

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

Кафедра фінансів, банківської справи та страхування

Кваліфікаційна робота

магістра

на тему «Управління інвестиційною діяльністю ТОВ «Нестле Україна» та
шляхи її активізації»

Виконала: студентка 2 курсу групи 8.0722-фк-з
спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та
страхування, освітня програма фінанси і кредит

Г.П. Богдан

Керівник д.е.н., професор Огренич Ю.О.

Рецензент д.е.н., професор Крилов Д.В.

Запоріжжя – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економічний
Кафедра фінансів, банківської справи та страхування
Освітній рівень магістр
Спеціальність 072 Фінанси, банківська справа та страхування
Освітня програма фінанси і кредит

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____ Кущик А.П.

« ____ » _____ 2023 року

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

Богдан Ганні Павлівні

1. Тема роботи: «Управління інвестиційною діяльністю ТОВ «Нестле Україна» та шляхи її активізації»
керівник роботи: Огренич Юлія Олександрівна, д.е.н., професор
затверджені наказом ЗНУ від 01 травня 2023 р. № 651-с.
2. Строк подання студентом роботи: 10 листопада 2023 р.
3. Вихідні дані до роботи: дані фінансової звітності ТОВ «Нестле Україна», дослідження та наукові статті вітчизняних і зарубіжних авторів.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): визначити сутність, зміст та особливості управління інвестиційною діяльністю підприємств; провести оцінку фінансового стану ТОВ «Нестле Україна»; провести аналіз інвестиційної діяльності ТОВ «Нестле Україна»; розробити шляхи удосконалення управління інвестиційною діяльністю ТОВ «Нестле Україна»
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): кваліфікаційна робота містить 11 рис., 10 табл.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	д.е.н., професор Огренич Ю.О.	8.08.2023 р.	8.08.2023 р.
2	д.е.н., професор Огренич Ю.О.	13.09.2023 р.	13.09.2023 р.
3	д.е.н., професор Огренич Ю.О.	04.10.2023 р.	04.10.2023 р.

7. Дата видачі завдання: 20 червня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Складання бібліографії та вивчення літературних джерел	20.06.2023 р. – 30.07.2023 р.	виконано
2.	Виконання вступу	1.08.2023 р. – 07.08.2023 р.	виконано
3.	Виконання розділу 1	08.08.2023 р. – 12.09.2023 р.	виконано
4.	Виконання розділу 2	13.09.2023 р. – 3.10.2023 р.	виконано
5.	Виконання розділу 3	4.10.2023 р. – 17.10.2023 р.	виконано
6.	Формулювання висновків	18.10.2023 р. – 27.10.2023 р.	виконано
7.	Оформлення роботи, одержання відгуку та рецензії	28.10.2023 р. – 09.11.2023 р.	виконано
8.	Подання роботи на кафедру	10.11.2023 р.	виконано

Студент _____ Г.П. Богдан
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ Ю.О. Огренич
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ І.О. Щебликіна
(підпис) (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 89 с., 11 рис., 10 табл., 73 джерела, 6 додатків
Об'єктом дослідження є процес підвищення ефективності інвестиційної діяльності ТОВ «Нестле Україна».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних положень щодо підвищення ефективності інвестиційної діяльності.

Метою роботи є аналіз існуючих показників ефективності інвестиційної діяльності підприємства, а також напрямів та способів підвищення ефективності інвестиційної діяльності ТОВ «Нестле Україна».

В роботі було проаналізовано показники, які характеризують діяльність підприємства, його загальний фінансово-економічний стан та досліджено показники ефективності інвестиційної діяльності. У результаті аналізу було виявлено, що підприємство веде не достатньо ефективну інвестиційну діяльність.

Завдання: 1) аналіз літературних даних щодо інвестиційної діяльності та напрямків її підвищення; 2) оцінка діяльності ТОВ «Нестле Україна»; 3) аналіз ефективної діяльності ТОВ «Нестле Україна»; 4) шляхи удосконалення інвестиційної діяльності.

