8	2,1	5,88
Йогурт рідкий та сквашене молоко ароматизовані (молоко і вершки коагульовані, йогурт, кефір, сметана та інші ферментовані продукти, ароматизовані або з додаванням фруктів, горіхів або какао)	тис. т	136	139	3	2,21

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [30]

Також через зростання вартості інгредієнтів, які потрібні для виготовлення кондитерських виробів – борошно, какао, цукор, молоко, масло, зростає собівартість солодоців і, як наслідок, ціна на реалізацію

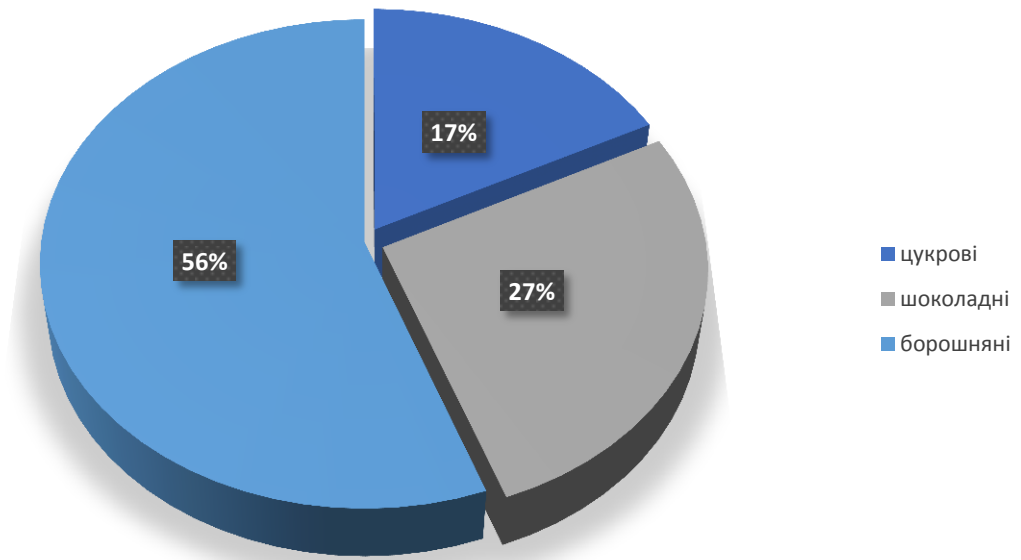


Рис. 2.2. Сегментація ринку кондитерських виробів України за 2020 р.

Джерело: складено автором на підставі аналізу ринку кондитерських виробів в Україні [1]

підвищується. Тож найбільшу частку ринку займають борошняні вироби (печиво, вафлі, хлібобулочні вироби, торти та тістечка), на другому місці – шоколадні вироби та цукрові солодощі (карамельки, іриски, білий шоколад).

Однак деякі кондитерські компанії переорієнтувалися на онлайн-продажі та доставку додому, що допомогло пом'якшити вплив пандемії на їхні продажі. Незважаючи на ці виклики, очікується, що український кондитерський ринок відновиться в найближчі роки в міру стабілізації економіки країни.

У таблицях 2.2, 2.3 і 2.4 зображено дані щодо експорту продукції кондитерської галузі у вартісному виразі з України до країн світу та до країн Азії окремо. Можемо спостерігати зниження тенденції експорту з України в країни Центральної та Східної Європи – какао-порошку, без додання цукру або інших підсолоджувальних речовин. Також спостерігаємо збільшення експорту шоколаду (код товару – 1806) в усі країни, в які здійснювалися експортні поставки.

Таблиця 2.2

**Експорт продукції кондитерської галузі у вартісному виразі з України
до країн Центральної та Східної Європи**

Код товару	Позначення товару	Експорт України до країн Центральної та Східної Європи (ЦСЄ)				
		2017	2018	2019	2020	2021
1801	Какао-боби, цілі або подрібнені, сирі або смажені	0	0	57	0	0
1805	Какао-порошок, без додання цукру або інших підсолоджувальних речовин	103	139	105	116	59
1804	Какао-масло, жир та олія	0	1	0	24	147
1803	Какао терте, знежирене або незнежирене	0	1	17	37	1041
1806	Шоколад та інші харчові продукти, що містять какао	27 824	40 745	46 059	54 155	59 266

Джерело: створено автором з використанням бази даних Trade Map [60]

Таблиця 2.3

Експорт продукції кондитерської галузі у вартісному виразі з України до країн світу

Код товару	Позначення товару	Експорт України до країн світу				
		2017	2018	2019	2020	2021
1801	Какао-боби, цілі або подрібнені, сирі або смажені	1	4	57	0	2
1805	Какао-порошок, без додання цукру або інших підсолоджувальних речовин	387	640	528	1063	1898
1804	Какао-масло, жир та олія	10	8	17	361	518
1803	Какао терте, знежирене або незнежирене	31356	32040	34380	41586	35569
1806	Шоколад та інші харчові продукти, що містять какао	152 050	171 369	169 605	158 368	184 483

Джерело: створено автором з використанням бази даних Trade Map [60]

Бачимо, що вартість експортованого шоколаду та інших харчових продуктів, що містять какао, в 2021 році значно зросла в порівнянні з попередніми роками.

Для України 2022 рік став надскладним, повномасштабне вторгнення спричинило руйнування, падіння економіки, викликало наростання кризи та дефіциту товарів. Загалом відбулися зміни в усіх промислових галузях, а у світі стало відчутно, наскільки значущою є Україна як країна-експортер.

Таблиця 2.4

Експорт продукції кондитерської галузі з України

Код товару	Позначення товару	Експорт України до країн Азії				
		вартість у 2017 році	вартість у 2018 році	вартість у 2019 році	вартість у 2020 році	вартість у 2021 році
1803	Какао терте, знежирене або незнежирене	31	0	0	0	0
1801	Какао-боби, цілі або подрібнені, сирі або смажені	1	4	0	0	2
1804	Какао-масло, жир та олія	6	5	5	91	336
1805	Какао-порошок, без додання цукру або інших підсолоджувальних речовин	70	114	151	315	975
1806	Шоколад та інші харчові продукти, що містять какао	78 698	73 219	73 943	59 079	79 662

Джерело: створено автором з використанням бази даних Trade Map [60]

Частина виробників кондитерських виробів намагаються знайти та прийняти успішні рішення для утримання, розвитку бізнесу та підвищення обсягів продажу. Зокрема, підприємства збільшують обсяги виробництва снєків, сухого печива, поживних батончиків для потреб населення та й армії. Частину продукції передають як гуманітарну допомогу, а частину на фронт.

На жаль, зниження купівельної спроможності населення необхідно враховувати, що й беруть до уваги виробники кондитерських виробів, тому вони намагаються збільшити кількість продукції середньої та низької цінової категорії.

Підприємства, які використовували у своєму виробництві сухофрукти та горіхи, зіткнулися зі зростанням цін на сировину, через ускладнення з логістичними сполученнями імпортувати сировину стало складніше та й небезпечніше, тож підприємці шукають нових виробників цих продуктів, але тепер на території України.

Починаючи з 2014 року, компанія «Лукас» зайняла принципову позицію, підтримуючи Україну, і відмовилася від використання російського газу, переходячи на альтернативні джерела енергії. Цей крок супроводжувався ребрендингом торгової марки та створенням нового тренду

під назвою «Ми з України!». Асортимент їх продукції був прикрашений синьо-жовтими кольорами, а також випущено патріотичні цукерки з назвою «Лукасія», що містили фрази-обереги, серію пряників під назвою «Віримо в Україну», а також тортики з назвами «Байрактар» та «Джавелін». Крім того, одна з найпопулярніших цукерок компанії «Лукас», раніше відома як Sharzan, змінила свою назву на герб України. Цей тренд активно поширюється серед багатьох інших українських виробників солодошів, які також використовують українську символіку [41].

Цукерки в блакитно-жовтих обгортках, нові види кондитерської продукції – цукерки «Стефанія» (Фабрика «Конті»), печиво Стефанія (Кондитерська фабрика «Східні ласощі», Калуш), «Слава» Україні» (Волинські солодоші), Все буде Україна – Гощанського заводу продтоварів (бренд «Пригощайся»).

Всесвітня увага, що сконцентрована на Україні, стає потужною рекламною можливістю для експортної кондитерської продукції. Приватні кондитерські фірми теж активно впроваджують цей тренд, використовуючи патріотичну символіку в назві своєї продукції, додаючи кольорові рішення до упаковки або використовуючи символіку в дизайні самого продукту (прикраса виробів стилізованими елементами, нанесення малюнків, оформлення етикеток у стилі військової тематики та ін.).

Інтернет-магазини пропонують широкий асортимент шоколадних форм у вигляді карти та герба України, із зображеннями козаків, бренду «Корабель» та інші вафельні заготовки у кольорах прапора України на різну українську тематику.

З огляду на ці факти, можна прогнозувати, що інтерес до української кондитерської продукції продовжуватиме зростати як в Україні, так і за кордоном. Очікується, що ця тенденція збережеться в найближчі кілька років. Однак, за даними Національного банку України, понад 5 мільйонів людей не повернуться в Україну з країн ЄС у найближчі 2 роки, але прогнозу щодо зменшення споживання кондитерських виробів немає. У якості

стратегії підтримки кондитерського бізнесу найбільш ефективними будуть модернізація виробництва, спрямована на зниження сировинних і енергетичних витрат, впровадження нових рецептур, скорочення логістичних витрат як при постачанні сировини, так і при відвантаженні готової продукції в точки [41].

Повномасштабне вторгнення в Україну, серйозно вплинуло на кондитерську галузь країни. Люди отримали безліч проблем, починаючи з перебоїв в ланцюгах поставки, труднощами в отриманні сировини та труднощами в доступі до ринків через пошкодження інфраструктури, спричинені вторгненням, закінчуючи руйнацією будівель та складів з товарами та сировиною.

Таблиця 2.5

**Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності
у січні-червні 2022 року**

	Код за КВЕД- 2010	Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) без ПДВ та акцизу		З нього обсяг продукції, реалізованої за межі країни	
		млн. грн.	у % до загаль- ного обсягу реалізованої промислової продукції	млн. грн.	у % до обсягу реалізованої промислової продукції за видом діяльності
Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошня- них кондитерських ви- робів, тортів і тістечок нетривалого зберігання	10.71	9903,9	0,7	246,2	2,5
Виробництво сухарів і сухого печива; виробни- цтво борошняних кон- дитерських виробів, тор- тів і тістечок тривалого зберігання	10.72	6012,6	0,4	989,8	16,5
Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів	10.82	6800,0	0,5	1271,6	18,7

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [30]

Виробничі потужності та склади багатьох компаній були пошкоджені або зруйновані, що призвело до зменшення обсягів виробництва та доступності кондитерських виробів. На галузь також впливає зниження наявного доходу споживачів, оскільки люди ведуть боротьбу з втратою роботи та економічними труднощами, спричиненими вторгненням. Керівництво різних компаній зіткнулося ще з однією проблемою – пошук нових постачальників і дистриб'юторів, а також переміщення виробничих потужностей.

Крім того, вторгнення призвело до переміщення людей, що також вплинуло на галузь, оскільки ринок збуту скоротився. Галузь також зіткнулася з різними труднощами в отриманні необхідних дозволів і ліцензій, а також зі збільшенням податків і тарифів. Загалом, повномасштабне вторгнення в Україну серйозно вплинуло на кондитерську галузь, тому знадобиться багато часу для її відновлення. Зважаючи на все вище наведене, кондитерська галузь України, очевидно, за часи коронавірусу та війни змінилася, але при цьому залишається конкурентною та швидко розвивається.

2.2. Загальна характеристика діяльності підприємства

Приватне акціонерне товариство недержавної форми власності «Монделіс Україна» входить до складу Mondelez International, займає позиції серед найбільших у світі виробників кондитерської галузі та серед інвесторів у харчову галузь України, відомий споживачам завдяки популярним снекам та солодощам: «TUC», круасанів «7DAYS», «Oreo» (відоме завдяки рекламі печива), «Milka», «Toblerone», медведиків «Barni».

Компанія виробляє та реалізовує шоколадну продукцію, печиво, цукерки, чіпси «ЛЮКС» а також жувальні гумки «DIROL». Також на фабриці здійснюється фасування кави Jacobs та Carte Noire.



Корона



ЛЮКС



Oreo



DIROL



Барні



Milka

Рис. 2.3. Популярна продукція ПрАТ «Монделіс Україна»

Джерело: офіційний сайт ПрАТ «Монделіс Україна»

Компанії на території України підпорядковуються Тростянецька шоколадна фабрика та дочірнє підприємство – ТОВ «Чіпси Люкс». Місце розташування виробничих потужностей ПрАТ «Монделіс Україна» – місто Тростянець Сумської області та село Старі Петрівці поблизу Києва.

Згідно зі статутом Приватного акціонерного Товариства «Монделіс Україна» (нова редакція 2019 р.), органами товариства виступають загальні збори акціонерів та генеральний директор.

Генеральний директор – Андрій Вікторович Самусієнко, директор Тростянецької шоколадної фабрики – Ігнатов Євген В'ячеславович, директор Київської філії ПрАТ «Монделіс Україна» – Журавльова Наталія Анатоліївна (дата призначення – 06.02.2019 року). Андрій Самусієнко є першою посадовою особою товариства та несе відповідальність за всю діяльність підприємства. Генеральний директор має право без довіреності діяти від імені товариства. Його права та обов'язки визначаються законодавством України, статутом та положенням про генерального директора товариства, а

також контрактом. Загальні збори акціонерів – вищий орган, який може вирішувати будь-які питання діяльності товариства.

Детальна організаційна структура компанії станом на 31.12.2021 року наведена в додатку А.

Зважаючи на схематично зображену організаційну структуру, було зроблено висновок, що на підприємстві присутня децентралізована система управління. Здебільшого структурні підрозділи не пов'язані між собою, що дозволяє зробити припущення про наявність у них компетенції приймати рішення самостійно.

Децентралізація полягає у передачі або делегуванні повноважень та прав на нижчі рівні управлінської ієрархії, що ми і спостерігаємо на схемі організаційної структури. Тобто в кожному існуючому відділі керівники приймають певні рішення, на які в них вистачає повноважень без обговорення з директором. Безумовно вони звітують перед директором філії, але кожного разу не бігають до нього за дозволом чи узгодженням для прийняття рішення. Такий підхід дозволяє оперативно вирішувати проблеми, об'єктивно приймати рішення та скорочує кількість інформаційних потоків.

У ПрАТ «Монделіс Україна» сформована лінійно-функціональна структура управління, де чітко розподілено функції працівників. Вона складається з багатьох відділів, філій та виробничих секцій. Кожна з них призначена для вироблення, обробки чи збуту продукції, яка повинна відповідати високому рівню якості. Структура управління відіграє важливу роль на підприємстві, створюючи підґрунтя для забезпечення успішного розвитку в майбутньому.

До 25.11.2021 єдиним акціонером ПрАТ «Монделіс Україна» була компанія Kraft Foods Entity Holdings B.V. З 26.11.2021 єдиним акціонером ПрАТ «Монделіс Україна» є Mondelez Nederland Services B.V.

У 2021 році в ПрАТ «Монделіс Україна» працювало 874 співробітники, 48% з яких становили жінки (417 осіб). Серед середнього та вищого менеджменту компанії станом на 2021 рік частка жінок складала 62%.

Станом на 31 грудня 2021 рік єдиним акціонером є Mondelez Nederland Services B.V. з місцем реєстрації – Нідерланди, Mondelez International Inc – кінцева материнська компанія.

ПрАТ «Монделіс Україна» – юридична особа, окремий платник всіх податків має код ЄДРПОУ 00382220, розміщення: Сумська обл., м. Тростянець, вул. Набережна 28-А.

На рисунку 2.4 можна побачити, як виглядала фабрика до 2022 року.



Рис. 2.4. Тростянецька кондитерська фабрика

Історія Тростянецької шоколадної фабрики бере початок ще в 1970 році, коли було розпочато будівництво першої в Сумській області спеціалізованої фабрики з виробництва шоколадних цукерок. Тростянецька фабрика була введена в експлуатацію в 1974 році та почала випускати шоколадну продукцію. ПрАТ «Монделіс Україна» була заснована в Україні 6 лютого 1995 року та до 2014-го називалася «Крафт Фудз Україна». У 1995 році було запущено торгову марку «Корона» та отримано сертифікат якості ISO 9002.

Створена компанія шляхом реорганізації ДП Шоколадна фабрика «Україна» на ВАТ «Крафт Якобз Сушард Україна» в 2000 році змінила назву на ВАТ «Крафт Фудз Україна», у 2001 році було змінено організаційно-

правову форму на акціонерне товариство. Згодом у 2011 році змінено на публічне акціонерне товариство, а у 2013 році – «Монделіс Україна». У 2014 році була проведена реорганізація шляхом виділу частини майна новоствореній ПрАТ «Якобз Україна» та змінюють організаційно-правову форму на приватне акціонерне товариство.

З 2005 року, окрім виробництва шоколадних виробів, на фабриці діяв цех із фасування кави JACOBS, а в 2011 році на території фабрики був збудований та розпочав роботу цех із виробництва печива. Фабрика є найпотужнішою в Україні та має повний цикл переробки какао бобів.

У компанії впровадженні вимоги міжнародних стандартів якості ISO 9001, 14001, OHSAS 18001, FDA, корпоративного стандарту QSMC. Система управління якості сертифікована на відповідність до міжнародного стандарту FSSC 22000. Продукція бісквітного виробництва сертифікована відповідно до вимог Halal та Kosher.

Основною діяльністю компанії – виробництво та реалізація кондитерських виробів, печива та солоних закусок. Компанія здійснює дистрибуцію як власних продуктів, так і продуктів, вироблених іншими компаніями глобальної Mondelez International, на ринку України, також експортує деякі продукти, вироблені як в Україні, так і за кордоном.

Товариство створене з метою здійснення підприємницької діяльності для одержання прибутку в інтересах акціонерів Товариства, задоволення потреб споживачів у продукції, що закуповується, виготовляється та розповсюджується, максимізації добробуту акціонерів у вигляді зростання ринкової вартості акцій, а також отримання акціонерами дивідендів.

Предметом діяльності компанії є:

- виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів;
- виробництво сухарів і сухого печива, виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів та тістечок тривалого зберігання;
- виробництво чаю та кави;
- оптова торгівля цукром, шоколадом та кондитерськими виробами;

- оптова торгівля кавою, чаєм, какао та прянощами;
- оптова торгівля іншими продуктами харчування, в тому числі, рибою, ракоподібними і молюсками;
- купівля, переробка та використання какао-бобів;
- виробництво, продаж, реалізація та збут шоколаду, какао, борошняних кондитерських виробів та іншої кондитерської продукції, включаючи жувальну гумку, розробка рецептур нової продукції та інші види діяльності, пов'язані з наведеними вище;
- виробництво та реалізація кондитерських напівфабрикатів та ін. [48].

Місія компанії, яка представлена на офіційному сайті, – щоденна праця для створення широкого асортименту правильних снєків, які в майбутньому будуть зроблені як слід та споживачі їстимуть в потрібний час. Покупці самі обирають, що та коли їм потрібно. Більше задоволення від продукту ми отримуємо, коли він приготований з високоякісних компонентів та без шкоди планеті.

Компанія планує стратегічний розвиток за двома напрямками:

- внутрішній, який полягає у постійному покращенні показників ефективності виробництва шляхом побудови самодостатніх команд співробітників на виробництві через вдосконалення навичок та за рахунок розвитку внутрішнього потенціалу;
- зовнішній, який полягає у співпраці з постачальниками сировини та пакування з питань впровадження міжнародних стандартів якості на їх виробництві.

Діяльність компанії в Україні здійснюється відповідно до видів економічної діяльності (рис. 2.5).

Товариство має право самостійно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність у будь якій сфері, пов'язаній з предметом його діяльності. При здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, користується повним обсягом прав суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності відповідно до чинного законодавства України.