Методи досліджень: теоретичні методи, методи економічного й статистичного аналізу, логічні методи.

Одержані результати та їх новизна: удосконалення прикладних рекомендацій щодо стратегічного планування інвестиційної діяльності підприємства. Розроблено рекомендації щодо підвищення ефективності інвестиційної діяльності.

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ, ІНВЕСТИЦІЇ, ФІНАНСОВИЙ
СТАН, ПОКАЗНИКИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ,
ПІДПРИЄМСТВО

SUMMARY

Qualification work: 89 p., 11 fig., 10 tab., 73 references, 6 annex

The object of the study is the process of increasing the efficiency of investment activities of Nestlé Ukraine LLC.

The subject of the study is a set of theoretical, methodical and practical provisions on increasing the efficiency of investment activities.

The purpose of the work is to analyze the existing indicators of the efficiency of the enterprise's investment activity, as well as directions and methods of increasing the efficiency of the investment activity of Nestlé Ukraine LLC.

The work analyzed the indicators that characterize the enterprise's activity, its general financial and economic condition, and investigated the indicators of the efficiency of investment activities. As a result of the analysis, it was found that the company is not conducting sufficiently effective investment activities. However, in order to ensure further development, it is necessary to continue actions on the regional expansion of sales markets, to update the labor incentive system, as well as to introduce risk control in order to level the negative impact of factors on the investment activity of the enterprise.

Tasks: 1) analysis of literary data on investment activity and directions for its improvement; 2) assessment of activities of Nestle Ukraine LLC; 3) analysis of the effective range of Nestlé Ukraine LLC; 4) ways to improve investment activity.

Research methods: theoretical methods, with the help of which the peculiarities of the application of the organizational and economic mechanism in the management of the efficiency of the enterprise and its tools (means) are revealed; methods of economic and statistical analysis, which made it possible to analyze the efficiency of the researched enterprise, as well as to prove the economic efficiency of the implementation of the developed measures to improve the organizational and economic mechanism of managing its efficiency; logical

methods that made it possible to draw the main conclusions of the conducted research.

The obtained results and their novelty: improvement of applied recommendations regarding the strategic planning of the enterprise's investment activities. Recommendations for increasing the efficiency of investment activities have been developed.

INVESTMENT ACTIVITY, INVESTMENTS, FINANCIAL POSITION,
INDICATORS OF ASSESSMENT OF INVESTMENT ACTIVITY,
ENTERPRISE

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ.....	12
1.1 Сутність та зміст управління інвестиційною діяльністю підприємств.....	12
1.2 Особливості управління інвестиційною діяльністю підприємств	19
1.3 Методи оцінки інвестиційної діяльності підприємств	25
2 АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «НЕСТЛЕ УКРАЇНА»	33
2.1 Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Нестле Україна».....	33
2.2 Оцінка фінансового стану ТОВ «Нестле Україна».....	38
2.3 Оцінка інвестиційної діяльності ТОВ «Нестле Україна»	44
3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «НЕСТЛЕ УКРАЇНА".....	52
3.1 Формування системи управління інвестиційною діяльністю підприємств	52
3.2 Удосконалення підходу до оцінки ефективності управління інвестиційною діяльністю ТОВ «Нестле Україна»	59
3.3 Напрями підвищення ефективності інвестиційної діяльності.....	66
ВИСНОВКИ	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81
ДОДАТКИ.....	89

ВСТУП

Інвестиційна діяльність підприємства характеризує поточний стан розвитку підприємства, а також забезпечує суб'єкт господарювання додатковими джерелами економічних вигод. Питання методів та напрямів інвестування є критичним для управлінського персоналу компанії та визначає вектор подальшого розвитку підприємства, у разі доцільного управління інвестиційна діяльність здатна зменшити вплив негативних факторів на діяльність підприємства, запобігти кризовим станам. Саме тому проблема підвищення ефективності інвестиційно діяльності на підприємстві є актуальною та своєчасною на сучасному етапі розвитку економічних відносин.

У Законі України «Про підприємницьку діяльність» з самого визначення «підприємництва» можна виокремити, що основною метою діяльності суб'єкта господарювання є отримання прибутку: «Підприємництво - це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством».

Управління інвестиціями є пріоритетним напрямом реалізації загальної стратегії розвитку, як на рівні підприємств, та і держави. Здійснюючи інвестування у різні види активів, підприємства закладають фундамент ефективного функціонування і розвитку конкурентних переваг. Рішення які приймаються у сфері інвестування впливають на ринкове становище суб'єкта господарювання, тому сучасні керівники повинні досконало володіти технологіями та інструментами управління інвестиціями. Менеджери повинні адекватно оцінювати доцільність реалізації інвестиційних проєктів, проводити обґрунтовану оцінку їх економічної

привабливості, формувати ефективний механізм управління інвестиціями на підприємствах тощо. Тому, вдосконалення управління інвестиціями для ефективної діяльності підприємств є актуальною та своєчасною.

Метою кваліфікаційної роботи магістра є розробка теоретико-методичних засад та практичних рекомендацій щодо управління інвестиційною діяльністю.

Виходячи з цієї мети, були розроблені такі основні задачі дослідження:

- розкриття економічної сутності управління інвестиційною діяльністю підприємства;
- дослідження підходів до формування організаційно-економічного механізму управління інвестиційною діяльністю підприємства;
- формування методики оцінки організаційно-економічного механізму управління ефективністю інвестиційною діяльністю підприємства;
- аналіз ефективності інвестиційною діяльністю ТОВ «Нестле Україна»;
- оцінка існуючого механізму управління ефективності інвестиційною діяльністю підприємства;
- розроблення напрямів підвищення ефективності інвестиційною діяльністю підприємства;
- економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є ТОВ «Нестле Україна».

Предметом дослідження є процеси управління інвестиційною діяльністю ТОВ «Нестле Україна» .

Теоретичною та методичною основою дослідження з тематики управління інноваційною діяльністю є положення адаптивної економіки, наукові праці вчених-економістів із зазначеної проблематики. Для досягнення поставленої мети кваліфікаційної роботи було застосовано такі

методи, як узагальнення та систематизації – для узагальнення економічних процесів управління інвестиційною діяльністю суб'єктів господарювання; класифікації – для дослідження видів інвестицій за різними класифікаційними ознаками; структурно-логічного аналізу – для систематизації науково-методичних підходів дослідження інвестиційної діяльності підприємства; статистичного аналізу – для дослідження показників інвестиційної діяльності підприємств.

В ході дослідження було поставлено і вирішено такі завдання: 1) визначено суть поняття інвестиційної діяльності, її основних характеристик; 2) визначено показники, що допомагають оцінити інвестиційну діяльність підприємства; 3) висвітлено теоретичні основи підвищення ефективності інвестиційної діяльності та проблеми її реалізації в сучасних умовах; 4) досліджено характеристику підприємства, статистичну звітність та аналіз фінансового стану ТОВ «Нестле Україна»; 5) проведено оцінку ефективності інвестиційної діяльності ТОВ «Нестле Україна»; 6) розроблено напрями підвищення ефективності інвестиційної діяльності ТОВ «Нестле Україна».

Практичне значення отриманих результатів полягає у розробці й економічному обґрунтуванню напрямів підвищення ефективності інвестиційної діяльності, а саме пропозиції щодо підвищення ефективності інвестиційної діяльності шляхом подальшого розширення регіональних ринків збуту, оновлення системи стимулювання праці як складової поточного інвестиційного проекту, а також впровадження ризик-контролів задля нівелювання негативного впливу факторів на інвестиційну діяльність підприємства.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти, фахова література, матеріали наукових конференцій та періодичних видань, статистичні дані ТОВ «Нестле Україна», результати власних досліджень та проведеного аналізу.