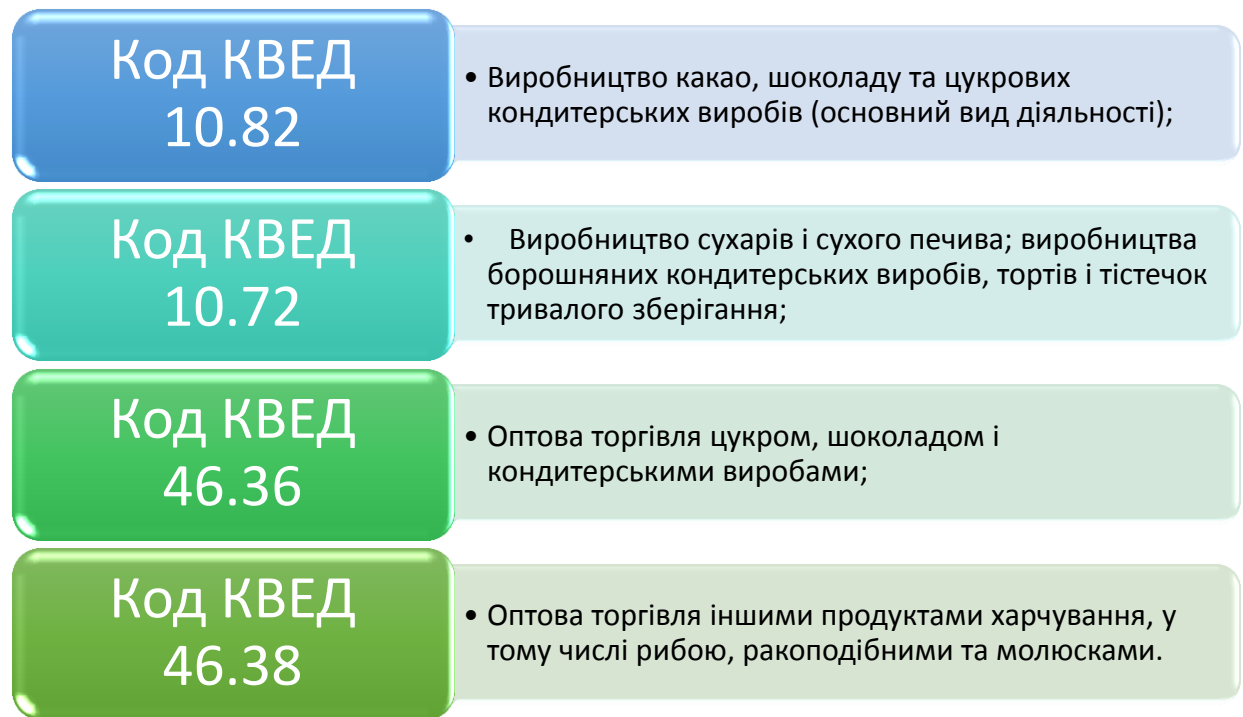


Рис. 2.5. Економічна діяльність «ПрАТ Монделіс» в Україні

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [53]

З січня 2014 року започатковано та введено в провадження культура Інтегрованого Бережливого виробництва «6 Сигм», тобто культура співробітників, яка звучить наступним чином: «думати, планувати та діяти як власники обладнання та робочих процесів». Нова концепція ґрунтується на ліквідації всіх видів втрат та дефектів, передбачає залученість до процесів оптимізації кожного співробітника компанії. Саме через екологічні проблеми в світі, компанія поставила для себе одне із головних завдань – піклуватися про добробут планети та її жителів, зменшуючи екологічний слід від своєї діяльності.

Сировинна база та джерела постачання для шоколаду, в складі якого міститься какао, масло какао, цукор, ванілін та лецитин, зображено на рисунку 2.6.

Оскільки фабрика має повний цикл виробництва шоколаду, через що проходить довгий процес до його виготовлення, компанія отримує значну перевагу серед своїх конкурентів. Це дозволяє їм контролювати весь процес

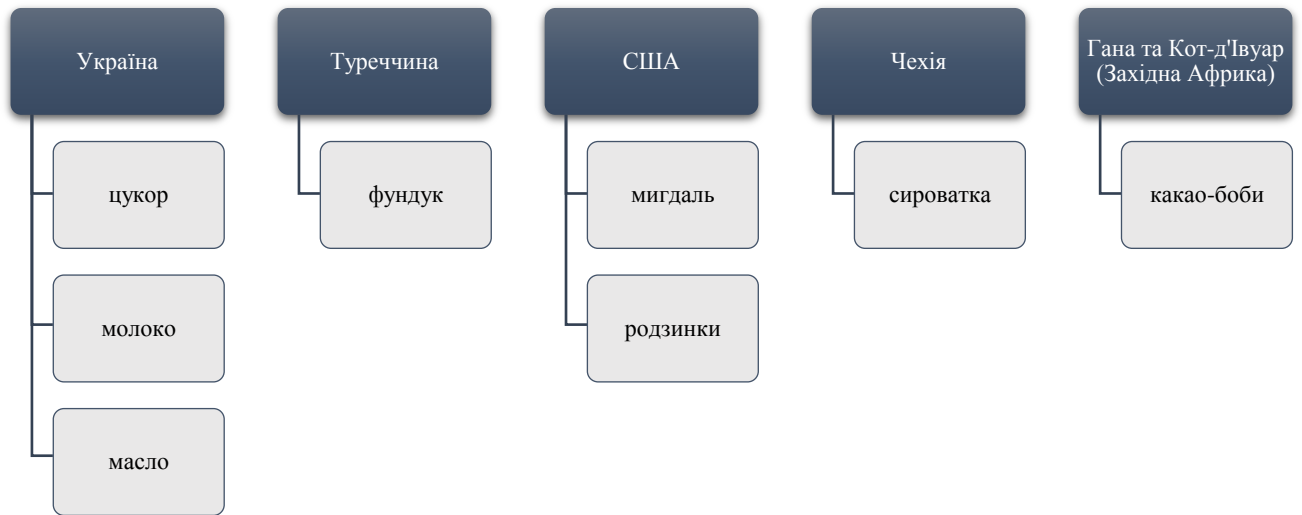


Рис. 2.6. Країни постачання сировини для шоколаду

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [53]

створення продукції, а відповідно і її якість, що багато значить в конкурентному середовищі.

Виробництво шоколаду починають з закупівлі какао бобів. Для виготовлення 100 г плитки шоколаду потрібно 60-64 какао бобів, що приблизно дорівнює 2 плодам какао дерева. Але шоколадні дерева виростити не легко, адже вони люблять тінь. Деревя живуть під відкритим сонцем 20-30 років, а в тіні до 100 років. При цьому менше 5% квітів какао дерева перетворюються в какао боби, а зростання та дозрівання плодів займає 5-6 місяців. Далі плоди збирають і вони проходять процес ферментації – 5 днів лежать під банановим листям. За цей час розвивається і стабілізується аромат, знижуються кислотність та гіркота.

Висока якість продукції досягається завдяки внутрішньо корпоративним стандартам Mondelez International, які розробляються та запроваджуються у відповідності зі стратегією розвитку компанії і базуються на чинному законодавстві та потребах сучасних користувачів. Досягнення поставлених завдань також базується на залучених інвестиційних ресурсах з різних джерел.

Основні конкуренти на ринку України – Roshen, Ferrero, Millennium,

Konti, Nestle, Pepsi та Mars. При цьому необхідно зважати, що в кондитерській галузі України керівні позиції утримують декілька найбільших виробників галузі. Серед них, окрім «Монделіс», є «Roshen», «АВК», «Конті», «Nestle», «Житомирські ласощі», «Світ ласощів», «Бісквіт-шоколад», «Полтава кондитер» та інші.

«Монделіс Україна» має високий рівень дистрибуції в усіх сегментах пакованих кондитерських виробів та каналах сучасної та традиційної торгівлі за рахунок розгалуженої мережі дистриб'юторів та співпраці з найбільшими мережами.

2.3. Особливості управління результатами діяльності компанії

ПрАТ «Монделіс Україна» піклується про своїх співробітників. В компанії працює дуже багато кваліфікованих співробітників, які мають достатньо досвіду та можуть замістити новостворену вакансію (заміщення власним внутрішнім резервом). Вони ніколи не йдуть на компроміс з якістю та кваліфікацією працівника – довше шукають людей, але знаходять таких, які будуть підходити саме їм і якій підходить по духу компанія «Монделіс».

Кожен працівник з робочого місця може пройти будь-який курс, який вважає за потрібним при чому не лише в своїй галузі а й в суміжній функції. Що допомагає розвивати працівників та надавати можливість рухатися і по вертикалі і по горизонталі. Тому, станом на 2020 рік, ротація на підприємстві становила менше 10%, адже керівники компанії розуміють люди – це цінність.

Персонал та виробництво найважливіші складові, завдяки яким компанія отримує прибуток. У кожного працівника, керівника та підрозділу є свої завдання, мета та цілі. Спільні цілі об'єднують працівників та спрямовують на спільну працю, задля досягнення вищої цілі підприємства. Найголовніше – трудова активність колективу та кожного працівника окремо, тому стимулювання працівників та підвищення їх кваліфікації

приведе до підвищення продуктивності праці, що в свою чергу дозволить збільшити обсяги виробництва та створити нові засади для розширення підприємства. Прогрес у роботі працівників дозволяє переглянути план розвитку та функціонування організації, а також оцінити ефективність управлінських рішень.

Саме завдяки своїм співробітникам, компанія оперує на висококонкурентному ринку снєків в категоріях кондитерських виробів, печива, чіпсів, жувальної гумки та льодяників. В діяльності компанія використовує дані щодо ринків кондитерських виробів та печива. Ринок пакованого печива в Україні стрімко зростає протягом останніх років та становив більше 6 млрд. грн.

Ринок печива, на якому оперує компанія, складається з сегментів солодкого печива, солоних крекерів та бісквітних тістечок.

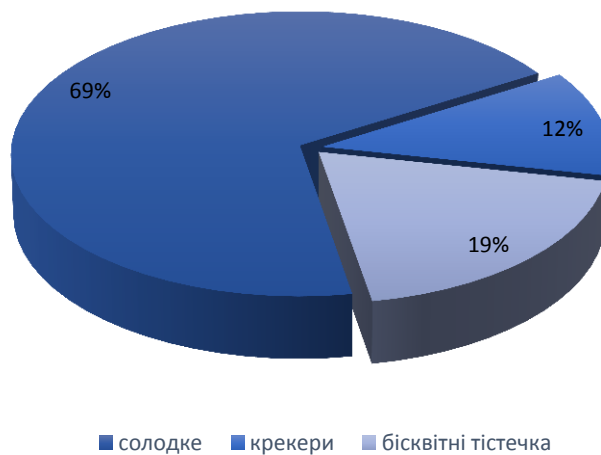
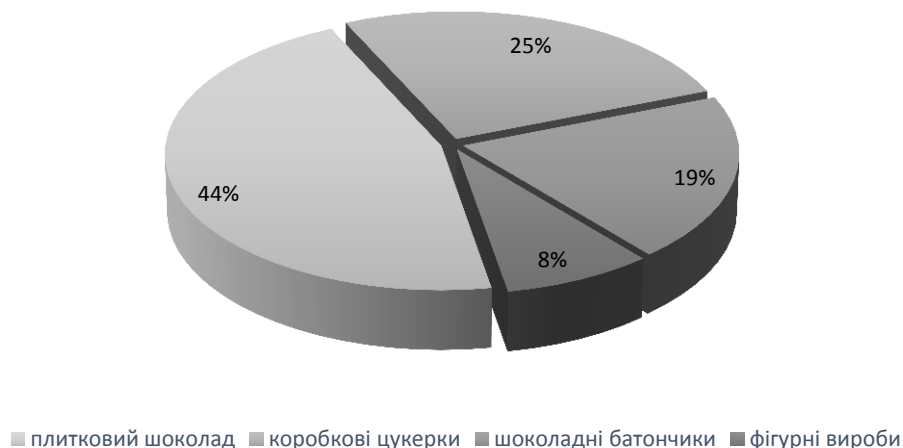


Рис. 2.7. Сегменти ринку печива ПрАТ «Монделіс Україна» за 2021 рік

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [53]

Сегменти ринку печива розподіляються у пропорції: 69% – солодке, 12% – крекери, 19% – бісквітні тістечка. При цьому доля «Монделіс» в кожному сегменті відрізняється та сумарно кумулятивно складає за 2021 рік 26,1%.

Ринок пакованих шоколадних виробів, на якому оперує компанія, складається з сегментів плиткового шоколаду, коробкових цукерок, шоколадних батончиків та фігурні вироби.



**Рис. 2.8. Сегменти ринку пакованих шоколадних виробів
ПрАТ «Монделіс Україна» за 2021 рік**

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [53]

Ринок розподіляється у пропорції: 44% – плитка, 25% – батончики, 19% – коробки, 8% – фігурні вироби. Дані по ринках жувальної гумки та льодяників в компанії відсутні.

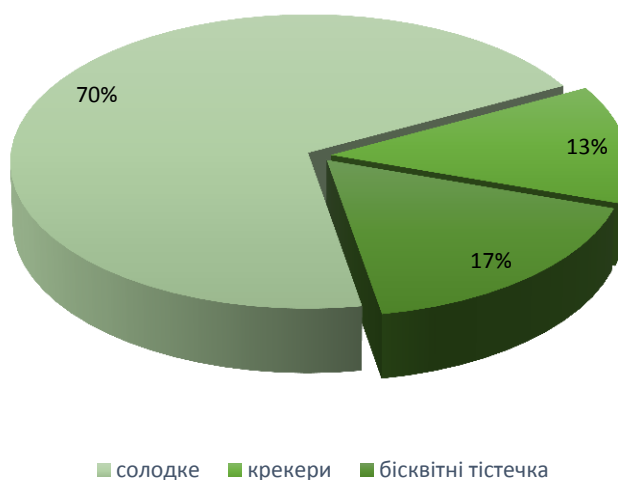


Рис. 2.9. Сегменти ринку печива ПрАТ «Монделіс Україна» за 2020 рік

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [53]

Сегменти ринку печива за 2020 рік розподіляються у пропорції: 70% – солодке, 13% – крекери, 17% – бісквітні тістечка. При цьому частка «Монделіс» в кожному сегменті відрізняється та сумарно складає 26,5% за 2020 рік.

Згідно з даними за 2020 рік, на підприємстві залишалися запаси готової продукції в розмірі 123 658 грн., товари на суму 114 402 грн., незавершене виробництво – 31 052 грн. та сировина і матеріали – 239 006 грн.

Розглянемо, як змінилися показники підприємства в 2021 році в порівнянні з 2020 роком, адже пам'ятаємо про пандемію, що розпочалася в 2019 році та спричинила скорочення робочих місць, заробітних плат та в цілому створила складні умови для економіки світу.

Основні показники діяльності ПрАТ «Монделіс Україна» наведено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

**Основні показники діяльності ПрАТ «Монделіс Україна»
за 2019-2021 рр.**

Показники	Одиниці виміру	Роки			Абсолютне відхилення, тис. грн.		Відносне відхилення, %	
		2019	2020	2021	2020/ 2019	2021/ 2020	2020/ 2019	2021/ 2020
1. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	6 045 836	7 229 422	8 506 944	1183586	1277522	19,58	17,67
2. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	(4 879 849)	(5 946 816)	(7 292 108)	-1066967	-1345292	21,86	22,62
3. Адміністративні витрати	тис. грн.	(262 153)	(248 320)	(275 893)	13833	-27573	-5,28	11,10
4. Витрати на збут	тис. грн.	(347 498)	(289 606)	(448 239)	57892	-158633	-16,66	54,78
5. Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції	тис. грн.	5 489 500	6 484 742	8 016 240	-995242	-1531498	18,13	23,62
6. Фінансовий результат від операційної діяльності (прибуток, збиток)	тис. грн.	660 512	639 319	537 801	-21193	-101518	-3,21	-15,88
7. Інші операційні доходи	тис. грн.	122 002	38 790	68 495	-83212	29705	-68,21	76,58

Продовж. табл. 2.6

Показники	Одиниці виміру	Роки			Абсолютне відхилення, тис. грн.		Відносне відхилення, %	
		2019	2020	2021	2020/2019	2021/2020	2020/2019	2021/2020
8. Інші операційні витрати	тис. грн.	(17 826)	(144 151)	(21 398)	-126325	122753	708,66	-85,16
9. Прибуток від реалізації продукції	тис. грн.	764 688	533 958	584 898	-230730	50940	-30,17	9,54
10. Чистий фінансовий результат (чистий прибуток, збиток)	тис. грн.	557 543	532 060	433 365	-25483	-98695	-4,57	-18,55
11. Середньорічна вартість активів	тис. грн.	3 535 244,5	3 860 139	4 189 758	324894,5	329619	9,19	8,54
12. Середньорічна вартість власного капіталу	тис. грн.	1 622 688	1 949 944	2 294 718	327256	344774	20,17	17,68
13. Середньорічна вартість основних засобів	тис. грн.	1 532 366,5	1 583 193	1 680 798,5	50826,5	97605,5	3,32	6,17
14. Чисельність промислово-виробничого персоналу (ПВП)	осіб	850	868	855	18	-13	2,12	-1,50
15. Витрати на 1 грн. чистого доходу від реалізації	коп.	90,80	89,70	94,23	1,10	-4,53	-1,21	5,05
16. Фондовіддача	грн./грн.	3,95	4,57	5,06	0,62	0,49	15,74	10,84
17. Продуктивність праці ПВП	грн./ос.	7 112,75	8 328,83	9 949,64	1216,08	1620,81	17,10	19,46
18. Рентабельність продукції	%	13,93	7,04	5,59	5,70	0,94	x	x
19. Рентабельність діяльності (продажів)	%	9,22	7,36	5,09	-1,86	-2,27	x	x
20. Рентабельність активів	%	15,77	13,78	10,34	-1,99	-3,44	x	x
21. Рентабельність власного капіталу	%	34,36	27,29	18,89	-7,07	-8,40	x	x

Джерело: розраховано автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Порівнюючи результати діяльності підприємства за 2019-2021 рр., можемо сказати, що повні витрати на виробництво і реалізацію продукції зросли на 1 531 498 тис. грн. або на 23,62 %, витрати на 1 грн. чистого доходу від реалізації збільшилися на 4,53 грн. або 5,05%. Чистий фінансовий

результат зменшився на 98 695 тис. грн. або 18,55%. Також бачимо зростання продуктивності праці (на 19,46%) та фондівдачі (на 10,84%). Рентабельність діяльності знизилася на 2,27%, також інші показники рентабельності, обчислені та представлені в таблиці 2.6, знизилися.

Зростання показників чистого доходу на 17,67% обумовлене збільшенням обсягів реалізованої продукції за відповідний період як в Україні так і на експорт. Збільшення собівартості реалізованої продукції відбулося внаслідок впливу чинників: збільшення обсягів виробництва та продажів, підвищення закупівельних цін на сировину, енергоносії та збільшенням витрат на оплату праці. Збільшення величини адміністративних і збутових витрат обумовлені плановим підвищенням заробітної плати працівників компанії та зростанням витрат на комунальні послуги.

Використання фінансового аналізу здійснюється для оцінки фінансового стану компанії за допомогою показників, відомих як ключові показники ефективності. Вони використовуються в компаніях для оцінки та покращення ефективності. Розглянемо, на основі чого сформовано чистий дохід від реалізації продукції та інші фінансові показники.

Таблиця 2.7

Фінансові показники ПрАТ «Монделіс Україна» за 2019-2021 рр., тис. грн.