Наукова новизна отриманих результатів визначається такими основними положеннями:

- удосконалено методика оцінки ефективності діяльності підприємства шляхом врахування факторів зовнішнього та внутрішнього середовища;
- удосконалено організаційно-економічний механізм управління інвестиційною діяльністю підприємств;
- має подальший розвиток: підхід до оцінки організаційно-економічного механізму управління інвестиційною діяльністю підприємства та її застосування підприємствами в сучасних умовах господарювання.

Розроблено організаційно-економічний механізм управління інвестиційною діяльністю, який дозволяє підвищити ефективність діяльності ТОВ «Нестле Україна» за рахунок оптимізації дилерської мережі та удосконалення комунікаційної політики, які функціонують в умовах, ускладнених наслідками пандемії та вимагають пошуку напрямів покращення показників їх діяльності.

Апробація результатів роботи: II Міжнародна науково-практична конференція під назвою «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи», яка відбулася 22 квітня 2021 року у місті Києві.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1 Сутність та зміст управління інвестиційною діяльністю підприємств

Результативність інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств залежить від ефективності функціонування системи управління інноваційно-інвестиційними процесами, здатності менеджменту швидко реагувати на зміни в економічному середовищі та приймати оптимальні інноваційно-інвестиційні управлінські рішення із врахуванням факторів ризику та невизначеності.

Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств має полягати в їх орієнтації на ринок та засновуватись на сучасній управлінській та маркетинговій концепціях, формуванні нового образу мислення і нового способу дій, розвитку комунікаційних зв'язків підприємств з ринком та застосуванням інструментарію управління [1].

Поняття «інвестиційна діяльність», як і переважна більшість інших економічних понять, має різне визначення, сфери вживання терміну то залежно від підходів вчених. Нижче у таблиці наведені поняття «інвестиційної діяльності» (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Поняття «інвестиційна діяльність» на думку вчених [2-7]

Автор	Поняття
Маренков Н. Л.	процес, спрямований на ідентифікацію економічного зростання
Гриньов А.В.	діяльність, спрямована на організацію та координацію інвестиційного процесу, яка ґрунтується на системі принципів, організаційно-економічних методів та техніки розробки й реалізації управлінських рішень

Продовження таблиці 1.1

Матькін Ю.	який визначає інвестиційну діяльність як основний засіб соціального й економічного розвитку, процес реалізації інвестицій різних видів і форм
Пересада А.А.	послідовна сукупність дій її суб'єктів (інвесторів та учасників) щодо здійснення інвестицій з метою одержання доходу або прибутку
Федоренко В.	процес управління усіма аспектами інвестиційної діяльності суб'єкта підприємництва
А. Пересада А. Ідрисова	вкладення капіталу в об'єкти підприємницької діяльності з метою забезпечення його зростання в майбутньому
Дж. Розенберг	використання грошей з метою отримання більших грошей, отримання доходу або досягнення приросту капіталу, або і для того, і для іншого
М. Войнаренко, Л. Бушовська	як сукупність дій і заходів з розміщення коштів (інвестицій) з метою отримання зростаючої величини прибутку і досягнення позитивного фінансового результату підприємства.
П. Доуртмес	як процес вкладання ресурсів, що забезпечують безперервність життєдіяльності підприємства.
Б. Нкайя, М. Ларка	як умова забезпечення зростання ефективності підприємницької діяльності і фінансової стійкості підприємства.

Попри вагомість наявного наукового доробку та наявність значної кількості праць вчених-економістів, які вивчають дану проблематику, можна констатувати відсутність єдиних підходів до розуміння сутності та змісту управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств, що спонукає до подальшого дослідження теоретико-методологічних аспектів управління інноваційно-інвестиційною діяльністю.

Підсумовуючи усі визначення, наведені у таблиці вище можна стверджувати, що правове визначення інвестиційної діяльності розглядається зі сторони цивільних відносин, які виникають у результаті такої діяльності, а за визначеннями П(С)БО та М(С)БО акцент робиться на вкладенні грошових

коштів у те, що не є їхнім еквівалентом. Провідні ж економісти у своїх визначеннях роблять акцент на економічній вигоді такої діяльності, тобто отримання прибутку. Визначення останніх, на нашу думку, є більш економічно правильними, оскільки висвітлюють інвестиційну діяльність у більш широкому значенні та чітко визначають її мету. Саме тому у даній роботі інвестиційна діяльність буде розглядатися саме зі сторони дій підприємства по забезпеченню свого зростання та покращення фінансового стану.

В економіці будь-якої країни, регіону, галузі та окремого підприємства надзвичайно важливе значення мають інновації та інвестиції. Згідно з теорією конкурентних переваг М. Портера інновації та інвестиції виступають основними структурними джерелами економічного розвитку [8]. Однією з обов'язкових умов підтримання та посилення конкурентних позицій підприємств є активне впровадження інновацій в процеси виробничого, економічного, управлінського, соціального характеру та інвестиційного їх забезпечення, тобто здійснення ефективних інноваційної та інвестиційної діяльності.

Сучасні теорії та практика управління інноваційноінвестиційною діяльністю підприємств сформувались як результат розвитку управлінської науки, яка тісно переплітається з історичним процесом і перебуває в взаємозв'язку з розвитком інших економічних наук та науки загалом. Еволюція наукових поглядів щодо управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємства відбувалась співвідносно з розвитком наукових поглядів та підходів щодо розуміння сутності та трактування змісту таких ключових категорій і понять, як «інвестиції» та «інновації».

На погляд А. В. Череп та С. В. Маркова, інноваційноінвестиційна діяльність – «... це економіко-соціальноправова категорія, що відображає комплекс практичних заходів щодо використання інтелектуальної праці, результати якої виражені в новому (раніше не відомому) або вдосконаленні наявних властивостей об'єкта при залученні інвестиційних ресурсів з метою

отримання прибутку та іншого позитивного ефекту (соціального, екологічного та інше) ...» [9].

Інвестиції є одним з головних факторів економічного зростання. Потік інвестиційних ресурсів забезпечує просте або розширене відтворення, в той час як інновації є якісною складовою інвестицій, яка визначає напрями інвестування. Інвестиції в інновації, відповідно до теорій економічного зростання (класичної, неокласичної, кейнсіанської, некейнсіанської), є однією з головних складових економічного зростання.

Також у Законі України «Про інвестиційну діяльність» не широко висвітлює поняття інвестиційної діяльності, зводячи її визначення до поняття «інвестиції», яке у нормативно-правовому акті трактується таким чином: «Інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) та/або досягається соціальний та екологічний ефект» [10].

Відповідно до ЗУ «Про інвестиційну діяльність» також можна виділити суб'єкти та об'єкти інвестиційної діяльності.

Об'єктами інвестиційної діяльності можуть бути будь-яке майно, в тому числі основні фонди і оборотні кошти в усіх галузях економіки, цінні папери (крім векселів), цільові грошові вклади, науково-технічна продукція, інтелектуальні цінності, інші об'єкти власності, а також майнові права.

Суб'єктами (інвесторами і учасниками) інвестиційної діяльності можуть бути громадяни і юридичні особи України та іноземних держав, а також держави.

Інвестори - суб'єкти інвестиційної діяльності, які приймають рішення про вкладення власних, позичкових і залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування.

Інвестори можуть виступати в ролі вкладників, кредиторів, покупців, а також виконувати функції будь-якого учасника інвестиційної діяльності.

Учасниками інвестиційної діяльності можуть бути громадяни та юридичні особи України, інших держав, які забезпечують реалізацію інвестицій як виконавці замовлень або на підставі доручення інвестора [10].

Для інвестиційної діяльності підприємства характерними є такі основні особливості, як:

1. Інвестиційна діяльність є ключовою формою забезпечення зростання операційної діяльності підприємства і відносно її цілей та задач має підпорядкований характер. Незважаючи на те, що деякі форми інвестицій підприємства можуть генерувати на окремих етапах його розвитку прибуток більший, ніж його операційна діяльність, головним стратегічним завданням підприємства є розвиток операційної діяльності, забезпечення умов для підвищення операційного прибутку.