Показники	2019	2020	2021
Чистий дохід від реалізації продукції:			
- кондитерські вироби	2 573 142	3 432 832	4 582 432
- печиво	1 585 020	1 739 221	1 951 448
- какао-продукція	890 076	779 100	909 924
- солоні закуски	827 023	1 130 662	877 924
- жувальна гумка	170 575	147 607	185 216
Реалізація продукції на експорт	3 022 734	3 929 778	4 587 530
Реалізація продукції на внутрішньому ринку	3 023 102	3 299 644	3 919 414
Всього доходу	6 045 836	7 229 422	8 506 944
Собівартість реалізованої продукції	-4 879 849	-5 946 816	-7 292 108
Інші операційні доходи	122 002	38 790	68 495
Загальні та адміністративні витрати	-262 153	-248 320	-275 893
Витрати на збут	-347 498	-289 606	-448 239
Інші операційні витрати	-17 826	-144 151	-21 398
Фінансовий результат від операційної діяльності	660 512	639 319	537 801

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Звернемо увагу, що найбільше чистого доходу від реалізації продукції компанія отримує від продажу кондитерських виробів та з кожним роком показник зростає, що говорить про наявність на ринку попиту на даний товар. Також видно, що в 2021 році реалізація продукції на експорт становить 4 587 530 тис. грн., що на 668 116 тис. грн. більше, ніж обсяг реалізації на внутрішньому ринку. За даними фінансової звітності, найбільше продукції реалізовано в Швейцарію (1 998 955 тис. грн.), що свідчить про високий рівень управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Інші операційні доходи, на жаль, зменшилися майже вдвічі в порівнянні з 2019 роком. При цьому зросла собівартість продукції та витрати на збут, тому розглянемо, які витрати містить у собі собівартість та їх відсоткове значення в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Інформація про собівартість реалізованої продукції

№ з/п	Склад витрат	Відсоток від загальної собівартості реалізованої продукції
1	Вартість сировини	76
2	Вартість пакування	12
3	Витрати на оплату праці з нарахуваннями	4
4	Витрати на енергоресурси	2
5	Інші витрати, включаючи амортизацію	6

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Найбільше витрат йде на закупівлю сировини, що становить 76% від усієї собівартості. Вартість пакування складає 12% та є чудовим рекламним засобом, адже виділяється своєю яскравістю і дизайном серед різноманітних товарів на полицях супермаркетів. Витрати на заробітну плату і нарахування до фондів соціального страхування в 2021 році становили 345 375 тис. грн., 4% від собівартості реалізованої продукції. Також компанія витратила 125 735 тис. грн. на електроенергію та газ у 2021 році, а з 01.01.2022 року тарифи на передачу електроенергії, газ та водопостачання зросли.

Станом на 31 грудня 2021 року заборгованість за банківськими кредитами була відсутня, проте компанія мала передбачені за договорами зобов'язання з капітальних витрат у сумі 50 533 тисяч гривень.

У таблиці 2.9 наведено зміни, які відбувалися в балансовій вартості основних засобів за 2019-2021 рр.

Таблиця 2.9

Основні засоби та незавершені капітальні інвестиції

У тис. грн.	Будівлі та споруди	Виробниче та інше обладнання	Інші основні засоби	Активи у формі права користування	Незавершене будівництво	Всього
Первісна вартість						
Станом на 31 грудня 2019 року	297 913	1 656 772	72 412	80 725	133 530	2 241 352
Придбання	5 979	99 249	3 500	53 635	140 771	303 134
Знецінення	-	(8 961)	(346)	-	-	(9 307)
Вибуття	-	(4 103)	(497)	(3 570)	-	(8 170)
Станом на 31 грудня 2020 року	303 892	1 742 957	75 069	130 790	274 301	2 527 009
Придбання	66 235	248 104	16 113	7 538	(179 189)	158 801
Знецінення	-	-	-	-	-	-
Вибуття	-	(14 317)	(2 617)	(20 161)	-	(37 095)
Станом на 31 грудня 2021 року	370 127	1 976 744	88 565	118 167	95 112	2 648 715
Амортизація						
Станом на 31 грудня 2019 року	(72 475)	(389 558)	(43 187)	(24 983)	-	(530 203)
Нараховано за період	(9 207)	(89 132)	(8 972)	(35 249)	-	(142 560)
Знецінення	-	5 845	346	-	-	6 191
Вибуття	-	2 214	417	-	-	2 631
Станом на 31 грудня 2020 року	(81 682)	(470 631)	(51 396)	(60 232)	-	(663 941)
Нараховано за період	(10 548)	(99 453)	(9 950)	(29 000)	-	(148 951)
Знецінення	-	1 305	128	-	-	1 433
Вибуття	-	8 719	1 806	20 161	-	30 686
Станом на 31 грудня 2021 року	(92 230)	(560 060)	(59 412)	(69 071)	-	(780 773)
Чиста балансова вартість						
Станом на 31 грудня 2020 року	222 210	1 272 326	23 673	70 558	274 301	1 863 068
Станом на 31 грудня 2021 року	277 897	1 416 684	29 153	49 096	95 112	1 867 942

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Станом на 31 грудня 2021 року на балансі компанії знаходилося повністю амортизованих основних засобів на суму 140 227 тис. грн. і основних засобів, переданих в операційну оренду, залишкова вартість яких складала 2 325 тис. грн.

Через збільшення обсягів реалізації продукції зріс показник чистого доходу від реалізації продукції.

На жаль, показник рентабельності діяльності на 2021 р. знизився до 5,09%, що свідчить про зниження ефективності діяльності компанії.

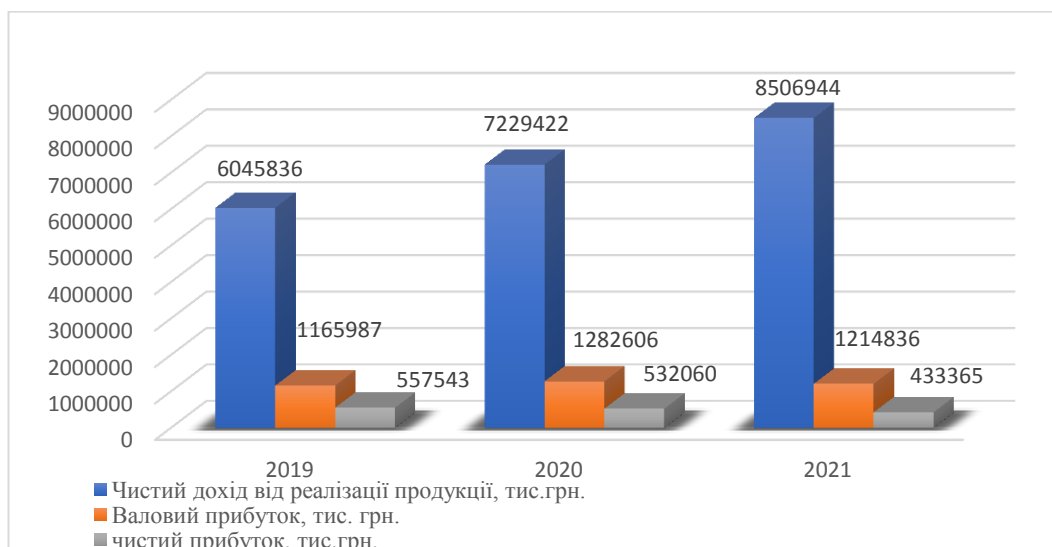


Рис. 2.10. Основні фінансові показники ПрАТ «Монделіс Україна» за 2019-2021 рр.

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Підготована компанією фінансова звітність, створена на основі принципу безперервності діяльності, який передбачає реалізацію активів і погашення зобов'язань в ході поточної операційної діяльності. Керівництво здійснює всі заходи, необхідні для підтримки стабільної діяльності та розвитку компанії.

Проведемо аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства (табл. 2.10) зважаючи на попередні таблиці та дані, а також беремо до уваги додаткові значення фінансових показників з фінансової звітності, представленої в додатках Б та В.

Таблиця 2.10

**Показники фінансового стану ПрАТ «Монделіс Україна»
за 2019-2021 рр.**

Показники	Нормативне значення	Роки		
		2019	2020	2021
Показники ліквідності підприємства				
Коефіцієнт покриття	> 1	0,80	0,95	1,15
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6 - 0,8	0,56	0,68	0,76
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	> 0	0,05	0,13	0,16
Чистий обіговий капітал, тис. грн.	> 0	-356246	-101856	266688
Показники платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства				
Коефіцієнт фінансової автономії (фінансової незалежності)	> 0,5	0,49	0,52	0,57
Коефіцієнт фінансової стабільності (фінансування)	0,6 - 1,5	0,94	1,09	1,34
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	> 0,1	-0,22	-0,07	0,09
Показники ділової активності підприємства				
Коефіцієнт оборотності активів	збільшення	2,03	2,21	2,2
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	збільшення	17,38	15,64	25,71
Строк погашення дебіторської заборгованості	збільшення	21	23	14
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	збільшення	4,24	4,42	5,85
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	збільшення	85	81	62
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	збільшення	13,73	14,23	12,44
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	збільшення	3,47	3,35	3,5
Показники рентабельності підприємства				
Рентабельність діяльності, %	збільшення	9,22	7,36	5,09
Рентабельність активів, %	збільшення	15,77	13,78	10,34
Рентабельність власного капіталу, %	збільшення	34,36	27,29	18,89
Рентабельність продукції, %	збільшення	13,93	8,23	7,30

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Чистий обіговий капітал показує нам, що в 2020 році підприємство було нездатне вчасно погасити короткострокові зобов'язання. А в 2021 році ситуація кардинально змінилася – підприємство могло погасити свої короткострокові зобов'язання та мало резерви для розширення діяльності.

Станом на 31 грудня 2021 року розмір власного капіталу становив 2 433 462 тис. грн., а на 31 грудня 2020 року – 2 155 974 тис. грн. Компанія отримала чистий прибуток в сумі 532 060 тис. грн. за 2020 р. Позитивний

потік грошових коштів від операційної діяльності за 2021 рік склав 398 427 тис. грн., що значно менше, ніж в попередньому звітному періоді (535 246 тис. грн.).

Оцінимо прибутковість та визначимо фінансову ефективність підприємства, для цього потрібно провести аналіз формування прибутку.

Аналіз формування чистого прибутку є важливим інструментом для оцінки фінансової продуктивності та стабільності підприємства.

Чистий прибуток визначається як різниця між доходами підприємства і його витратами, включаючи операційні витрати, фінансові витрати, податки та інші витрати.

Для аналізу формування чистого прибутку можна використовувати різні підходи та показники, у таблиці 2.11 наведено ключові показники та їх зміни за 2019-2021 рр., які варто враховувати при аналізі.

Таблиця 2.11

Формування чистого прибутку підприємства за 2019-2021 рр.

Показник	Роки			Відхилення (+, -)			
	2019	2020	2021	2020/ 2019		2021/ 2020	
	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Дохід від реалізації продукції	7 293 771	9 001 355	10 130 751	1 707 584	23,41	1 129 396	12,55
Податок на додану вартість	375 614	517 426	729 045	141 812	37,75	211 619	40,90
Чистий дохід від реалізації продукції	6 045 836	7 229 422	8 506 944	1 183 586	19,58	1 277 522	17,67
Собівартість реалізованої продукції	(4 879 849)	(5 946 816)	(7 292 108)	1 066 967	21,86	1 345 292	22,62
Валовий прибуток	1 165 987	1 282 606	1 214 836	116 619	10,00	-67 770	-5,28
Інші операційні доходи	122 002	38 790	68 495	-83 212	-68,21	29 705	76,58
Адміністративні витрати	(262 153)	(248 320)	(275 893)	-13 833	-5,28	27 573	11,10
Витрати на збут	(347 498)	(289 606)	(448 239)	-57 892	-16,66	158 633	54,78
Інші операційні витрати	(17 826)	(144 151)	(21 398)	126 325	708,66	-122 753	-85,16
Фінансовий результат від операційної діяльності	660 512	639 319	537 801	-21193	-3,21	-101 518	-15,88
Інші доходи	-	-	-	-	-	-	-
Інші витрати	(17 638)	(5 760)	(8 206)	-11878	-67,34	2 446	42,47
Чистий прибуток (збиток)	557 543	532 060	433 365	-25483	-4,57	-98 695	-18,55

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Отже, протягом 2019-2021 рр. спостерігаємо зростання чистого доходу від реалізації, проте чистий прибуток має тенденцію на зниження. Бачимо, що в 2019 році чистий прибуток становив 557 543 тис. грн., у 2020 р. – 532 060 тис. грн. та у 2021 р. – 433 365 тис. грн., тобто значно знизився. Такі результати обумовлені зростанням витрат на збут, собівартістю товарів та підвищенням адміністративних витрат.

Витрати за цей період зростали, тому зобразимо на рисунках 2.11-2.13 структуру витрат ПрАТ «Монделіс Україна» за 2019-2021 рр.

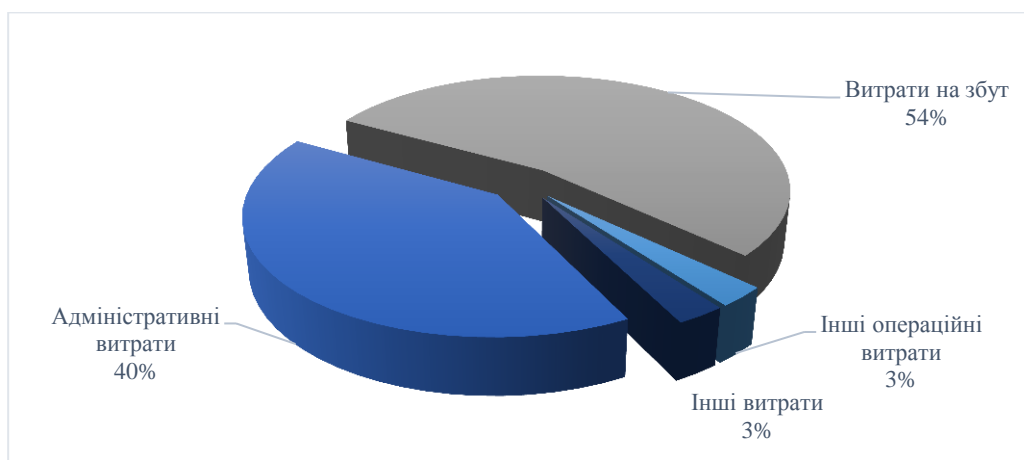


Рис. 2.11. Структура витрат ПрАТ «Монделіс Україна» за 2019 рік

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

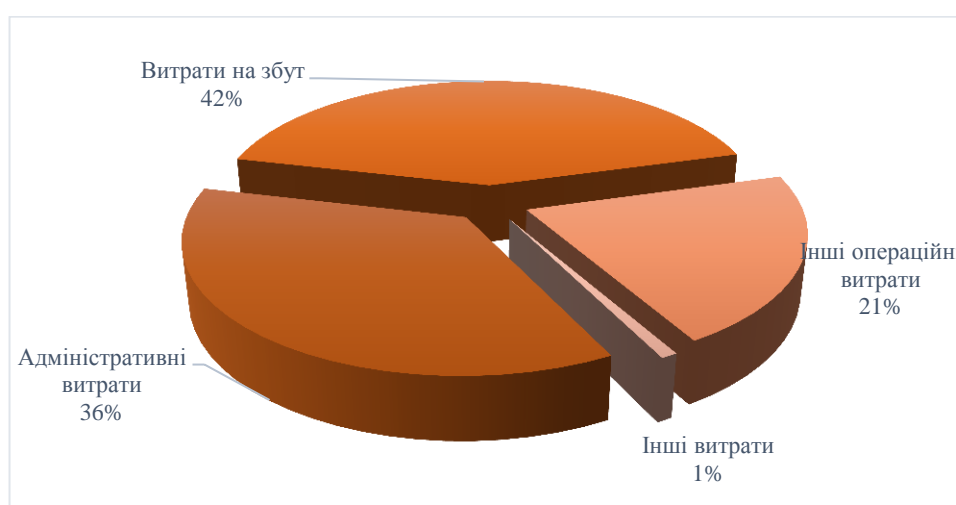


Рис. 2.12. Структура витрат ПрАТ «Монделіс Україна» за 2020 рік

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

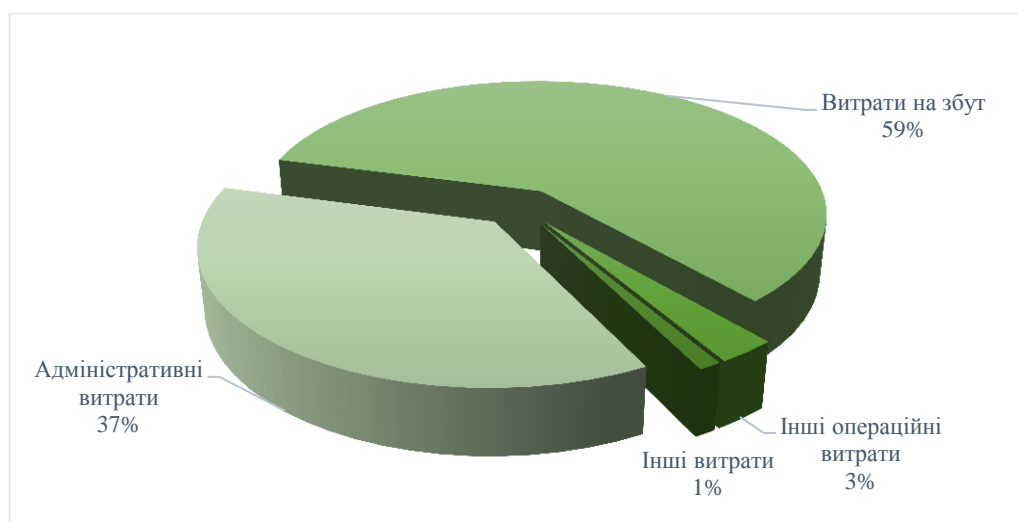


Рис. 2.13. Структура витрат ПрАТ «Монделіс Україна» за 2021 рік

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

У 2020 році витрати на збут, адміністративні та інші витрати зменшилися в порівнянні з 2019 роком, проте зросли інші операційні витрати. Ситуація в 2021 році змінилася, проте знову зросли витрати на збут та адміністративні витрати, однак підприємство знизило інші операційні витрати.

Аналіз формування чистого прибутку може надати цінну інформацію про ефективність управління підприємством та його здатність до збільшення доходів і зниження витрат. Він є одним із ключових компонентів фінансового аналізу та допомагає приймати управлінські рішення для поліпшення фінансової продуктивності підприємства.

Для оцінки фінансової продуктивності та ефективності підприємства важливо провести аналіз показників рентабельності та ділової активності.

Показник дебіторської заборгованості показує, як швидко підприємство отримує платежі від своїх клієнтів за надані товари або послуги. Бачимо, за обчисленим середнім значенням, що показник з кожним роком зростає.

Щодо кредиторської заборгованості, видно коливання в бік зниження, що говорить про здатність підприємства швидше погашати свої зобов'язання

Таблиця 2.12

**Показники ділової активності ПрАТ «Монделіс Україна»
за 2019-2021 рр.**

Показники	2019			2020			2021		
	На початок року	На кінець року	Середнє значення	На початок року	На кінець року	Середнє значення	На початок року	На кінець року	Середнє значення
Виторг від реалізації	5 930 417	6 045 836	5 988 126,5	6 045 836	7 229 422	6 637 629	7 229 422	8 506 944	7 868 183
Середньорічна вартість балансу	3 478 557	3 591 932	3 535 244,5	3 591 932	4 128 346	3 860 139	4 128 346	4 251 170	4 189 758
Середньорічна вартість чистої дебіторської заборгованості	775 778	918 041	846 909,5	918 041	1 028 233	973 137,0	1 028 233	1 053 276	1 040 754,5
Середньорічна вартість кредиторської заборгованості	1 683 843	1 471 835	1 577 839	1 471 835	1 634 496	1 553 165,5	1 634 496	1 454 369	1 544 432,5
Собівартості реалізованої продукції	4 902 956	4 879 849	4 891 402,5	4 879 849	5 946 816	5 413 332,5	5 946 816	7 292 108	6 619 462,0
Середньорічна вартість матеріально-виробничих запасів	466 290	440 236	453 263	440 236	508 118	474 177,0	508 118	683 833	595 975,5
Середньорічна вартість основних засобів	1 487 114	1 577 619	1 532 366,5	1 577 619	1 588 767	1 583 193	1 588 767	1 772 830	1 680 798,5
Середньорічна величина власного капіталу	1 501 462	1 743 914	1 622 688	1 743 914	2 155 974	1 949 944	2 155 974	2 433 462	2 294 718
Чистий прибуток	450 628	557 543	504 085,5	557 543	532 060	544 801,5	532 060	433 365	482 712,5
Середньорічна вартість активів	3 478 557	3 591 932	3 535 244,4	3 591 932	4 128 346	3 860 139	4 128 346	4 251 170	4 189 758

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

перед постачальниками. Це може бути позитивним сигналом про покращення ліквідності підприємства, оскільки менша заборгованість свідчить про здатність вчасно оплачувати свої зобов'язання.

Зростання власного капіталу може свідчити про збільшення фінансової стійкості підприємства. Збільшення власного капіталу може означати більшу власну забезпеченість підприємства і здатність витримувати фінансові труднощі.