2. Форми і методи інвестиційної діяльності значно меншою мірою ніж його операційна діяльність залежать від галузевих особливостей підприємства. Механізм інвестиційної діяльності практично ідентичний на підприємствах будь-якої галузевої приналежності, що визначається тією особливістю інвестиційної діяльності, яка відбита в її тісному зв'язку з фінансовим ринком (ринком капіталу і ринком грошей), де практично відсутня галузева сегментація. У той час операційна діяльність підприємства здійснюється переважно в межах конкретних галузевих сегментів товарного ринку і має чітко визначені галузеві особливості операційного циклу.

3. Обсяги інвестиційної діяльності підприємства характеризуються суттєвою нерівномірністю по окремих періодах. Циклічність масштабів цієї діяльності визначається рядом умов – необхідністю попереднього накопичення фінансових засобів (інвестиційних ресурсів) для початку реалізації значних інвестиційних проектів, у сприятливих зовнішніх умовах, поступовістю формування внутрішніх умов для суттєвих «інвестиційних ривків».

4. Інвестиційний прибуток підприємства (а також інші форми ефекту від інвестицій) у процесі його інвестиційної діяльності формується зазвичай

зі значним «лагом запізнення». Це означає, що між витратами інвестиційних ресурсів і одержанням інвестиційного прибутку проходить, як правило, достатньо великий період часу, що визначає довгостроковий характер цих витрат.

5. Інвестиційна діяльність формує особливий самостійний вид грошових потоків підприємства, що суттєво розрізняються по окремих періодах за своєю спрямованістю. Протягом окремих періодів сума від'ємного грошового потоку від інвестицій підприємства може значно перевищувати суму позитивного грошового потоку по ній. Крім того, сума інвестиційного прибутку по окремих періодах може мати високий рівень коливань.

6. Інвестиційній діяльності підприємства притаманні специфічні види ризиків, що об'єднуються поняттям «інвестиційний ризик». Рівень інвестиційного ризику, як правило, значно перевищує рівень операційного (комерційного) ризику. Це пов'язано з тим, що в процесі інвестиційної діяльності ризик втрати капіталу (тобто «катастрофічний ризик») має більшу вірогідність виникнення, ніж у процесі операційної діяльності. Механізм формування необхідного рівня інвестиційного прибутку знаходиться в тісному зв'язку з рівнем ризику по даній інвестиції [11].

У відповідності до П(С)БО 4 «Звіт про рух грошових коштів» другим розділом форми 2 є «Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності». Основними положеннями стандарту щодо цього розділу є:

- рух грошових коштів у результаті інвестиційної діяльності визначається на основі аналізу змін у статтях розділу балансу;
- «Необоротні активи» та статті «Поточні фінансові інвестиції» і в розділі «IV. Неворотні активи та групи вибуття»;
- у статтях «Реалізація фінансових інвестицій», «Реалізація необоротних активів», «Реалізація майнових комплексів», «Отримані відсотки», «Отримані дивіденди», «Інші надходження» відображають суми грошових надходжень від продажу відповідних активів, надходження

грошових коштів у вигляді відсотків за позики або у вигляді дивідендів та інші надходження від інвестиційної діяльності;

– у статтях «Придбання фінансових інвестицій», «Придбання необоротних активів», «Придбання майнових комплексів», «Інші платежі» показують виплати грошових коштів для придбання відповідних активів або інші надходження інвестиційної діяльності;

– у статті «Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності» відображається результат руху коштів від інвестиційної діяльності з урахуванням руху коштів від надзвичайних подій [12].

Оскільки дані фінансової звітності підприємства відображають лише фактичні, номінальні числові характеристики інвестиційної діяльності у розрізі «доходи-витрати» і не відображає структурних, якісних, часових тощо змін в об'єктах інвестування підприємства, для більш глибокого його аналізу застосовують інвестиційний аналіз.

Інвестиційний аналіз – це комплекс методичних і практичних прийомів та методів розробки, обґрунтування й оцінки доцільності реалізації інвестицій з метою прийняття інвестором ефективного рішення.