Для оцінки фінансової ефективності найчастіше розраховують фінансові коефіцієнти, тому розрахуємо їх та зобразимо в таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

**Відносні показники ділової активності ПрАТ «Монделіс Україна» за
2019-2021 рр.**

Коефіцієнти	2019	2020	2021	Δ 2020- 2019	Δ 2021- 2020	Δ 2021- 2019
К оборотності активів	2,03	2,21	2,20	0,18	-0,01	0,17
К оборотності дебіторської заборгованості	17,38	15,64	25,71	-1,74	10,07	8,33
К оборотності кредиторської заборгованості	4,24	4,42	5,85	0,18	1,43	1,61
Термін оплати дебіторської заборгованості	21	23	14	2	-9	-7
Термін оплати кредиторської заборгованості	85	81	62	-4	-19	-23
К оборотності матеріально-виробничих запасів	11,08	11,70	10,66	0,62	-1,04	-0,42
К оборотності основних засобів	4,62	5,67	5,71	1,05	0,04	1,09
К оборотності власного капіталу	3,47	3,35	3,50	-0,12	0,15	0,03

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Коефіцієнт оборотності активів відображає, як ефективно підприємство використовує свої активи для генерації прибутку. Зниження цього показника може вказувати на проблеми з управлінням активами або недостатню використання потенціалу активів. У 2020 році коефіцієнт оборотності активів зріс на 0,18 в порівнянні з 2019 роком, проте в 2021 році знизився на 0,01.

Зростання коефіцієнту оборотності основних засобів може свідчити про ефективне використання та оптимальне навантаження основних засобів, протягом 2019-2021 рр. цей показник зріс на 1,09.

Коефіцієнт оборотності власного капіталу може свідчити про ефективне використання капіталу та здатність підприємства генерувати прибуток на основі свого внутрішнього фінансування. Зниження цього показника в 2020 році може вказувати на неефективне використання капіталу або низьку рентабельність проєктів, фінансові труднощі або збільшення зобов'язань, що цілком логічно через пандемію та погіршення загального

стану економіки.

Таблиця 2.14

**Зміна коефіцієнтів рентабельності власного капіталу підприємства
і факторних показників у динаміці**

Показники	2019	2020	2021	Відхилення	
				2020/2019	2021/2020
Чиста рентабельність продажів	9	7	5	-2	-2
Ресурсовіддача	0,68	0,77	0,96	0,09	0,19
Коефіцієнт фінансової залежності	2,06	1,91	1,75	-0,15	-0,16
Рентабельність власного капіталу	34,36	27,29	18,89	-7,07	-8,4

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Коефіцієнт фінансової залежності знижується на 0,15 в 2020 році та на 0,16 в 2021 році в порівнянні з попереднім роком, що говорить про зменшення фінансового ризику для підприємства та зменшення залежності від зовнішнього фінансування.

Однак зменшення рентабельності власного капіталу за 2019-2021 рр. може свідчити про зменшення прибутку, який генерується підприємством з вкладеного власного капіталу. Це може бути результатом зниження прибутковості підприємства, збільшення витрат або погіршення умов ринку.

Обчислимо рентабельність від операційної та від звичайної діяльності (табл. 2.15 і 2.16).

Таблиця 2.15

Рентабельність операційної діяльності підприємства

Показники	Роки		
	2019	2020	2021
Фінансові результати від операційної діяльності	660 512	639 319	537 801
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	(4 879 849)	(5 946 816)	(7 292 108)
Адміністративні витрати	(262 153)	(248 320)	(275 893)
Витрати на збут	(347 498)	(289 606)	(448 239)
Інші операційні витрати	(17 826)	(144 151)	(21 398)
Рентабельність від операційної діяльності	11	9	6

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Таблиця 2.16

Рентабельність звичайної діяльності

Показники	Роки		
	2019	2020	2021
Фінансові результати від звичайної діяльності	676 791	651 018	533 076
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	(4 879 849)	(5 946 816)	(7 292 108)
Адміністративні витрати	(262 153)	(248 320)	(275 893)
Витрати на збут	(347 498)	(289 606)	(448 239)
Інші операційні витрати	(17 826)	(144 151)	(21 398)
Фінансові витрати	(20 150)	(13 247)	(10 328)
Втрати від участі в капіталі	(-)	(-)	(-)
Інші витрати	(17 638)	(5 760)	(8 206)
Рентабельність від звичайної діяльності	16	13	9

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Зниження рентабельності від операційної діяльності може бути наслідком зменшення фінансових результатів від операційної діяльності та водночас підвищення витрат. Це може бути результатом зміни умов ринку, зростання конкуренції або знецінення цінності продукту, оскільки кондитерські вироби – це продукт не першої необхідності, може знижуватися попит через зниження купівельної спроможності споживачів. Також це може бути наслідком зростання цін на сировину або енергію, збільшення заробітної плати або інших операційних витрат.

Зниження рентабельності від звичайної діяльності протягом 2019-2021 рр. може вказувати на проблеми з ефективністю виробництва, конкурентоспроможністю продукції або надмірними витратами.

Для оцінки потенціалу підприємства можна використати методику поділу за категоріями. Методика передбачає розподіл показників складових потенціалу за категоріями А (високий рівень), В (середній рівень), С (низький рівень); оцінку виробничого, науково-технічного та фінансового потенціалу на основі бального методу; розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності використання потенціалу. Отже, почнемо з оцінки рівня виробничої складової стратегічного потенціалу підприємства, яка

виконана в таблиці 2.17.

Таблиця 2.17

Оцінка показників виробничого потенціалу підприємства за категоріями за 2019-2021 рр.

Показник	2019 р.		2020 р.		2021 р.	
	Значення	Категорія	Значення	Категорія	Значення	Категорія
Рівень зносу основних фондів, %	25,15	A	29,47	A	30,58	A
Фондовіддача	3,95	A	4,57	A	5,06	A
Рентабельність основних засобів, %	43	A	40	A	32	A
Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	2,03	A	2,21	A	2,20	A
Коефіцієнт оборотності запасів	10,77	A	12,54	A	12,24	A
Продуктивність праці, тис. грн. / особу	7 112,75	A	8 328,83	A	9 949,64	A

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Виробничий потенціал підприємства оцінюється за категорією А, тобто має досить високий рівень.

Наступним оцінюємо науково-технічний потенціал ПрАТ «Монделіс Україна».

Таблиця 2.18

Оцінка показників науково-технічного потенціалу підприємства за категоріями за 2019-2021 рр.

Показник	2019 р.		2020 р.		2021 р.	
	Значення	Категорія	Значення	Категорія	Значення	Категорія
Віддача нематеріальних активів, тис. грн./ тис. грн.	666,84	C	816,87	B	824,27	B

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Науково-технічний потенціал підприємства оцінюється за категорією С, тобто має надзвичайно низький рівень.

Отже, підприємство за показниками автономії та рентабельності власного капіталу має високий рівень, що характеризує його діяльність як

Таблиця 2.19

**Оцінка показників фінансового потенціалу підприємства за категоріями
за 2019-2021 рр.**

Показник	2019		2020 р.		2021 р.	
	Значення	Категорія	Значення	Категорія	Значення	Категорія
Коефіцієнт автономії	0,49	В	0,52	А	0,57	А
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,05	С	0,13	С	0,16	С
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,56	С	0,68	В	0,76	В
Рентабельність власного капіталу, %	34,36	А	27,29	А	18,89	А
Коефіцієнт фінансової стабільності	0,94	В	1,09	В	1,34	В

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

прибуткову та ефективну або ж стабільну за показниками швидкої ліквідності та коефіцієнту фінансової стабільності. Коефіцієнт абсолютної ліквідності в категорії С – низька.

Наступним кроком буде оцінка стратегічного потенціалу за інтегральною методикою. Для початку сформуємо перелік показників, які характеризують діяльність підприємства. У даному випадку пропонується дослідження фінансової, виробничої, кадрової та маркетингової складових діяльності підприємства (табл. 2.20).

Отримані показники необхідно нормалізувати, для цього їх порівнюють з показниками досліджених періодів та зіставляють з еталонним значенням показників, щодо певної кількості проаналізованих періодів.

Для показника, критеріальне значення якого буде прагнути до максимуму, розрахунок нормалізованого показника проводиться так:

$$y_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_{bu}} \quad (2.1)$$

де y_{ij} – значення нормалізованого і-ого показника;

x_{ij} – значення і-ого показника j-ого періоду;

x_{bu} – значення еталонного b-ого показника серед всієї сукупності u-тих періодів [11].

Динаміка економічних індикаторів складових стратегічного потенціалу підприємства за 2019-2021 рр., тис. грн.

Економічні індикатори (показники) циклу економічного потенціалу	Роки		
	2019	2020	2021
Фінансова складова діяльності			
Грошові кошти та їх еквіваленти	93539	256190	292183
Поточні зобов'язання	1814342	1774994	1919615
Валовий прибуток	1165987	1282606	1214836
Чистий прибуток (збиток)	557543	532060	433365
Виробнича складова діяльності			
Виробничі запаси	203007	239006	283884
Інші операційні витрати	17826	144151	21398
Адміністративні витрати	262153	248320	275893
Матеріальні витрати	3080196	3829140	4822793
Кадрова складова діяльності			
Поточні зобов'язання за рахунками оплати праці	7873	11542	5609
Витрати на оплату праці	220134	247320	295026
Відрахування на соціальні заходи	394595	47224	55960
Маркетингова складова діяльності			
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	6045836	7229422	8506944
Витрати на збут	347498	289606	448239
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	4879849	5946816	7292108

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Для показника, критеріальне значення якого буде прагнути до мінімуму, розрахунок нормалізованого показника проводиться так:

$$y_{ij} = \frac{x_{bu}}{x_{ij}}. \quad (2.2)$$

На основі результатів таблиці 2.20 ведемо розрахунок інтегрального показника (табл. 2.21) для кожної зі складових за допомогою формули:

$$R_i = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^m y_{ij}} \quad (2.3)$$

де R_i – інтегральний рівень складових діяльності, які формують економічний потенціал підприємства;

y_{ij} – j -й нормалізований індикатор складової діяльності [11].

А інтегральний показник стратегічного потенціалу розраховуємо за формулою:

$$K_{СПП} = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^m R_i} \quad (2.4)$$

Таблиця 2.21

**Нормалізовані економічні індикатори стратегічного потенціалу
підприємства за 2019-2021 рр.**

Економічні індикатори (показники) циклу економічного потенціалу	Роки		
	2019	2020	2021
Фінансова складова діяльності			
Грошові кошти та їх еквіваленти	1	0,365	0,320
Поточні зобов'язання	0,945	0,925	1
Валовий прибуток	1	0,909	0,960
Чистий прибуток (збиток)	1	0,954	0,777
Виробнича складова діяльності			
Виробничі запаси	0,715	0,842	1
Інші операційні витрати	0,124	1	0,148
Адміністративні витрати	0,950	0,900	1
Матеріальні витрати	0,639	0,794	1
Кадрова складова діяльності			
Поточні зобов'язання за рахунками оплати праці	0,682	1	0,486
Витрати на оплату праці	0,746	0,838	1
Відрахування на соціальні заходи	0,706	0,844	1
Маркетингова складова діяльності			
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	0,711	0,850	1
Витрати на збут	0,775	0,646	1
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	0,669	0,816	1

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Таблиця 2.22

**Динаміка інтегральних показників стратегічного потенціалу та його
складових на підприємстві за 2019-2021 рр.**

Складові стратегічного потенціалу	Роки			Зміна, +/-		
	2019	2020	2021	2020 від 2019	2021 від 2020	2021 від 2019
Фінансова	0,986	0,736	0,699	-0,250	-0,037	-0,287
Виробнича	0,481	0,881	0,621	0,399	-0,260	0,139
Кадрова	0,711	0,891	0,786	0,180	-0,105	0,075
Маркетингова	0,717	0,765	1	0,048	0,235	0,283
Інтегральний показник стратегічного потенціалу	0,701	0,815	0,764	0,114	-0,051	0,063

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

На основі даних таблиці 2.22 будуємо радар розподілу інтегрального показника стратегічного потенціалу підприємства та його складових (рис. 2.14).

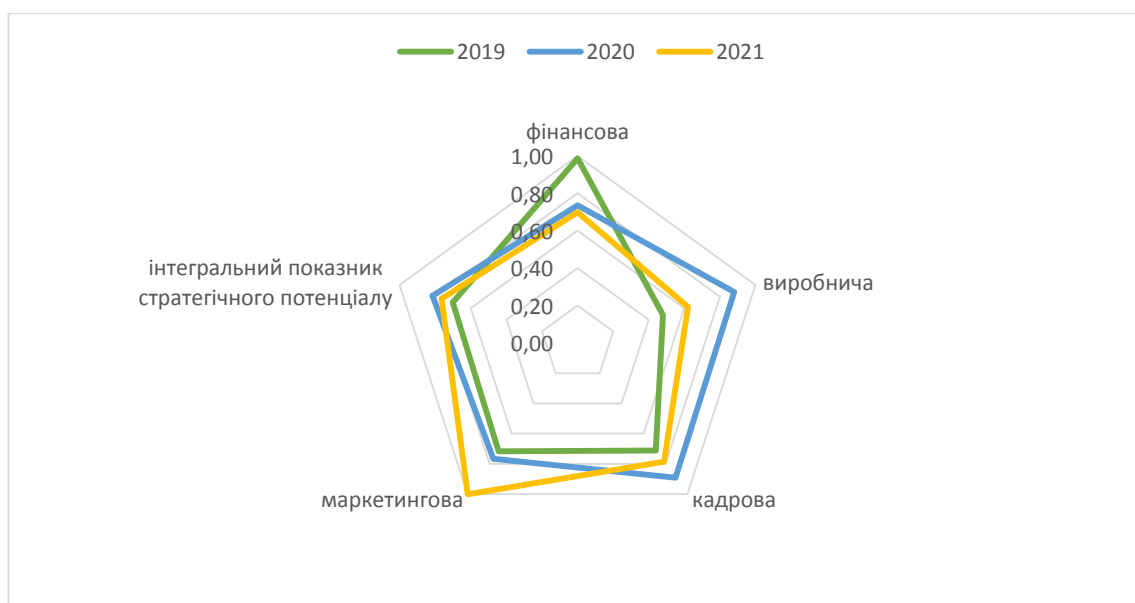


Рис. 2.14. Радар розподілу інтегрального показника стратегічного потенціалу ПрАТ «Монделіс Україна» та його складових

Джерело: створено автором на основі попередніх даних

Отже, виходячи з результатів оцінки стратегічного потенціалу, результати якої наведено в таблиці 2.22, треба зазначити, що найвищу величину інтегральний показник стратегічного потенціалу підприємства мав у 2020 році (0,672). Обумовлений такий результат високим рівнем інтегрального показника фінансової діяльності. А в 2021 році спостерігаємо зниження стратегічного потенціалу підприємства.

Не зважаючи на пандемію, яка почалася наприкінці 2019 – на початку 2020 рр., показники рентабельності станом на 2020 рік виглядали краще, ніж в 2021 році. Рентабельність власного капіталу знизилася до 18,89%, що вказує на зниження інвестиційної привабливості підприємства.

Через девальвацію курсу гривні відчувався значний вплив на зростання інших операційних витрат, внаслідок чого знизилися інші операційні доходи та збільшилися адміністративні та збутові витрати, що обумовлено плановим підвищенням заробітної плати працівників та зростанням витрат на комунальні послуги. Внаслідок цього відбулося підвищення цін на сировину, через що підвищилася собівартість продукції, що в свою чергу призвело до

збільшення ціни товару та зниження попиту на продукцію не першої необхідності. Адже за період карантину спостерігалось значне скорочення робочих місць та проблеми серед підприємців власників малого та середнього бізнесу. Але при цьому компанія з 2019 року нарощувала обсяги виробництва та продажів, а також збільшувала обсяги реалізованої продукції на експорт.

Висновки до розділу 2

У першому пункті другого розділу розглянуто статистичні дані України щодо змін на ринку кондитерських виробів. Аналіз ринку є важливим кроком для розуміння тенденцій, конкуренції і можливостей в даній галузі.

За останні декілька років спостерігалися зміни на кондитерському ринку України, а саме через економічний спад певні конкуренти почали здавати позиції. Споживачі тим часом стали обирати продукцію за певними привабливими для них критеріями. Спостерігається тенденція, що покупці здебільшого обирають вітчизняну продукцію, адже вона доступніша за ціною та й певні види продукції смачніші за імпортні.

Війна та пандемія суттєво вплинули на ринок кондитерських виробів України. Повномасштабне вторгнення призвело до погіршення економічної ситуації країни. Що призвело до зниження покупної спроможності споживачів та вплинуло на попит на кондитерські вироби.

Також було створено перешкоди для постачання сировини, імпорту та експорту, що призвело до затримок у виробництві і поставках кондитерських виробів, а отже дефіцит товарів на початку повномасштабного вторгнення цілком обґрунтований. Споживачі в першу чергу обирали життєво необхідні товари, витрачаючи менше коштів на кондитерські вироби. На той період навіть хліб отримували не всі люди через його нестачу.

Загалом у розділі було проведено аналіз фінансового стану підприємства та формування прибутку.

РОЗДІЛ 3. ПРОГРАМА ТАКТИЧНИХ ЗАХОДІВ З УПРАВЛІННЯ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «МОНДЕЛІС УКРАЇНА» ЗА РАХУНОК АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Обґрунтування доцільності інноваційного проєкту щодо випуску пивної карамелі в ПрАТ «Монделіс Україна»

За останні роки харчова промисловість стала найбільш інвестиційно привабливою у Польщі, тому розглянемо найближчого сусіда для здійснення експортної операції нашого підприємства.

Важливою галуззю в Польщі вважається цукрова промисловість, що позитивно впливає на вибір країни для експорту готової продукції. Експортувати готову продукцію доцільніше, а ніж сировину, якою багата Україна. Наявність великої кількості підприємств, що займаються виробництвом продуктів харчування, доступність місцевої та імпортової сировини і вступ Польщі до ЄС поставило польську харчову промисловість на новий рівень. Міжнародними виробниками представлена більшість кондитерських виробів на ринку. Проте, є і локальні, популярні серед поляків, польські компанії, які представлені популярними брендами.

Наприклад, Лотте Ведель – польський провідний виробник шоколадної продукції, має намір зберегти свої позиції в галузі і зміцнити її в найближчі роки. Однак, він займає частку ринку разом з американським Mondelez і італійським Ferrero, які в свою чергу мають 50% частки ринку шоколаду, що робить їх лідерами в Центральній і Східній Європі. Найпопулярнішим шоколадним брендом у Польщі у 2021 році стала «Milka», за нею йдуть «E. Wedel» та «Kinder» [42].

Польські компанії існують під значним впливом транснаціональних компаній. Тому зараз ведеться активне обговорення питання про злиття між деякими компаніями з метою підсилення авторитету польських виробників. Транснаціональні корпорації виходять на польський ринок простим шляхом

придбання місцевих компаній і переорієнтації їх на виробництво типових товарів з асортименту компанії – завойовника. Таким чином руйнується автентичність польського ринку солодощів [42].

На жаль, через повномасштабне вторгнення близько 11 мільйонів українців виїхали з України. Проте зараз з'явилася чудова можливість експортувати українську продукцію за кордон, бо тепер вона цінується куди більше. Тому поляки лояльніше ставитимуться до продуктів українського виробництва, а висока якість продукції лише підвищить попит.

Розглянемо створення нового продукту та його експорт як запоруку успіху компанії в підвищенні прибутку. Адже, якщо новий продукт виявиться популярним і знайде свою цільову аудиторію на зовнішніх ринках, це може призвести до збільшення обсягу продажів компанії. А збільшення обсягу продажів може сприяти зростанню прибутку.

Експорт нового продукту відкриває можливості для компанії входити на нові ринки і проникати на нові території. Розширення ринків збуту може допомогти компанії залучити нових клієнтів та розширити свою географічну присутність, що, в свою чергу, також може призвести до збільшення прибутку, що є головною метою підприємства.

Завдяки виробництву компанією карамельних льодяників та додавання карамелі в шоколадки Milka можемо на фабриці звільнити одну потокову лінію для виробництва карамелі.

Карамель завдяки своїм цінним харчовим властивостям, насиченому смаку і аромату і красивому зовнішньому вигляду користується широким попитом у населення. Карамель може мати різні текстури, від м'якої і жувальної до твердої і крихкої. Вона може бути гладкою, липкою або хрусткою. Карамель може мати різні смаки, включаючи карамельний, фруктовий, м'ятний, шоколадний, ванільний тощо. Деякі види карамелі можуть мати додаткові аромати, такі як кава, кокос або лимон.