Інвестиційний аналіз складає формаційну базу для ухвалення рішення щодо включення проекту в інвестиційний портфель, початку його інвестування, постійного моніторингу реалізації надає інвестиційний аналіз. Він є складовою процесу управління інвестиціями.

Методи і прийоми інвестиційного аналізу є засобами для глибокого дослідження явищ та процесів в інвестиційній сфері, а також формулювання на цій основі висновків і рекомендацій. Предметом інвестиційного аналізу є причинно-наслідкові зв'язки економічних процесів і явищ в інвестиційній діяльності, а також її соціально-економічна ефективність.

Об'єктом інвестиційного аналізу є фінансово-господарська діяльність підприємств в контексті взаємозв'язку з техніко-організаційними, соціальними та іншими умовами інвестиційної діяльності. Суб'єкти інвестиційного аналізу – це користувачі аналітичної інформації, що

безпосередньо або опосередковано зацікавлені в результатах і досягненнях інвестиційної діяльності підприємства. Метою інвестиційного аналізу є визначення цінності інвестицій, тобто ефекту, результату від їх здійснення, який в загальному випадку являє собою різницю між зміною вигід, які отримуються від інвестування при реалізації певних інвестиційних проектів, та зміною при цьому загальних обсягів витрат, що здійснюються в межах даних проектів [13].

1.2 Особливості управління інвестиційною діяльністю підприємств

Зважаючи на те, що війна є однією з найбільш серйозних загроз для стабільності економіки країни та функціонування підприємств, особливо в умовах ризику і нестабільності, проблема ефективного управління інвестиційною діяльністю підприємства в умовах воєнного стану є дуже актуальною та важливою для розвитку економіки країни. Умови воєнного стану суттєво впливають на економіку та ринкові умови, що призводить до зміни управлінських підходів та стратегій підприємств. У таких умовах ефективне управління інвестиційною діяльністю підприємства стає надзвичайно важливим, оскільки залежить від нього не тільки успіх підприємства, але й його виживання в умовах кризової ситуації.

Показники та чинники, які можуть вплинути на особливості управління інвестиційною діяльністю підприємства в умовах воєнного стану, відображають [14]:

- політичні та економічні ризики. Умови воєнного стану призводять до збільшення політичних та економічних ризиків, які можуть вплинути на інвестиційну діяльність підприємства;
- зміни в законодавстві. Умови воєнного стану можуть призвести до змін в законодавстві, які можуть вплинути на умови інвестування та функціонування підприємств;

– зміни на ринку. Умови воєнного стану можуть вплинути на ринкові умови, зокрема на попит та постачання, що може вплинути на інвестиційну діяльність підприємства;

– фінансова стійкість підприємства. Фінансова стійкість підприємства може вплинути на його можливості здійснювати інвестиційну діяльність в умовах воєнного стану;

– інвестиційні стратегії. Інвестиційні стратегії підприємства повинні бути адаптовані до умов воєнного стану, оскільки такі умови можуть призвести до зміни ризиків та умов інвестування.

Існують різні види управління інвестиційною діяльністю підприємства, розглянемо їх на рисунку 1.1



Рисунок 1.1 – Види управління інвестиційною діяльністю підприємства

Багаторівнева система управління інвестиційною діяльністю включає різні рівні управління, а саме:

- 1) національна економічна система (макрорівень);
- 2) види діяльності (мезорівень);
- 3) суб'єкти господарювання (макрорівень).

Багаторівнева система управління інвестиційною діяльністю включає в себе керуючу систему – суб'єктів управління, які різняться в залежності від рівня управління, і до них належать:

- 1) державні органи управління, інвестиційні інститути, тощо;

2) галузеві міністерства, організаційні структури та уповноважені урядом органи;

3) органи управління суб'єктів господарювання, фізичні особи, що здійснюють управління інвестиційною діяльністю.