Її можна приготувати за різними методами, включаючи традиційне варіння цукру, використання молока або вершків, а також додавання масла

або гліцерину для досягнення більш м'якої консистенції.

Оберемо незвичайний смак – пивна карамель. Смак пива може додавати унікальні пивні нотки до карамелі. Це можуть бути відтінки солодового смаку, хмелю, дріжджів або навіть певних сортів пива, таких як ель, лагер, стаут тощо. Деякі види пивної карамелі можуть мати легку гіркоту, яка балансує солодкість і додає складність смаку.

Люди, які насолоджуються смаком пива, можуть зацікавитися пивною карамеллю. Вона може створити цікаве поєднання пивних ноток зі солодкістю карамелі, задовольняючи їхні смакові вподобання. Люди, які насолоджуються різноманітністю кондитерських виробів і люблять випробовувати нові смаки, можуть бути зацікавлені в спробі пивної карамелі. Вона пропонує нестандартну комбінацію смаків і може бути цікавим доповненням до їхнього кулінарного досвіду. Пивна карамель може зацікавити тих, хто завжди відкритий для нових смакових вражень і не боїться експериментувати зі смаками. Вона може бути цікавою альтернативою до звичайних видів карамелі, додаючи унікальний смак і аромат.

Популярність пивної карамелі може залежати від кількох чинників, таких як ціна, якість, бренд та маркетингові зусилля. Якщо ціна буде доступною та якість буде на високому рівні, це може збільшити попит на продукт. Також, якщо компанії використовують ефективні маркетингові стратегії, це може збільшити свідомість споживачів про продукт та підвищити його популярність. А знаючи про зусилля ПрАТ «Монделіс Україна» в сфері маркетингу, можна припустити, що реклама позитивно вплине на розповсюдження товару.

На противагу цьому, поляки, як будь-які інші споживачі, мають свої власні уподобання та звички щодо вибору продуктів харчування та напоїв. Тому, успіх продажу пивної карамелі в Польщі містить певні ризики.

Одним і з таких факторів встановлено фінансове становище населення. Чим воно краще, тим більше попит на преміум солодощі, такі, як цукерки з

вишуканою начинкою, натуральними інгредієнтами, шоколадні цукерки у коробках і шоколадні батончики з унікальними інгредієнтами. Зараз поляки більшою мірою готові купувати дорогі солодощі в елегантній упаковці, хоча нещодавно ці товари займали дуже малу нішу. Пивна карамель може мати різний смак – від легкого і свіжого до темного та насиченого. Вона може бути різних форм і розмірів, включаючи кубики, кульки, шматочки або листочки. Її можна використати як десерт, солодощі, або просто як смакова добавка до пива. Для приготування різних кулінарних страв, таких як соуси, маринади, та інші, теж можна використати пивну карамель.

Незважаючи на спад в економіці, у польському суспільстві вже сформована група споживачів, які будуть купувати товари високої якості і залишаться лояльними до преміум-брендів.

Зважаючи на присутність та значну частку компанії Монделіс на ринку Польщі, а також беручи до уваги той факт, що майже кожен третій житель Польщі споживає пиво 2-3 рази на тиждень [46].

Можна зробити припущення, що новий продукт від популярного бренду в співпраці з компанією – виробником пива, яке так люблять поляки, зацікавить різні групи населення, але важливо пам'ятати про вікові обмеження.

Отже, експорт пивної карамелі в Польщу, може бути доцільним та зробити її згодом популярною в Польщі серед любителів пива та солодощів. Її можна поставляти як в звичайні супермаркети так і в спеціалізовані магазини з продажу солодощів, а також пропонувати у барах та пивних закладах для кращого розповсюдження.

На основі вище наведеної інформації, здійснимо експортну діяльність нового виду продукції – пивна карамель.

Випустимо експерименту партію – 12 500 банок пивної карамелі по 40 г або 500 кг загалом планується у мережу польських магазинів у м. Варшава на умовах поставки СІР за Incoterms-2020.

На підприємстві здійснюється повний цикл виробництва шоколаду від обробки какао-бобів до пакування готового виробу. Станом на 2021 рік було задіяно 27 виробничих ліній, які виготовляють понад 190 одиниць продукції. Загальний обсяг виробництва за рік становить приблизно 60 тис. тонн.

Отже, за цими даними можемо визначити, що завод виробляє 5 тис. т за місяць (60 000 тонн /12 місяців = 5 000 тонн) на 27 виробничих лініях (5 000 / 27 = 185 тонн – на одній лінії/місяць). Тобто, за день одна виробнича лінія виробляє приблизно 6 тонн. Експериментальну партію пивної карамелі можна виробити за день, використовуючи одну виробничу лінію – не на повну потужність.

Розрахуємо коефіцієнт використання потужності:

$$K_{\text{вп}} = N_{\text{вп}} / \Phi_{\text{вп}}, \quad (3.1)$$

де $\Phi_{\text{вп}}$ – фактичний обсяг виробництва продукції;

$N_{\text{вп}}$ – нормативний (плановий) обсяг виробництва продукції:

$$K_{\text{вп}} = \frac{49342}{60000} = 0,82.$$

Отже, одна виробнича лінія виробляє приблизно $6 * 0,82 \approx 5$ тонн за день готової продукції. Можемо виготовити партію пивної карамелі використовуючи одну лінію та витрати на це один день або ж одну зміну. Для цього звільнимо одну з потокових ліній з виробництва кондитерських виробів, де виготовляють карамель для шоколадок «Milka».

Таблиця 3.1

Виробнича програма в натуральному виразі

Найменування продукції	Добова потужність потокової лінії, т	Коефіцієнт використання потужності	Фактичний добовий обсяг виробництва, т
Кондитерські вироби	6	0,82	4,92

Джерело: розраховано автором на підставі даних управлінського обліку ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Спершу визначимо собівартість товару та його оптово-відпускну ціну, а далі розраховуємо витрати на експортну діяльність.

Отже, проведемо розрахунок витрат на сировину та матеріали (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Витрати на сировину та матеріали

№	Елементи витрат	Одиниці виміру	Ціна за одиницю, грн.	Норма на 1 кг продукції	Сума за 1 кг, грн.	Норма на весь випуск (500 кг)	Сума на весь випуск, грн.
1	Цукор	грн./кг	32,50	1	32,50	500	16 250
2	Темне пиво	л/кг	27,78	0,4	11,11	200	5 556
3	Вода	л/кг	3,16	0,4	1,26	200	632
4	Вершкове масло	грн./кг	165	0,1	16,5	50	8 250
5	Баночка	грн./шт.	8	25	200	12 500	100 000
6	Етикетка	грн./шт.	1	25	25	12 500	12 500
7	Транспортно-заготівельні	грн.	-	-	5,26	-	2630
	Всього				291,63		145 818

Джерело: розраховано автором на підставі середніх цін на продукцію

Розрахуємо витрати електроенергії та води на технологічні цілі, враховуючи новий тариф (з 01.01.2022 р.) на послуги з централізованого постачання та централізованого водовідведення (30,384 грн.).

Для розрахунку витрат на електроенергію, використаємо дані з офіційного сайту Мінфін, тариф на розподіл електроенергії для побутових споживачів з 01.01.2023 р. 2-го класу напруги в сумській області – 1 418,80 грн. за 1 МВт-год. без ПДВ. Тобто, необхідно визначити, скільки коштує 1 кВт-год., враховуючи податок на додану вартість.

$$\frac{1418,80}{1000} \approx 1,42 \text{ грн. – ціна без врахування ПДВ.}$$

Тепер врахуємо ПДВ: $1,42 * 1,2 = 1,70$ грн. за 1 кВт-год. Отримані дані представимо в таблиці 3.3.

Розрахунок витрат на основну заробітну плату розрахуємо з використанням тарифної ставки для працівників, які працюють над виробництвом карамелі на одній потоковій лінії, та наведемо в таблиці 3.4.

У 2019-2023 рр. встановлено розміри погодинної мінімальної зарплати

Таблиця 3.3

Витрати електроенергії та води на технологічні цілі

№	Статті витрат	Одиниці виміру	Ціна за одиницю, грн.	Норма на 1 кг продукції	Сума за 1 кг, грн.	Норма на весь випуск (500 кг)	Сума на весь випуск, грн.
1.	Електроенергія	кВт-год.	1,7	0,032	0,05	16	27,2
2.	Вода чиста	м ³	30,384	0,003	0,09	1,5	45,58
	Всього				0,14		72,78

Джерело: розраховано автором на підставі даних Київводоканалу [14] та Мінфіну [50]

у розмірі 40,46 грн. (на жовтень-грудень 2022 року). Використовуючи ці дані, розрахуємо тарифну ставку при закладеній нормі годин на рік – 1987.

Таблиця 3.4

Витрати на заробітну плату робітників потокової лінії

Професія	Тарифний розряд	Працівників за зміну	Тарифний коефіцієнт	Тарифна ставка, грн.
Інженер з обслуговування обладнання секції	5	1	1,36	55,03
Інженер з обслуговування обладнання лінії	5	3	1,36	55,03
Глянцювальник карамелі	3	3	1,18	47,74
Карамельник	5	2	1,36	55,03
Машиніст збивальних машин	2	2	1,09	44,10
Рецептурник	4	1	1,27	51,38
Машиніст формувально-закручувального напівавтомата	4	2	1,27	51,38

Джерело: розраховано авторкою на підставі даних управлінського обліку ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Отже, тарифну ставку розраховано шляхом множення тарифного коефіцієнту на мінімальну погодинну зарплату.

Основна заробітна плата для працівників необхідної нам потокової лінії становитиме: $55,03 * 1 + 55,03 * 3 + 47,74 * 3 + 55,03 * 2 + 44,10 * 2 + 51,38 * 1 + 51,38 * 2 = 715,74$ грн.* 8 год. = 5725,92 грн.

Визначимо розцінку на 1 кг продукції: $\frac{5725,92}{500} = 11,45$ грн.

Обчислимо додаткову заробітну плату – 60% від основної заробітної плати: $11,45 * 60\% = 6,87$ грн.

Отже, фонд заробітної плати на 1 кг продукції становить 18,32 грн.

Врахуємо, що компанія сплачує єдиний соціальний внесок до державної системи соціального страхування на кожного працівника за ставкою 22%:

$$18,32 * 0,22 = 4,03 \text{ грн.}$$

Витрати на утримання та експлуатацію обладнання – 40% від фонду оплати праці:

$$18,32 * 0,4 = 7,33 \text{ грн.}$$

Загальновиробничі витрати – 30%: $11,45 * 0,3 = 3,44 \text{ грн.}$

Отже, зведемо розрахунки в таблицю 3.5.

Таблиця 3.5

Витрати на пивну карамель

№	Статті витрат	Витрати на 1 кг, грн.	Сума на весь випуск (500 кг), грн.
1.	Основна заробітна плата	11,45	5 725
2.	Додаткова заробітна плата	6,87	3 435
3.	Відрахування на соціальні заходи	4,03	2 015
4.	Витрати на утримання та експлуатацію обладнання	7,33	3 665
5.	Загальновиробничі витрати	3,44	1 720
	Разом	33,12	16 560

Джерело: складено автором

Обчислимо повну собівартість продукту:

- виробнича собівартість:

$$291,63 + 0,14 + 11,45 + 6,87 + 4,03 + 7,33 + 3,44 = 324,89 \text{ грн.};$$

- адміністративні витрати (20%):

$$324,89 * 0,2 = 64,98 \text{ грн.};$$

- витрати на збут (15%):

$$324,89 * 0,15 = 48,73 \text{ грн.}$$

Виходячи з цього, сформуємо таблицю 3.6 та обчислимо повну собівартість продукту.

Зведемо всі отримані отриманні показники в таблицю та отримаємо повну калькуляцію виробництва пивної карамелі (табл. 3.7).

Таким чином, було визначено, що виробнича собівартість 1 кг пивної карамелі становитиме 324,89 грн., а повна собівартість – 438,60 грн.

Таблиця 3.6

Повна собівартість виробництва пивної карамелі

Статті витрат	Сума за 1 кг, грн.	Сума на весь випуск (500 кг), грн.
Виробнича собівартість	324,89	162 445
Адміністративні витрати	64,98	32 490
Витрати на збут	48,73	24 365
Повна собівартість	438,60	219 300

Джерело: складено автором

Таблиця 3.7

Калькуляція витрат на виробництво пивної карамелі

Стаття	Сума за 1 кг	Сума на весь випуск
Сировина та матеріали	291,63	145 818
Витрати електроенергії на технологічні цілі	0,05	27,2
Витрати води на технологічні цілі	0,09	45,58
Основна заробітна плата	11,45	5 725
Додаткова заробітна плата	6,87	3 435
Відрахування на соціальне страхування	4,03	2 015
Витрати на утримання та експлуатацію устаткування	7,33	3 665
Загальновиробничі витрати	3,44	1 720
Виробнича собівартість	324,89	162 445
Адміністративні витрати	64,98	32 490
Витрати на збут	48,73	24 365
Повна собівартість	438,60	219 300

Джерело: складено автором

Уся партія коштуватиме 219 300 грн. Собівартість однієї баночки 40 г становитиме 17,54 грн. $((40 * 438,60) / 1000 \approx 17,54 \text{ грн.})$.

Отже, рентабельність очікується у 20%, тому оптово-відпускна ціна без ПДВ становитиме: $438,60 * 1,2 = 526,32 \text{ грн.}$

За 1 баночку: $526,32 * 40 / 1000 = 21,05 \text{ грн.}$

За партію: $526,32 * 500 = 263 160,9 \text{ грн.}$

При експорті за умовою СІР продавець зобов'язаний: виконати експортне митне оформлення, застрахувати і доставити товар в узгоджене місце призначення.

Таким чином, розрахуємо контрактну вартість, яка складається з ціни

EXW, оплати навантажувальних робіт, вартості внутрішніх перевезень, вартості митних платежів та страховки.

Беремо офіційний курс гривні щодо іноземних валют на 25.04.2023 для 1 євро = 40,2291 грн. [31].

$$\text{Ціна EXW} = 263\,160,9 * 1,2 = 315\,793,1 \text{ грн.}$$

Для перевезення 500 кг продукції необхідний один автомобіль. Оплата навантажувальних робіт становить 140 грн., а вартість перевезення 20 грн./км, при чому відстань від заводу ПрАТ «Монделіс Україна» та кордоном з Польщею становить 886 км, тож вартість внутрішніх перевезень – 17 720 грн.

Страховка становить 5% від вартості товару, відповідно у грошовому виразі:

$$315\,793,1 * 0,05 = 15\,789,66 \text{ грн.}$$

Отже, контрактна вартість становитиме:

$$315\,793,1 + 140 + 17\,720 + 15\,789,66 = 349\,442,8 \text{ грн. або } 8\,686,32 \text{ євро.}$$

Прибуток від експортної діяльності (враховуючи витрати на оформлення митних процедур):

$$349\,442,8 - (219\,300 + 33\,649,66) = 349\,442,8 - 252\,949,7 = 96\,493,14 \text{ грн.}$$

$$\text{Чистий прибуток: } 96\,493,14 * 0,82 = 79\,124,37 \text{ грн.}$$

$$\text{Ефективність експорту: } 349\,442,8 / 79\,124,37 = 4,42.$$

4,42 > 1, що свідчить про високу ефективність експорту.

$$\text{Рентабельність експорту: } 349\,442,8 / 219\,300 * 100\% = 159\%.$$

Економічна ефективність експорту розраховується як відношення вартості експорту в цінах внутрішнього ринку до вартості експорту в цінах підприємства.

$$\text{Експортна ефективність становитиме: } 349\,442,8 / 252\,949,7 = 1,38.$$

$E > 1$, тому експорт можна вважати ефективним. Оформимо отримані дані в таблицю 3.8.

Отже, завдяки розрахункам було визначено, що рентабельність експорту пивної карамелі на ринок Польщі становитиме 159 %, а економічна ефективність – 1,38.

Економічна ефективність запропонованого заходу, тис. грн.

Назва показників	Од. виміру	Експорт пивної карамелі на ринок Польщі
Повна собівартість	грн.	219 300
Контрактна вартість	грн.	349 442,8
Виручка від реалізації експорту	грн.	349 442,8
Накладні витрати при експорті	грн.	33 649,66
Собівартість експортованої продукції	грн.	252 949,7
Прибуток від експортної діяльності	грн.	96 493,14
Чистий прибуток	грн.	79 124,37
Рентабельність експорту	%	159
Ефективність експорту		1,38

Джерело: складено автором

Показник ефективності зовнішньоекономічної діяльності сприятливий для роздумів над подальшими збільшеннями обсягів експорту.

Завдяки здійсненню експорту партії пивної карамелі на підприємстві спостерігатиметься покращення фінансових результатів, а саме чистий прибуток в розмірі 79 124,37 грн., що в свою чергу може стати чудовим початком для нарощення обсягів виробництва та збільшення партії.

3.2. Обґрунтування доцільності впровадження запропонованого заходу та його вплив на основні показники діяльності підприємства

Необхідність розширення ринків збуту полягає в бажанні отримувати більше прибутку, визнанні та поліпшенні позиції серед конкурентів, а також відкриттю нових можливостей розвитку і покращення власної продукції. Звісно ж, можна покращувати продукцію і без розширення ринку збуту, але у такому випадку ціль буде досягнена не сповна.

Висока ефективність експорту дозволить нам сподіватися на позитивні результати від продажу продукції, поступово компанія зможе збільшувати обсяги виробництва при умові, що споживачі матимуть інтерес до даного виду продукції та купуватимуть її. Спрогнозувати попит доволі складно,

адже ми не знаємо наскільки зацікавлені потенційні споживачі в експерименті над двома улюбленими продуктами. Пригадаємо, що в Польщі, згідно зі статистичними даними, споживають пиво 2-3 рази на тиждень, а продукція «Монделіс» займає значну частку на ринку та продукцію даної компанії полюбляють всі вікові категорії населення.

Отже, повна собівартість невеличкої експериментальної партії складає 219 300 грн., що непомітно для компанії, зважаючи на великі обсяги виробництва інших видів продукції. Такий захід допоможе підприємству не лише розширювати ринки збуту та збільшувати обсяги продажу, а й підвищить його конкурентоспроможність через високі стандарти якості країн в складі Європейського Союзу, яким необхідно відповідати. Також у випадку, якщо підприємство спеціалізується лише на внутрішньому ринку, воно стає дуже залежне від економічної ситуації в країні. Експорт дозволяє зменшувати цю залежність, що дозволяє забезпечити стабільність підприємства в кризовій ситуації.

Отже, розрахуємо вплив заходу на фінансові показники ПрАТ «Монделіс Україна».

Через запропонований захід очікуємо в плановому році збільшення чистого доходу від реалізації продукції на 79,12 тис. грн.:

$$8\,506\,944 + 79,12 = 8\,507\,023,12 \text{ тис. грн.}$$

Рентабельність продукції визначається відношенням чистого фінансового результату (в нашому випадку – прибуток) до собівартості реалізованої продукції: $433\,365 / 7\,292\,108 * 100 \% = 5,94\%$ (на 2021 рік). Даний показник вказує на те, скільки чистого прибутку було отримано підприємством з розрахунку на 1 грн. понесених витрат.

Рентабельність діяльності підприємства обчислюється шляхом ділення чистого прибутку на чисту виручку від реалізації:

$$\frac{433365}{8506944} \times 100 = 5,094\%.$$

Аналогічно було розраховано рентабельність діяльності на плановий рік, тому бачимо зовсім не значну зміну показника, що вказує на

рентабельність запропонованого заходу.

Таблиця 3.9

**Вплив запропонованого заходу на показники роботи
ПрАТ «Монделіс Україна»**

Показники	Одиниці виміру	2021 рік	Плановий рік	Відхилення	
				абс., +/-	відн., %
1. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	8 506 944	8 507 023	79,12	0,0009
2. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	7 292 108	7 292 361	252,95	0,0035
3. Адміністративні витрати	тис. грн.	275 893	275 925	32,49	0,0118
4. Витрати на збут	тис. грн.	448 239	448 263	24,36	0,0054
5. Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції	тис. грн.	8 037 636	8 037 855	219,30	0,0027
6. Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток)	тис. грн.	533 076	533 172	96,49	0,0181
7. Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	тис. грн.	433 365	433 444	79,12	0,0183
8. Витрати на 1 грн. чистого доходу від реалізації	грн.	0,94	0,94	0,000	0,0018
9. Рентабельність продукції	%	5,943	5,944	0,001	x
10. Рентабельність діяльності (продажів)	%	5,094	5,095	0,001	x

Джерело: розраховано авторкою на підставі фінансової звітності ПрАТ «Монделіс Україна» [додатки В, Г, Д]

Зважаючи на ці дані, вплив заходу на ПрАТ «Монделіс Україна» є незначним, через маленьку партію як для великої компанії. Бачимо незначне підвищення рентабельності продукції та рентабельності продажів, абсолютне відхилення даних показників становить 0,001.

Очікуємо в плановому році збільшення чистого доходу від реалізації на 79,12 тис. грн., при цьому зростуть адміністративні витрати, витрати на збут та собівартість реалізованої продукції. Отже, в цілому ситуація стабільна та очікується покращення фінансових показників.

Оскільки це експериментальний продукт, то нарощувати одразу великі обсяги виробництва доволі ризиковано. Однак, якщо на продукцію буде достатній попит, то можна буде збільшити обсяг експорту до кількох тонн, почати вводити різні розміри баночок і використовувати різне пиво в рецептурі.

3.3. Управлінсько-організаційне забезпечення виконання програми по управлінню результатами діяльності підприємства та впровадження запропонованого заходу

Управління включає в себе виконання різноманітних задач, які спрямовані на керування організацією та досягнення поставлених цілей. До основних задач включають: планування, організацію, керування, контроль, розвиток та інновації.

Управлінське забезпечення – це сукупність дій та заходів, спрямованих на створення та підтримку ефективної системи управління в організації. Його головна мета – забезпечити необхідні ресурси, інформацію, процедури та підтримку, що допомагають керівництву в досягненні стратегічних та оперативних цілей компанії.

Процес управлінського забезпечення впровадження заходу передбачає визначення стратегічних цілей, створення ефективної організаційної структури, розподіл відповідальності та встановлення механізмів контролю та звітності. Управлінське забезпечення включає кілька етапів, які спрямовані на планування, організацію, керування та контроль діяльності організації.

Управлінський процес не завершується після проходження всіх етапів, а безперервно повторюється для досягнення поставлених цілей та адаптації до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі організації.

На початку необхідно визначити стратегічні цілі, які включають досягнення конкретних результатів і покращення показників діяльності підприємства. Ці цілі повинні бути узгоджені з місією та бізнес-стратегією підприємства. Вони можуть охоплювати, як в нашому випадку, збільшення обсягів продажу, підвищення рентабельності, поліпшення якості продукції або розширення ринків збуту.

Після визначення цілей необхідно створити ефективну організаційну структуру, яка забезпечить виконання програми та координацію різних

функціональних підрозділів. Це може включати формування команди проєкту, делегування відповідальності, встановлення ланцюга командування та визначення потрібних ресурсів для реалізації запропонованого заходу. Під час цього етапу управління визначає структуру організації, розподіляє обов'язки та повноваження між співробітниками, формує робочі групи, призначає відповідальних осіб.

Розподіл відповідальності є важливою складовою управлінсько-організаційного забезпечення, коли кожному члену команди призначені конкретні завдання та цілі, які вони повинні досягти, то це допомагає забезпечити відповідальність за результати та зберегти фокус на досягненні поставлених цілей. Організація також включає встановлення комунікаційних зв'язків та розподіл ресурсів.

Нарешті, необхідно встановити механізми контролю та звітності, які дозволять оцінювати прогрес виконання програми та впровадження запропонованого заходу. Це може включати регулярне моніторингове оцінювання, порівняння результатів з поставленими цілями та стандартами, збір та аналіз даних, проведення звітів та внесення необхідних коректив у виконання програми.

У цілому управлінсько-організаційне забезпечення для створення нового виду продукції на підприємстві, вимагає систематичного підходу та активної участі всіх зацікавлених сторін. Відповідно організований процес забезпечить ефективне досягнення поставлених цілей та сприятиме успіху підприємства у реалізації своїх стратегічних планів.

Звільнення потокової лінії, як було запропоновано в пункті 3.1 цього розділу, дозволить зосередитися на виробництві карамелі, що покращить її ефективність і дозволить виготовляти більше продукції.

Крім цього, на далі виробництво карамелі може відкрити можливість створювати нові види льодяників і шоколадок, що містять карамельні наповнювачі. Це збагачує асортимент продукції компанії та привертає більше клієнтів.

Перед початком експортної діяльності необхідно ретельно проаналізувати ринок Польщі, що й представлено в попередньому пункті, конкурентну ситуацію, правові вимоги та потенційних покупців. Це допомогло визначити можливості для експорту партії пивної карамелі. Продукт повинен відповідати всім вимогам стандартів якості та безпеки, які діють в Польщі. Отримання відповідних сертифікатів та ліцензій можуть бути необхідними для вивезення продукції на зовнішній ринок. Важливо мати повну і правильну документацію для експорту, включаючи товарні накладні, митні декларації, комерційні рахунки та інші відповідні документи. Менеджер повинен перевірити, що всі необхідні документи підготовлені та заповнені належним чином.

Далі необхідно встановити контакти з потенційними польськими партнерами, такими як дистриб'ютори, роздрібні мережі або спеціалізовані магазини, які зацікавлені в співпраці з виробником пивної карамелі. Важливо збудувати довіру та встановити взаємовигідні комерційні відносини з потенційними партнерами.

Уже було розраховано, скільки необхідно витратити на транспортування партії, адже це важлива частина експортної операції. Отже, для перевезення 500 кг продукції потрібно використати один автомобіль, вартість навантажувальних робіт складає 140 грн. Враховуючи, що відстань від заводу ПрАТ «Монделіс Україна» до кордону з Польщею становить 886 км, загальна вартість внутрішніх перевезень становить 17 720 грн. Страхування для товару складає 5% від його вартості. У грошовому еквіваленті це становить 15 789,66 грн.

Отже, необхідно обрати оптимальний маршрут, забезпечити необхідними документами для митного оформлення, організувати перевезення та доставку продукції до Польщі. Особливу увагу слід приділити збереженню якості та безпеки продукції під час транспортування. Також варто враховувати час доставки та можливість виникнення непередбачуваних подій, що можуть вплинути на перевезення.

Важливо добре розбиратися з митними процедурами, правилами оформлення документів та специфічними вимогами щодо експорту продукції.

Для продажу пивної карамелі на польському ринку варто ретельно розробити маркетингову стратегію. Вона може включати рекламні кампанії, участь у виставках та ярмарках, просування через соціальні мережі та інші канали комунікації. Важливо визначити свої конкурентні переваги та цінності продукції для цільової аудиторії.

Важливим кроком, під час розробки даного заходу було провести фінансовий аналіз для експорту. Врахувати всі витрати на виробництво, логістику, маркетинг та інші витрати, а також очікувані прибутки та рентабельність проекту.

Варто не забувати про підтримку та зворотній зв'язок від споживачів після продажу, який допоможе задовольнити потреби та очікування клієнтів у Польщі. Виробництво високоякісної продукції та своєчасне вирішення будь-яких проблем або рекламацій будуть важливими факторами для побудови довгострокових відносин з клієнтами.

Успіх експортного проекту вимагає цілеспрямованої підготовки, професійного підходу та активної роботи з потенційними партнерами та клієнтами. Управлінське забезпечення підтримує ефективність та успішність організації, сприяє досягненню поставлених цілей та впровадженню стратегічних планів. Стимулювання розвитку організації, впровадження нововведень та вдосконалення робочих процесів – включає постійне вивчення ринку, ідентифікацію нових можливостей, впровадження змін та удосконалення усіх аспектів діяльності організації.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі кваліфікаційної роботи було запропоновано впровадити інноваційний проєкт. Було проведено дослідження ринку Польщі

для експорту пивної карамелі, як нового виду продукції від відомої компанії.

Активізація інноваційної діяльності на підприємстві може бути ключовим фактором для забезпечення конкурентоспроможності та успіху в сучасному бізнес-середовищі.

Отже, було прийняте рішення першу партію реалізувати на польському ринку, що дозволить отримати більше прибутку від експортної діяльності. Проте, потрібно пам'ятати про привернення уваги іноземних клієнтів, за можливості активно залучати інтернет-ресурси для комунікації з потенційними клієнтами.

Завдяки запропонованому заходу збільшиться чистий дохід від реалізації продукції та прибуток, що може свідчити про доцільність нарощення обсягів виробництва. Більша партія принесе більше прибутку компанії, а згодом можна буде думати про співпрацю з іншими країнами, наприклад Німеччина, де пиво споживає більша частина населення та його можна знайти в будь якому магазині чи фестивалі.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Фінансові результати підприємства відображають його фінансову продуктивність та стан. Вони включають такі показники, як чистий прибуток, прибуток від продажу, витрати, активи, зобов'язання та інші. Ці показники представлені у фінансових звітах, таких як звіт про прибутки та збитки, балансовий звіт та звіт про рух грошових коштів.

У першому розділі кваліфікаційної роботи було розглянуто поняття фінансові результати та їх формування, завдяки чому було розглянуто поняття «прибуток» та виявлено, що поняття «фінансовий результат» ототожнюють з прибутком. Недостатнє врегулювання на законодавчому рівні поняття «фінансовий результат» спричинило наявність різних варіацій трактування даного поняття.

Різні галузі бізнесу та сфери діяльності можуть мати власні особливості, що впливають на трактування поняття «прибуток». Наприклад, виробнича компанія може фокусуватись на визначенні прибутку від реалізації товарів, тоді як фінансова компанія може зосередитись на прибутку від інвестицій або комісійних. Тому важливо враховувати всі аспекти під час вивчення фінансових результатів компанії, покладаючись на її економічну діяльність.

Розглядаючи харчову галузь, потрібно пам'ятати про її особливості та проблематику. Управління результатами діяльності підприємства харчової галузі включає в себе ряд стратегічних та оперативних дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей та оптимізацію фінансових показників.

У харчовій галузі сировина та інгредієнти, для приготування продукції, є основними складовими виробництва. Ефективне управління цими витратами допомагає знизити загальні витрати підприємства та покращити його прибутковість. Встановлення правильних цін на продукцію є ключовим аспектом фінансового управління. Потрібно враховувати конкурентну ситуацію на ринку, витрати на виробництво та прибутковий потенціал

продукту.

Важливо також враховувати регулятивні вимоги, пов'язані з безпекою та якістю харчових продуктів, а також ризики, пов'язані зі змінами сезонності, зміною смакових уподобань споживачів та іншими факторами, які можуть впливати на фінансові результати підприємства в харчовій галузі.

Систематичний аналіз фінансових показників, таких як рентабельність, оборотність активів, ліквідність тощо, може допомогти виявити проблемні аспекти у фінансовому стані підприємства та прийняти відповідні кроки для вирішення цих питань.

У другому розділі було проведено аналіз ринку кондитерських виробів, описано діяльність ПрАТ «Монделіс Україна» та проаналізовано фінансовий стан компанії.

У процесі аналізу виявлено, що пандемія COVID-19 та російсько-українська війна мала серйозний вплив на багато галузей, включаючи кондитерську промисловість. Закриття підприємств, обмеження на пересування та зниження доходів споживачів призвели до зменшення обсягів продажів.

Виклики, з якими стикається кондитерська галузь, такі, як висока конкуренція і необхідність модернізації виробничих потужностей і технологій, залишаються актуальними і можуть вимагати додаткових зусиль для підтримки і зростання бізнесу.

Однак з відновленням економіки та прийняттям заходів для покращення умов у галузі, український кондитерський ринок має потенціал відновитися та продовжувати розвиватися у майбутньому.

Аналізуючи показники ПрАТ «Монделіс Україна» за 2019-2021 рр., можна виділити зростання загальних витрат на виробництво та реалізацію продукції на 23,62 %. Також показник витрат на 1 грн. чистого доходу від реалізації збільшився на 5,05%. Чистий фінансовий результат зменшився на 18,55%. Рентабельність діяльності знизилася на 2,27%, інші показники рентабельності також знизилися. Це може бути наслідком збільшення витрат

і зниження прибутку. Однак зросла продуктивність праці на 19,46%, що свідчить про підвищення ефективності використання робочої сили. При цьому зростання показників чистого доходу на 17,67% обумовлене збільшенням обсягів реалізованої продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Результати можуть бути покращені шляхом ефективного управління витратами, пошуку шляхів оптимізації виробничих процесів та збільшення конкурентоспроможності продукції на ринку.

Для покращення фінансових результатів підприємства було обрано створити новий продукт – пивну карамель та здійснювати її експорт до Польщі. Ефективний експорт може стати важливим чинником для підприємства, забезпечуючи розширення ринків збуту і збільшення обсягів продажу. Якщо продукція компанії є популярною і затребуваною на ринку, то це може стати позитивним стимулом для зростання виробництва. Однак, успіх експорту також залежить від того, наскільки конкурентоспроможними є продукти на зовнішньому ринку та від здатності компанії пристосуватися до вимог і стандартів якості.

Експериментальна партія продукції вартістю 252 949,7 грн. може допомогти компанії вивчити реакцію споживачів на свою продукцію і оцінити її конкурентоспроможність. Такий крок може бути корисним для розширення ринків збуту та підвищення конкурентоспроможності компанії. Враховуючи високі стандарти якості Європейського Союзу, виконання цих стандартів може стати перевагою для підприємства, оскільки споживачі в цих країнах часто звертають увагу на якість продукції. Рентабельність експорту карамелі до Польщі, за підрахунками, становитиме 157%, а економічна ефективність – 1,39, що свідчить про доцільність впровадження даного заходу.

Розширення ринків збуту може допомогти компанії протистояти негативним впливам на внутрішньому ринку та знайти нові можливості для зростання, а також ефективно управляти результатами діяльності компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз ринку кондитерських виробів зі збитими масами в Україні. URL: <http://surl.li/gvvsj>.
2. ПрАТ «Монделіс Україна». Smida. URL: <https://smida.gov.ua/db/prof/00382220>.
3. Бочко О., Балик У., Карпій О. Дослідження ринку кондитерських виробів: вплив пандемії та війни. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. Т. 2, № 14. С. 267.
4. Бурлуцька С.В., Бурлуцький С.В. Менеджмент ресурсів в системі локалізації імперативів сталого розвитку бізнес середовища. *Часопис економічних реформ*. 2020. № 2 (38). С. 79-89.
5. Бурлуцька С.В. Системний підхід до управління проектами. *Часопис економічних реформ*. 2020. № 3 (39). С. 11-19.
6. Бурлуцька С.В. Стратегія забезпечення пружності сталого розвитку національної економіки: теорія та практика: монографія. Дніпро: Середняк Т. К., 2016. 320 с.
7. Висновки аудитора і документи звітності. ПрАТ «Монделіс Україна». URL: <http://surl.li/hofor>.
8. Глушко А.Д., Грачова А.О. Методичні засади аналізу фінансових результатів діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.6.34.
9. Дернова І.А., Боровик Т.М. Вплив COVID-19 на стан малого та середнього бізнесу в Україні та Європі. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи».
10. Дунда С.П. Стратегічний аналіз в управлінні: конспект лекцій для здоб. освіт. ступ. «Бакалавр» спец. 073 «Менеджмент» осв.-проф. прогр. «Менеджмент» ден. та заоч. форм навч. К.: НУХТ, 2022. 83 с.

11. Дунда С.П. Стратегічний аналіз в управлінні: метод. рекомендації до проведення практич. занять для здоб. освітн. ступ. «бакалавр» спец. 073 «Менеджмент» освітньо-проф. прогр. «Менеджмент» ден. та заочн. форм навч. К.: НУХТ, 2020. 98 с.

12. Дунда С. П. Теорія організації. конспект лекцій для здобув. освітн. ступ. «Бакалавр» спец. 073 «менеджмент» освітньо-проф. програми «менеджмент» денної та заочн. форм навч. Київ :НУХТ, 2019. 102 с.

13. Іщенко Н.А. Фінансові результати діяльності малих підприємств та особливості їх формування. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 388-393. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-388-393>.

14. Київводоканал. Тарифи, абонплата. URL: <https://vodokanal.kiev.ua/tarifi>.

15. Килин О.В., Газда О.А., Килин Ю.В. Управління фінансовими результатами діяльності підприємства. URL: <http://surl.li/goyp1>.

16. Кодекс поведінки ПрАТ «Монделіс Україна». URL: <http://surl.li/heyae>.

17. Кошова В. Роль і місце аналізу фінансової звітності в процесі здійснення фінансово-господарської діяльності суб'єктами господарювання. Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології. 2020. VII Всеукр. науково-практ. Інтернет-конф. С. 484. URL: http://www.vtei.com.ua/doc/doc/08_10_20zb2.pdf#page=484.

18. Кравченко І.Й. Бухгалтерський облік: конспект лекцій для здобувачів освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг» та спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент» денної та заочної форм навчання. К.: НУХТ, 2020. 72 с.

19. Ліцензії. URL: <https://clarity-project.info/edr/00382220/licenses>.

20. Маринович І., Вашків О. Фінансові результати діяльності підприємства: підходи та трактування. URL: <http://surl.li/hofou>.

21. Масюк Ю.В., Боюн В.Ю. Управління фінансовими результатами

діяльності сільськогосподарського підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 10. С. 93-96. DOI: 10.32702/2306-6806.2021.10.93.

22. Мелень О.В, Літвінова А.А. Роль фінансової звітності в процесі управління підприємством. Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти. Харків, 2021.

23. Мойсеєнко І., Ревак І., Миськів Г., Чапляк Н. Інвестиційний аналіз: навч. посіб. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 276 с.

24. «Монделіс Україна» продемонструвала зростання бізнесу на 20% у 2019 році. URL: <http://surl.li/hofoy>.

25. М(С)БО 18 «Дохід»: Стандарт. Документ 929_025 від 01.01.2012. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/929_025.

26. Нагорна І.В., Бондаренко В.О. Облік і аналіз фінансового результату в системі управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2021. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9577>.

27. НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності: Положення від 07.02.2013 № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0336-13>.

28. Онищенко В. Облік фінансових результатів підприємства. URL: <http://surl.li/hofpa>.

29. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>.

30. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

31. Офіційний курс гривні щодо іноземних валют. URL: <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerates>.

32. Пальцан В.М. Теоретичні дослідження поняття фінансові результати діяльності підприємства. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. 2017. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/161260359.pdf>.

33. Податковий кодекс України: Кодекс України від 02.12.2010. Документ 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2755-17>.

34. Попович О.В., Шалієвська Ж.С., Гулько К.Ю., Буй П.С. Особливості формування та обліку фінансових результатів діяльності підприємств. URL: <http://surl.li/hevko>.

35. Посадові оклади за ЄТС 2023 – тарифна сітка. URL: <http://surl.li/hjeam>.

36. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. Документ 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

37. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 07.02.2013 № 73 (зі змінами та доповненнями від 10.08.2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>.

38. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» від 29.11.99 Документ 290, зі змінами, внесеними згідно з Наказами МФУ N 588 (z1020-20) від 29.09.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text>.

39. П(С)БО 15 «Дохід»: Положення від 29.11.1999. Документ 290. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0860-99>.

40. Рахунок 79 бухгалтерського обліку «Фінансові результати». URL: <http://surl.li/hewep>.

41. Ринок кондитерської продукції: тренди та успішні рішення. Тези з виступу Pro-Consulting на конференції «Кондитерський бізнес 2022». URL: <http://surl.li/heybu>.

42. Ринок солодощів Польщі. URL: <https://itro.pl/informator/rynek-slodyczy/>.

43. Ринок шоколаду Польщі. URL: <https://markethub.pl/rynek-czekolady/>.

44. Ружицька А.А. Фізіократи. Школа фізіократів. URL: <http://nkatkanna.at.ua/presents/112.html>.

45. Онисько С.М. Дослідження економічної сутності категорії «прибуток». *Економічний вісник*. 2020. URL: <https://doi.org/10.33271/ev/69>.

058.

46. Споживання пива в Польщі. URL: <http://surl.li/hofpf>.

47. Становлення та розвиток теорії меркантилізму. URL: <http://surl.li/hevja>.