Ефективність управління інвестиційною діяльністю залежать від керуючих впливів на керовану систему – об'єкти управління які зображені на рисунку 1.2



Рисунок 1.2 – Об'єкти управління інвестиційної діяльності

Оскільки інвестиційна діяльність може проявлятися у операціях з різноманітними за природою, характером та формою активами, то й методології та методичних підходів до оцінки такої діяльності існує досить широкій спектр.

Найбільш загальним, відносно поверхневим є аналіз показників з фінансової звітності підприємства. У процесі аналізу інвестиційної діяльності підприємства інформаційними джерелами є форма 1 «Баланс», форма 2 «Звіт про фінансові результати», форма 3 «Звіт про рух грошових коштів» та дані приміток до річної фінансової звітності. Результати інвестиційної діяльності підприємства визначаються на основі аналізу змін за статтями першого розділу балансу «Необоротні активи», статтею «Поточні фінансові

інвестиції» другого розділу балансу та за окремими статтями форми 2 «Звіт про фінансові результати» («Дохід від участі у капіталі», «Інші фінансові доходи», «Втрати від участі в капіталі», «Інші витрати»), розділу II «Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності» форми 3 «Звіт про рух грошових коштів» та частин III. «Капітальні інвестиції», IV. «Фінансові інвестиції» та у «Доходи і витрати» форми 5 «Примітки до фінансової звітності підприємства». Оцінку підприємства за даними його фінансової звітності доцільно розпочати з аналізу динаміки обсягів і структурних змін у цій діяльності протягом звітного періоду [15].

Кожний вид управління інвестиційною діяльністю підприємства має мету, функції та інструменти управління, які зображені на рис.1.3.

Відповідно до статті 10 Закону України «Про інвестиційну діяльність» інвестиційна діяльність може здійснюватись за рахунок [10]:

- 1) власних фінансових ресурсів інвестора, до яких належать:
 - прибуток;
 - амортизаційні відрахування;
 - відшкодування збитків від аварій, стихійного лиха;
 - грошові нагромадження і заощадження громадян, юридичних осіб тощо;
- 2) позичкових фінансових коштів інвестора, до яких належать:
 - облігації;
 - банківські кредити;
 - бюджетні кредити;
- 3) залучених фінансових коштів інвестора, до яких належать:
 - кошти, одержані від продажу акцій;
 - пайові та інші внески громадян і юридичних осіб;
- 4) бюджетних інвестиційних асигнувань;
- 5) безоплатних та благодійних внесків, пожертвувань організацій, підприємств і громадян.



Рисунок 1.3 – Мета, функції, інструменти кожного виду управління інвестиційною діяльністю підприємства

В умовах воєнного стану управління інвестиційною діяльністю підприємства стає більш складним і вимагає від керівництва підприємства специфічних знань і навичок. Війна призводить до змін в економічній ситуації та впливає на ринкові умови, що може призвести до нестабільності інвестиційної діяльності підприємства. Отже, проблема полягає в тому, як ефективно керувати інвестиційною діяльністю підприємства в умовах воєнного стану, забезпечити стійкість інвестиційної стратегії, зменшити ризики та мінімізувати втрати.

Зважаючи на те, що війна є однією з найбільш серйозних загроз для стабільності економіки країни та функціонування підприємств, особливо в умовах ризику і нестабільності, проблема ефективного управління інвестиційною діяльністю підприємства в умовах воєнного стану є дуже актуальною та важливою для розвитку економіки країни. Умови воєнного стану суттєво впливають на економіку та ринкові умови, що призводить до зміни управлінських підходів та стратегій підприємств. У таких умовах ефективне управління інвестиційною діяльністю підприємства стає надзвичайно важливим, оскільки залежить від нього не тільки успіх підприємства, але й його виживання в умовах кризової ситуації.

Показники та чинники, які можуть вплинути на особливості управління інвестиційною діяльністю підприємства в умовах воєнного стану, відображають [16]:

- політичні та економічні ризики. Умови воєнного стану призводять до збільшення політичних та економічних ризиків, які можуть вплинути на інвестиційну діяльність підприємства;
- зміни в законодавстві. Умови воєнного стану можуть призвести до змін в законодавстві