48. Статут ПрАТ «Монделіс Україна». Тростянець, 2019. URL: <http://surl.li/hofpg>.

49. Степаненко Т.О., Кравченко О.В. Фінансова звітність як інформаційна база аналізу фінансового стану підприємства. 2019.

50. Тарифи на розподіл електроенергії для підприємств з 1.01.2023. Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/tariff/electric/prom/distr/2023-01-01/>.

51. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність: підручник. МОН України. 7-те вид., доп. і перероб. К.: Алерта, 2016. 928 с.

52. Фізіократи. Школа фізіократів. Сайт викладача Ружицької Анни Анатоліївни. URL: <http://nkatkanna.at.ua/presents/112.html>.

53. Фінансова звітність ПрАТ «Монделіс Україна». 2021. URL: <http://surl.li/hofph>.

54. Цивільний кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 р. Документ 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.

55. Шевчук К.В., Бондар В.І. Фінансові результати як економічна категорія та особливості відображення їх в обліку та звітності підприємства. *Економічні науки*. Серія «Облік і фінанси». Випуск 16 (61). 2019. URL: <http://surl.li/hofpi>.

56. Шовкун Д.Ю., Манаєнко І.М. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку ринку шоколадних виробів в Україні. URL: [http://almanah.ltd.ua/save/2019/11%20\(32\)/109.pdf](http://almanah.ltd.ua/save/2019/11%20(32)/109.pdf).

57. Юдіна С., Ситнік О. Чинники, що впливають на обсяг прибутку підприємства. *Таврійський науковий вісник*. Серія: Економіка. 2022. № 13. С. 184-190. URL: <http://surl.li/hofpk>.

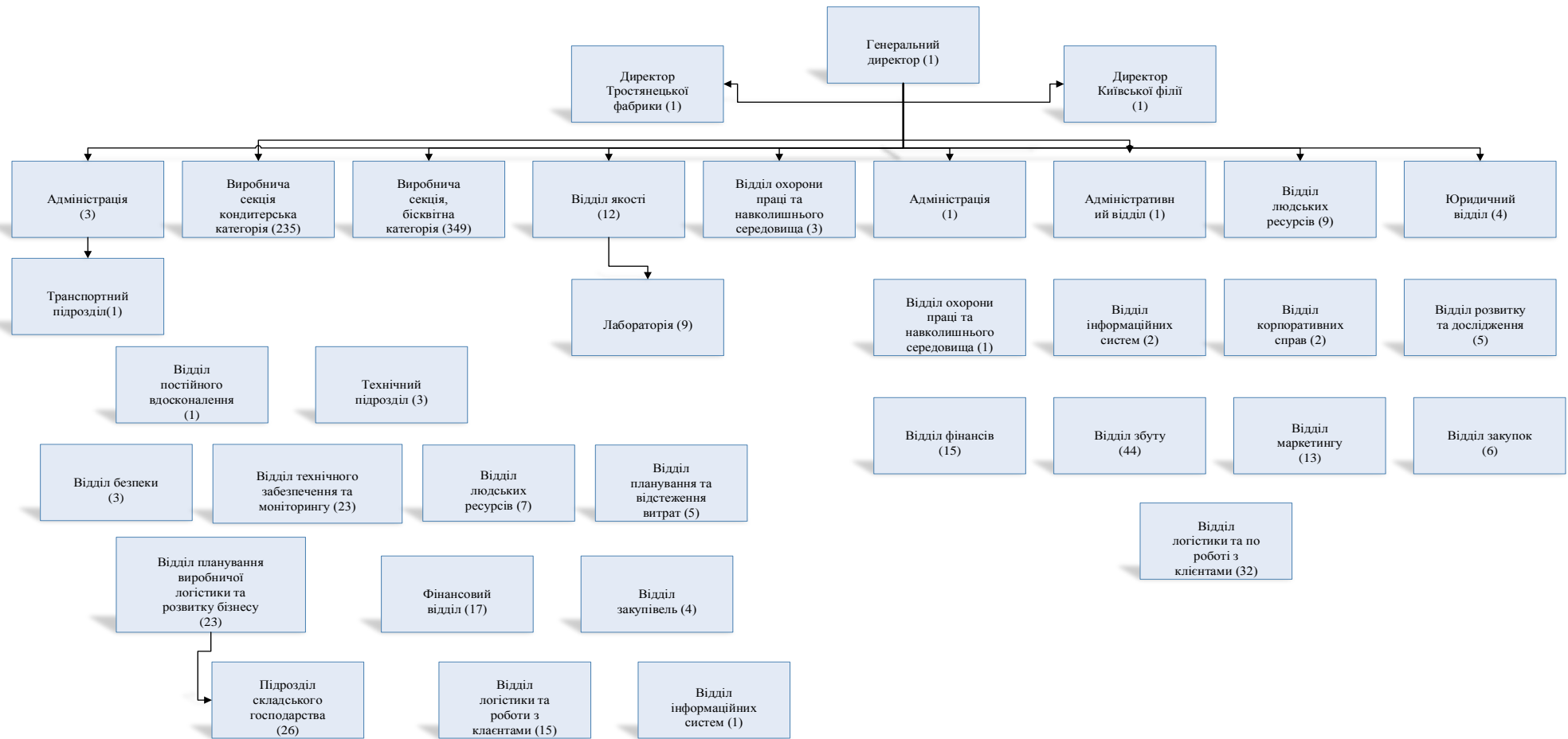
58. Burlutski, S., Burlutski, Sv., Margasova, V. Methodological and theoretical framework of the concept of the resiliency of support subsystem of the Ukrainian national economy in the conditions of shock disturbance. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2022. № 2 (45). С. 4-16.

59. Product market expansion grid. URL: <https://www.marketing91.com/product-market-expansion-grid/>.

60. Trade map. International trade centre. URL: <https://www.trademap.org>.

ДОДАТКИ

Додаток А



Організаційна структура ПрАТ «Монделіс Україна»

Дійсні ліцензії ПрАТ «Монделіс Україна»

№ ліцензії, строк дії	Діяльність	Коментарі	Ліцензіар
з 13.01.2022 по 13.01.2027	придбання; зберігання; використання; знищення прекурсорів (списку 2 таблиці IV) Переліку наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів		Державна служба України з лікарських засобів та контролю за наркотиками Ліцензійний реєстр на право здійснення господарської діяльності з обігу наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів
0119.20.59 з 11.03.2020 по 11.03.2025		п. 2 дод. 2 до Порядку	Держгірпромнагляд України, Територіальне управління по Сумській області Реєстр дозволів на виконання робіт підвищеної безпеки та на експлуатацію (застосування) машин, механізмів, устаткування підвищеної безпеки
0118.20.59 з 11.03.2020 по 11.03.2025		п. 2 дод. 2 до Порядку	Держгірпромнагляд України, Територіальне управління по Сумській області Реєстр дозволів на виконання робіт підвищеної безпеки та на експлуатацію (застосування) машин, механізмів, устаткування підвищеної безпеки
0098.20.59 з 28.02.2020 по 28.02.2025		п. 11 дод. 3 до Порядку;	Держгірпромнагляд України, Територіальне управління по Сумській області Реєстр дозволів на виконання робіт підвищеної безпеки та на експлуатацію (застосування) машин, механізмів, устаткування підвищеної безпеки
№29/СМ/49д-21 з 12.04.2021 по 12.04.2024	Питні і санітарно-гігієнічні потреби Виробничі потреби Передача води вторинним водокористувачам	Стан: діючий, Форма дозволу: паперова	Сектор у Сумській області Держводагентства Реєстр дозволів на спеціальне водокористування
0380.18.59 з 19.11.2018 по 19.11.2023		пункт 11 додатку 3 Порядку зі змiнами від 07.02.2018;	Держгірпромнагляд України, Територіальне управління по Сумській області Реєстр дозволів на виконання робіт підвищеної безпеки та на експлуатацію (застосування) машин, механізмів, устаткування підвищеної безпеки
№585/СМ/49д-19 з 07.11.2019 по 07.11.2022	Питні і санітарно-гігієнічні потреби Виробничі потреби Передача води вторинним водокористувачам	Стан: анульований, Форма дозволу: паперова	Сектор у Сумській області Держводагентства Реєстр дозволів на спеціальне водокористування

Джерело: складено на основі електронної бази даних по підприємству [19]

Фінансова звітність ПрАТ «Монделіс Україна» за 2021 рік

Приватне акціонерне товариство «Монделіс Україна» Звіт про сукупний дохід

Підприємство: ПрАТ «Монделіс Україна»	Дата (рік, місяць, число)	Код	
Територія: Україна	За ЄДРПОУ	2021	12
Організаційно-правова форма господарювання: ПАТ	За КОАТУУ	31	
Вид економічної діяльності	За КОПФГ	00382220	
Середня кількість працівників: 856	За КВЕД	6925010100	
		230	
		10.02;10.72;46.36;46.38	

Адреса, телефон: Сумська обл., м.Троїстинець, вул.Набережна 28-А

Одиниця виміру: тис.грн. без десятиго знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "V" у відповідній колонці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

v	v

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2021 року

Форма №1

Код за
ДКУД

1801001

АКТИВ	Примітки	Код рядка	31 грудня 2020	31 грудня 2021
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи		1000	1 526	1 488
первісна вартість		1001	8 333	8 456
накопичена амортизація		1002	(6 807)	(6 970)
Незавершені капітальні інвестиції	8	1005	274 301	95 112
Основні засоби	8	1010	1 588 767	1 772 830
первісна вартість	8	1011	2 252 708	2 553 803
Знос	8	1012	(863 941)	(780 773)
Інвестиційна нерухомість		1015	-	-
Довгострокові біологічні активи		1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	9	1030	381 642	268 046
інші фінансові інвестиції		1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість		1040	-	-
Відстрочені податкові активи	25	1045	64 351	72 014
Інші необоротні активи		1090	-	-
Усього за розділом I		1095	2 310 587	2 209 488
II. Оборотні активи				
Запаси	10	1100	508 118	683 833
Виробничі запаси		1101	239 008	283 884
Незавершене виробництво		1102	31 052	32 054
Готова продукція		1103	123 658	212 263
Товари		1104	114 402	155 632
Поточні біологічні активи		1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	11	1125	565 853	722 341
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	11	1130	30 160	29 696
з бюджетом	11	1135	98 287	70 861
у тому числі з податку на прибуток		1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	7, 11	1145	332 824	229 868
Інша поточна дебіторська заборгованість	11	1155	1 109	510
Поточні фінансові інвестиції		1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	12	1165	258 190	292 183
Готівка		1166	-	-
Рахунки в банках	12	1167	258 190	292 183
Витрати майбутніх періодів	12	1170	2 081	1 814
Інші оборотні активи	13	1190	23 137	10 578
Усього за розділом II		1195	1 817 759	2 041 682
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття		1200	-	-
Баланс		1300	4 128 346	4 251 170

Примітки на стор 11-41 є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності

Приватне акціонерне товариство «Монделіс Україна»
Звіт про сукупний дохід

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2021 року
Форма №1
(продовження)

ПАСИВ	Примітки	Код рядка	31 грудня 2020	31 грудня 2021
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	14	1400	1 883	1 883
Капітал у дооцінках		1405	-	-
Додатковий капітал		1410	-	-
Емісійний дохід	14	1411	83 548	83 548
Резервний капітал	14	1415	899	899
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	14	1420	2 069 648	2 347 134
Неоплачений капітал		1425	(-)	(-)
Вилучений капітал		1430	(-)	(-)
Усього за розділом I		1495	2 155 974	2 433 462
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання		1500	-	-
Довгострокові кредити банків		1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	15	1515	52 757	41 767
Довгострокові забезпечення		1520	-	-
довгострокові забезпечення витрат персоналу		1521	-	947
Цільове фінансування		1525	-	-
Усього за розділом II		1595	52 757	42 714
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	17	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	15	1610	24 841	12 826
товари, роботи, послуги	16	1615	1 437 032	1 226 262
розрахунками з бюджетом		1620	16 525	24 606
у тому числі з податку на прибуток		1621	16 904	20 819
розрахунками зі страхування		1625	1 060	1 791
розрахунками з оплати праці		1630	5 609	11 542
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами		1635	3 680	10 088
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками		1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	7, 16	1645	129 045	146 435
Поточні забезпечення	18	1660	297 614	338 813
Доходи майбутніх періодів		1665	-	-
Інші поточні зобов'язання		1690	4 409	2 631
Усього за розділом III		1695	1 919 615	1 774 994
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття		1700	-	-
Баланс		1900	4 128 346	4 251 170

Окрема фінансова звітність Компанії станом на 31 грудня 2021 року та за рік, який закінчився зазначеною датою, була затверджена керівництвом 16 вересня 2022 року.

Ігнатів Є.В., Директор фабрики

Єфанова В.М., Головний бухгалтер



Примітки на стор 11-41 є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності

Приватне акціонерне товариство «Монделіс Україна»
Звіт про сукупний дохід

Підприємство: ПрАТ Монделіс Україна»

Дата (рік, місяць, число)
За ЄДРПОУ

Код		
2021	12	31
00382220		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за 2021 рік

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

I. Фінансові результати

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1		2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	19	2000	8 506 944	7 229 422
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	20	2050	(7 292 108)	(5 946 816)
Валовий:		2090	1 214 836	1 282 606
Прибуток		2095	(-)	(-)
Збиток		2120	68 495	38 790
Інші операційні доходи	21	2130	(275 893)	(248 320)
Адміністративні витрати	20	2150	(448 239)	(289 606)
Витрати на збут	22	2180	(21 396)	(144 151)
Інші операційні витрати				
Фінансовий результат від операційної діяльності:				
Прибуток		2190	537 801	639 319
Збиток		2195	(-)	(-)
Дохід від участі в капіталі		2200	13 469	29 894
Інші фінансові доходи		2220	340	812
Інші доходи		2240	-	-
Фінансові витрати	23	2250	(10 328)	(13 247)
Втрати від участі в капіталі		2255	(-)	(-)
Інші витрати	24	2270	(8 206)	(5 760)
Фінансовий результат до оподаткування:				
Прибуток		2290	533 076	651 018
Збиток		2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	25	2300	(99 711)	(118 958)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування		2305	(-)	(-)
Чистий фінансовий результат:				
Прибуток		2350	433 365	532 060
Збиток		2355	(-)	(-)

II. Сукупний дохід

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1		2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів		2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів		2405	-	-
Накопичені курсові різниці		2410	-	-
Частина іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств		2415	-	-
Інший сукупний дохід		2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування		2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом		2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування		2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)		2465	433 365	532 060

Примітки на стор 11-41 є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності

Продовж. додатку В

Приватне акціонерне товариство «Монделіс Україна»
Звіт про сукупний дохід

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2021 рік
Форма №2
(продовження)

III. Елементи операційних витрат

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1		2	3	4
Матеріальні затрати		2500	4 822 793	3 829 140
Витрати на оплату праці		2505	295 026	247 320
Відрахування на соціальні заходи		2510	55 960	47 224
Амортизація		2515	154 706	132 123
Інші операційні витрати		2520	925 182	929 553
Разом		2550	6 253 667	5 185 360

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1		2	3	5
Середньорічна кількість простих акцій		2600	3 424 222	3 424 222
Скоригована середньорічна кількість простих акцій		2605	3 424 222	3 424 222
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію		2610	126,56	155,38
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію		2615	126,56	155,38
Дивіденди на одну просту акцію		2650	-	-

Ігнатов Є.В., Директор фабрики

Єфанова В.М., Головний бухгалтер



Приватне акціонерне товариство «Монделіс Україна»
Примітки до фінансової звітності за рік, що закінчився 31 грудня 2021 року

розформована з урахуванням строку давності щодо можливості оскарження по таких позиціях в майбутніх звітних періодах.

19 Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)

Нижче подана інформація щодо реалізації за видами продукції:

У тисячах гривень	2021 рік	2020 рік
Кондитерські вироби	4 582 432	3 432 832
Печиво	1 951 448	1 739 221
Какао-продукція	909 924	779 100
Солоні закуски	877 924	1 130 662
Жувальна гумка	185 216	147 607
Всього доходу	8 506 944	7 229 422

Нижче подана інформація щодо реалізації продукції Компанії за географічними регіонами:

У тисячах гривень	2021 рік	2020 рік
Реалізація на експорт	4 587 530	3 929 778
Реалізація на внутрішньому ринку	3 919 414	3 299 644
Всього доходу	8 506 944	7 229 422

Нижче подана інформація щодо реалізації продукції Компанії за країнами:

У тисячах гривень	2021 рік	2020 рік
Реалізація на експорт	4 587 530	3 929 778
в тому числі:		
Швейцарія	2 691 440	1 998 955
Російська Федерація	557 248	981 285
Казахстан	409 484	217 555
Білорусь	215 459	222 538
Азербайджан	207 254	139 269
Грузія	187 580	147 161
Молдова	124 104	113 131
Інші країни	194 981	109 884
Реалізація на внутрішньому ринку	3 919 414	3 299 644
Всього доходу	8 506 944	7 229 422

Компанія визнає всю виручку при передаванні товарів у певний момент часу за всіма продуктовими лініями.

20 Витрати за видами

У тисячах гривень	2021 рік	2020 рік
Товарно-матеріальні запаси	6 549 253	5 336 376
Заробітна плата та нарахування до фондів соціального страхування	345 375	290 093
Рекламні витрати та інші витрати з просування продукції	274 930	153 318
Роялті	245 182	77 547
Амортизація основних засобів	151 924	129 717
Витрати на транспортні, вантажно-розвантажувальні послуги та послуги складського зберігання	146 671	139 638
Електроенергія та газ	125 735	68 853
Послуги з управління	32 542	164 872
Виробничі втрати та списання запасів	7 322	9 310
Інше	137 306	115 018
Всього операційних витрат	8 016 240	6 484 742
Включені до таких категорій:		
- Собівартість реалізованої продукції	7 292 108	5 946 816
- Витрати на збут	448 239	289 606
- Загальні та адміністративні витрати	275 893	248 320
Всього операційних витрат	8 016 240	6 484 742

Фінансова звітність ПрАТ «Монделіс Україна» за 2020 рік

Приватне акціонерне товариство «Монделіс Україна»
Звіт про фінансовий стан

Підприємство: ПрАТ «Монделіс Україна»	Дата (рік, місяць, число)	Коди	
Територія: Україна	За ЄДРПОУ	2020	12
Організаційно-правова форма господарювання: ПАТ	За КОАТУУ		31
Вид економічної діяльності:	За КОПЕГ	00362220	
Середня кількість працівників: 888	За КВЕД	6625010100	
		230	
		10.82:10.72:46.36:46.38	

Адреса, телефон: Сумська обл., м.Троїцьке, вул.Набережна 28-А

Одиниці виміру: тис.грн. без десятичного знаку (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "х" у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2020 року

Форма №1

Код за
ДКУД

1801001

АКТИВ	Примітки	Код рядка	31 грудня 2019	31 грудня 2020
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи		1000	2 543	1 528
первісна вартість		1001	7 633	8 333
накопичена амортизація		1002	(5 090)	(6 807)
Незавершені капітальні інвестиції	8	1005	133 530	274 301
Основні засоби	8	1010	1 577 619	1 588 767
первісна вартість		1011	2 107 822	2 252 708
Знос		1012	(530 203)	(663 941)
Інвестиційна нерухомість		1015	-	-
Довгострокові біологічні активи		1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	9	1030	351 748	381 642
інші фінансові інвестиції		1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість		1040	-	-
Відстрочені податкові активи	25	1045	68 398	64 351
Інші необоротні активи		1090	-	-
Усього за розділом I		1095	2 133 836	2 310 587
II. Оборотні активи				
Запаси	10	1100	440 236	508 118
Виробничі запаси		1101	203 007	239 006
Незавершене виробництво		1102	37 845	31 052
Готова продукція		1103	101 036	123 658
Товари		1104	98 348	114 402
Поточні біологічні активи		1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	11	1125	570 137	565 853
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	11	1130	20 344	30 160
з бюджетом	11	1135	92 620	96 287
у тому числі з податку на прибуток		1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	7, 11	1145	234 416	332 824
Інша поточна дебіторська заборгованість	11	1155	524	1 109
Поточні фінансові інвестиції		1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	12	1165	93 539	258 190
Готівка		1166	-	-
Рахунки в банках	12	1167	93 539	258 190
Витрати майбутніх періодів	12	1170	1 323	2 081
Інші оборотні активи	13	1190	4 957	23 137
Усього за розділом II		1195	1 458 096	1 817 759
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття		1200	-	-
Баланс		1300	3 691 932	4 128 346

Примітки на стор 9-34 є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності

Приватне акціонерне товариство «Монделіс Україна»
Звіт про фінансовий стан

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2020 року
Форма №1
(продовження)

ПАСИВ	Примітки	Код рядка	31 грудня 2019	31 грудня 2020
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	14	1400	1 883	1 883
Капітал у дооцінках		1405	-	-
Додатковий капітал		1410	-	-
Емісійний дохід	14	1411	83 548	83 548
Резервний капітал	14	1415	899	899
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	14	1420	1 657 598	2 059 548
Неоплачений капітал		1425	(-)	(-)
Вилучений капітал		1430	(-)	(-)
Усього за розділом I		1498	1 743 914	2 155 974
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання		1500	-	-
Довгострокові кредити банків		1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	15	1515	33 676	52 757
Довгострокові забезпечення		1520	-	-
Цільове фінансування		1525	-	-
Усього за розділом II		1598	33 676	52 757
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	17	1600	47 000	-
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	15	1610	24 226	24 641
товари, роботи, послуги	16	1615	1 085 527	1 437 032
розрахунками з бюджетом		1620	23 649	16 525
у тому числі з податку на прибуток		1621	20 023	16 904
розрахунками зі страхування		1625	1 143	1 060
розрахунками з оплати праці		1630	7 673	5 609
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами		1635	4 180	3 680
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками		1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	7, 18	1645	259 214	129 048
Поточні забезпечення	18	1660	359 447	297 614
Доходи майбутніх періодів		1665	-	-
Інші поточні зобов'язання		1690	3 083	4 409
Усього за розділом III		1695	1 814 342	1 819 616
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття		1700	-	-
Баланс		1900	3 591 932	4 126 346

Затверджено до випуску та підписано від імені Компанії 23 квітня 2021

Ігнатів Є.В., Директор фабрики

Ефанова В.М., Головний бухгалтер



Продовж. додатку Г

Приватне акціонерне товариство «Монделіс Україна»
Звіт про сукупний дохід

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2020 рік
Форма №2
(продовження)

III. Елементи операційних витрат

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1		2	3	4
Матеріальні затрати		2500	3 829 140	3 080 199
Витрати на оплату праці		2505	247 320	220 134
Відрахування на соціальні заходи		2510	47 224	38 495
Амортизація		2515	132 123	130 251
Інші операційні витрати		2520	929 553	665 633
Разом		2550	5 185 360	4 335 709

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1		2	3	5
Середньорічна кількість простих акцій		2600	3 424 222	3 424 222
Скоригована середньорічна кількість простих акцій		2605	3 424 222	3 424 222
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію		2610	155,38	162,82
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію		2615	155,38	162,82
Дивіденди на одну просту акцію		2650	-	-

Ігнатов Є.В., Директор фабрики

Сфанова В.М., Головний бухгалтер



Приватне акціонерне товариство «Монделіс Україна»
Примітки до фінансової звітності за рік, що закінчиться 31 грудня 2020 року

Примітки до фінансової звітності

1 ПрАТ «Монделіс Україна» та його діяльність

ПрАТ «Монделіс Україна» (далі – Компанія) була заснована в Україні 8 лютого 1995 року. Компанія є акціонерним товариством з відповідальністю акціонерів, обмеженою часткою акцій, що їм належать. Компанія була створена відповідно до вимог законодавства України.

Станом на 31 грудня 2020 року та 31 грудня 2019 року безпосереднім власником ПрАТ «Монделіс Україна» була компанія Kraft Foods Entity Holdings B.V., що є фактичним стримувачем доходу від діяльності Компанії. Кінцевий бенефіціарний власник (контролер), у розумінні Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення», у Компанії відсутній.

Нижче наведено схематичне зображення структури власності ПрАТ «Монделіс Україна»:

Назва компанії	Країна	Відсоток володіння (%)
Відкритий доступ (кінцеві бенефіціарні власники-фізичні особи, яким належить 25 і більше % акцій, відсутні)	-	-
MONDELEZ INTERNATIONAL, INC. Монделіс Інтернаціонал Інк. Публічна зареєстрована на Брай Корпорація, створена у відповідності до законодавства Спіддружності Вірджинія, США, з головним офісом за адресою: 905 West Fulton Market, С'ят #200, Чикаго, Іллінойс 60607, США (905 West Fulton Market, Suite #200, Chicago, Illinois 60607, United States of America), зареєстрована VA number 0660179	США	100
Непряме володіння	США / Нідерланди	100
KRAFT FOODS ENTITY HOLDINGS B.V. Крафт Фудс Ентіті Холдінгс Б.В. Приватна компанія з обмеженою відповідальністю, що зареєстрована відповідно до законодавства Нідерландів, з місцем знаходження: Wilhelminakanaal Zuid 110, 4903 RA, Oosteraut, Нідерланди (Wilhelminakanaal Zuid 110, 4903 RA, Oosteraut, the Netherlands), зареєстрована в комерційному реєстрі Торгової Палати Нідерландів за номером 52141349	Нідерланди	100
ПрАТ «Монделіс Україна»	Україна	100

Основна діяльність. Основною діяльністю Компанії є виробництво та реалізація кондитерських виробів, печива та солоних закусок. Виробничі потужності Компанії розташовані у Сумській області.

Юридична адреса та місце здійснення діяльності: вул. Набережна 28А, м. Тростянець, Сумська область, Україна.

Валюта представлення. Ця фінансова звітність представлена у тисячах українських гривень. Українська гривня є національною валютою України. Якщо не вказано інше, всі суми наведені з округленням до тисяч.

2 Умови, в яких працює Компанія

На сьогодні в Україні спостерігається відносна політична та соціально-економічна стабільність. Обраний в 2019 році Президент України поки що має найвищий рейтинг довіри серед населення, його політична партія «Слуга народу» також користується популярністю. У кінці 2020 року завершилась остання виборча кампанія – вибори до місцевих органів влади. Без потрясінь працюють Парламент, Уряд, Національний банк, гілки виконавчої влади, хоча реформування останніх ще продовжується.

Все це позитивно вплинуло на економічну ситуацію в Україні в 2020 році, незважаючи на карантинні обмеження, пов'язані з пандемією COVID-19. Починаючи з червня минулого року, економічна ситуація поступово почала покращуватись на тлі пом'якшення карантинних обмежень та стимулюючих програм уряду. Зокрема, падіння ВВП у III кварталі уповільнилось до 3,5%, а в IV кварталі до 1%. Зокрема, завдяки таким стимулюючим заходам уряду, як розширення програми "Доступні кредити 5-7-9" та запровадження нового інструменту – портфельних кредитних гарантій, було спрощено доступ до фінансів для малого та середнього бізнесу. Під час посилення карантинних обмежень було реалізовано 3 нові програми підтримки бізнесу (допомога ФОПам і працівникам 8 тисяч гривень, допомога роботодавцям, компенсація ЄСВ), загальна сума компенсацій по яким склала 4,7 млрд. грн. Для збереження робочих місць було запроваджено допомогу по частковому безробіттю. Ця програма дозволила зберегти робочі місця для близько 400 тисяч людей, а сума компенсації склала 2,8 млрд. грн. Позитивним моментом, який мав вплив на стабілізацію економіки і курс долара США, було також підписання з МВФ 18-місячної угоди для України на суму 5 млрд. доларів.

Фінансова звітність ПрАТ «Монделіс Україна» за 2019 рік

Приватне акціонерне товариство «Монделіс Україна» Звіт про фінансовий стан

Підприємство: ПрАТ «Монделіс Україна»	Дата (рік, місяць, число)	Коды		
Територія: Україна	За ЄДРПОУ	2019	12	31
Організаційно-правова форма господарювання: ПАТ	За КОАТУУ	00382220		
Вид економічної діяльності:	за КОПФГ	5925010100		
Середня кількість працівників: 850	За КВЕД	230		
		10.82:10.72:46.36:46.38		

Адреса, телефон: Сумська обл., м.Тростянець, вул.Набережна 28-А

Одиниця виміру: тис.грн. без десятого знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2019 року

Форма №1

Код за
ДКУД

1801001

АКТИВ	Примітки	Код рядка	31 грудня 2018	31 грудня 2019
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи		1000	3 289	2 543
первісна вартість		1001	7 082	7 633
накопичена амортизація		1002	(3 793)	(5 090)
Незавершені капітальні інвестиції	9	1005	109 069	133 530
Основні засоби	9	1010	1 487 114	1 577 619
первісна вартість		1011	1 901 811	2 107 822
Знос		1012	(414 697)	(530 203)
Інвестиційна нерухомість		1015	-	-
Довгострокові біологічні активи		1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	10	1030	305 735	351 748
інші фінансові інвестиції		1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість		1040	-	-
Відстрочені податкові активи	24	1045	60 110	68 396
Інші необоротні активи		1090	-	-
Усього за розділом I		1095	1 965 317	2 133 836
II. Оборотні активи				
Запаси	11	1100	466 290	440 236
Виробничі запаси		1101	200 728	203 007
Незавершене виробництво		1102	32 320	37 845
Готова продукція		1103	119 227	101 036
Товари		1104	114 015	98 348
Поточні біологічні активи		1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	12	1125	324 557	570 137
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	12	1130	25 571	20 344
з бюджетом	12	1135	121 868	92 620
у тому числі з податку на прибуток		1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	8, 12	1145	302 902	234 416
Інша поточна дебіторська заборгованість	12	1155	880	524
Поточні фінансові інвестиції		1160	5 091	-
Гроші та їх еквіваленти	13	1165	257 514	93 539
Готівка		1166	-	-
Рахунки в банках	13	1167	257 514	93 539
Витрати майбутніх періодів	12	1170	1 298	1 323
Інші оборотні активи	14	1190	7 269	4 957
Усього за розділом II		1195	1 513 240	1 458 096
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття		1200	-	-
Баланс		1300	3 478 557	3 591 932

Примітки на стор 9-37 є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності

Приватне акціонерне товариство «Монделіс Україна»
Звіт про фінансовий стан

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2019 року
Форма №1
(продовження)

ПАСИВ	Примітки	Код рядка	31 грудня 2018	31 грудня 2019
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	15	1400	1 883	1 883
Капітал у дооцінках		1405	5 091	-
Додатковий капітал		1410	11 509	-
Емісійний дохід	15	1411	83 546	83 546
Резервний капітал		1415	899	899
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)		1420	1 398 534	1 657 586
Неоплачений капітал		1425	(-)	(-)
Вилучений капітал		1430	(-)	(-)
Усього за розділом I		1495	1 501 462	1 743 914
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання		1500	-	-
Довгострокові кредити банків		1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	16	1515	-	33 676
Довгострокові забезпечення		1520	-	-
Цільове фінансування		1525	-	-
Усього за розділом II		1595	-	33 676
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	18	1600	41 500	47 000
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	16	1610	-	24 226
товари, роботи, послуги	17	1615	1 075 538	1 085 527
розрахунками з бюджетом		1620	23 237	23 649
у тому числі з податку на прибуток		1621	22 197	20 023
розрахунками зі страхування		1625	482	1 143
розрахунками з оплати праці		1630	5 075	7 873
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами		1635	683	4 180
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками		1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	8, 17	1645	515 131	258 214
Поточні забезпечення	19	1660	314 277	359 447
Доходи майбутніх періодів		1665	-	-
Інші поточні зобов'язання		1690	1 172	3 083
Усього за розділом III		1695	1 977 095	1 814 342
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття				
Баланс		1700	-	-
		1900	3 478 557	3 591 932

Затверджено до випуску та підписано від імені Компанії 28 квітня 2020 року.

Ігнатов Є.В., Директор фабрики

Єфанова В.М., Головний бухгалтер



Примітки на стор 9-37 є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності

Приватне акціонерне товариство «Монделіс Україна»
Звіт про сукупний дохід

Підприємство: ПрАТ Монделіс Україна»

Дата (рік, місяць, число)
За ЄДРПОУ

Коди		
2019	12	31
00382220		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за 2019 рік

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

I. Фінансові результати

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1		2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	20	2000	6 045 836	5 930 417
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	21	2050	(4 879 849)	(4 902 956)
Валовий:				
Прибуток		2090	1 165 987	1 027 461
Збиток		2095	(-)	(-)
Інші операційні доходи	22	2120	122 002	115 445
Адміністративні витрати	21	2130	(262 153)	(231 991)
Витрати на збут	21	2150	(347 498)	(261 622)
Інші операційні витрати	23	2180	(17 826)	(38 180)
Фінансовий результат від операційної діяльності:				
Прибуток		2190	660 512	611 113
Збиток		2195	(-)	(-)
Дохід від участі в капіталі		2200	46 013	51 505
Інші фінансові доходи		2220	8 054	15 538
Інші доходи		2240		444
Фінансові витрати		2250	(20 150)	(1 908)
Втрати від участі в капіталі		2255	(-)	(-)
Інші витрати		2270	(17 638)	(113 495)
Фінансовий результат до оподаткування:				
Прибуток		2290	676 791	563 197
Збиток		2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	24	2300	(119 248)	(112 569)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування		2305	(-)	(-)
Чистий фінансовий результат:				
Прибуток		2350	557 543	450 628
Збиток		2355	(-)	(-)

II. Сукупний дохід

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1		2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів		2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів		2405	(5 091)	5 091
Накопичені курсові різниці		2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств		2415	-	-
Інший сукупний дохід		2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування		2450	(5 091)	5 091
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом		2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування		2460	(5 091)	5 091
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)		2465	552 452	455 719

Примітки на стор 9-37 є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності

Продовж. додатку Д

Приватне акціонерне товариство «Монделіс Україна»
Звіт про сукупний дохід

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
 за 2019 рік
 Форма №2
 (продовження)

III. Елементи операційних витрат

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1		2	3	4
Матеріальні затрати		2500	3 080 196	3 219 103
Витрати на оплату праці		2505	220 134	184 587
Відрахування на соціальні заходи		2510	39 495	33 352
Амортизація		2515	130 251	95 960
Інші операційні витрати		2520	865 633	1 308 506
Разом		2550	4 335 709	4 841 508

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1		2	3	5
Середньорічна кількість простих акцій		2600	3 424 222	3 424 222
Скоригована середньорічна кількість простих акцій		2605	3 424 222	3 424 222
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію		2610	162,82	131,60
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію		2615	162,82	131,60
Дивіденди на одну просту акцію		2650	-	-

Ігнатов Є.В., Директор фабрики

Єфанова В.М., Головний бухгалтер



Продовж. додатку Д

Приватне акціонерне товариство «Монделіс Україна» та його дочірня компанія
Звіт про зміни в капіталі

Підприємство: ПрАТ «Монделіс Україна»

Дата (рік, місяць, число)
За ЄДРПОУ

Коди		
2019	12	31
00382220		

Звіт про зміни у власному капіталі

за 2019 рік

Форма № 4

Код за ДКУД

1801005

Стаття	Код	Зареєст- рований капітал	Капітал у дооцін- ках	Додатковий капітал та Емісійний дохід	Резер- вний капітал	Нерозпо- ділений прибуток (непокритий збиток)	Неопла- чений капітал	Вилучений капітал	Всього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Залишок на початок року	4000	1 883	5 091	95 055	899	1 398 534	-	-	1 501 462
Коригування:									
Зміна облікової політики	4005	-	-	-	-	-	-	-	-
Виправлення помилок	4010	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші зміни	4090	-	-	-	-	-	-	-	-
Скоригований залишок на початок року	4095	1 883	5 091	95 055	899	1 398 534	-	-	1 501 462
Чистий прибуток (збиток) за звітний період	4100	-	-	-	-	557 543	-	-	557 543
Інший сукупний дохід за звітний період	4110	-	(5 091)	-	-	-	-	-	(5 091)
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	4112	-	(5 091)	-	-	-	-	-	(5 091)
Розподіл прибутку:									
Виплати власникам (дивіденди)	4200	-	-	-	-	(310 000)	-	-	(310 000)
Спрямування прибутку до зареєстрованого капіталу	4205	-	-	-	-	-	-	-	-
Відрахування до резервного капіталу	4210	-	-	-	-	-	-	-	-
Внески учасників:									
Внески до капіталу	4240	-	-	-	-	-	-	-	-
Погашення заборгованості з капіталу	4245	-	-	-	-	-	-	-	-
Вилучення капіталу:									
Викуп акцій (часток)	4260	-	-	-	-	-	-	-	-
Перепродаж викуплених акцій (часток)	4265	-	-	-	-	-	-	-	-
Анулювання викуплених акцій (часток)	4270	-	-	-	-	-	-	-	-
Вилучення частки в капіталі	4275	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші зміни в капіталі	4290	-	-	(11 509)	-	11 509	-	-	-
Разом змін у капіталі	4295	-	(5 091)	(11 509)	-	259 052	-	-	242 452
Залишок на кінець року	4300	1 883	-	83 546	899	1 657 586	-	-	1 743 914

Ігнатов Є.В., Директор фабрики

Єфанова В.М., Головний бухгалтер



Примітки на стор 9-37 є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності

Продовж. додатку Д

Приватне акціонерне товариство «Монделіс Україна»
Звіт про рух грошових коштів

Підприємство: ПРАТ «Монделіс Україна»

Дата (рік, місяць, число)
За ЄДРПОУ

Коди		
2019	12	31
		00382220

Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)

за 2019 рік

1801004

Форма №3 Код за ДКУД

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1		2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності				
Надходження від:				
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)		3000	7 293 771	7 122 869
Повернення податків і зборів у тому числі податку на додану вартість		3005	375 614	486 046
Цільового фінансування		3006	375 614	459 386
Надходження від отримання субсидій, дотацій		3010	3 805	2 584
Надходження авансів від покупців і замовників		3011	3 805	2 584
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках		3015	4 180	863
Надходження від боржників неустойки (штрафи, пені)		3025	8 054	12 980
Надходження від операційної оренди		3035	-	-
Інші надходження		3040	-	-
Витрачання на оплату:		3095	67 820	68 416
Товарів (робіт, послуг)		3100	(6 424 560)	(5 684 325)
Праці		3105	(187 805)	(154 114)
Відрахувань на соціальні заходи		3110	(43 110)	(36 801)
Зобов'язань з податків і зборів		3115	(687 285)	(612 734)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток		3116	(129 709)	(24 731)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість		3117	(480 568)	(510 723)
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів		3118	(77 008)	(77 280)
Витрачання на оплату авансів		3135	(20 416)	(25 590)
Інші витрачання		3190	(13 504)	(16 149)
Чистий рух коштів від операційної діяльності		3195	376 564	1 164 045
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності				
Надходження від реалізації:				
фінансових інвестицій		3200	-	-
необоротних активів		3205	7 319	9 426
Надходження від отриманих:				
відсотків		3215	-	-
дивідендів		3220	-	-
Надходження від деривативів		3225	-	-
Інші надходження		3250	-	-
Витрачання на придбання:				
фінансових інвестицій		3255	(-)	(-)
необоротних активів		3260	(200 010)	(400 470)
Виплати за деривативами		3270	(-)	(-)
Інші платежі		3290	(-)	(-)
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності		3295	(192 691)	(391 044)
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності				
Надходження від:				
Власного капіталу		3300	-	-
Отримання позик		3305	47 000	41 500
Інші надходження		3340	-	-
Витрачання на:				
Викуп власних акцій		3345	(-)	(-)
Погашення позик		3350	(41 500)	(-)
Сплату дивідендів		3355	(310 000)	(708 795)
Витрачання на сплату відсотків		3360	(7 519)	(1 658)
Заборгованість по фінансовій оренді		3365	(32 671)	(-)
Інші платежі		3390	(-)	(-)
Чистий рух коштів від фінансової діяльності		3395	(344 690)	(668 953)
Чистий рух грошових коштів за звітний період		3400	(160 817)	104 048
Залишок коштів на початок року		13	257 514	159 625
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів		3410	(3 158)	(6 159)
Залишок коштів на кінець року		3415	93 539	257 514

Ігнатов Є.В., Директор фабрики

Сфанова В.М., Головний бухгалтер



Примітки на стор 9-37 є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності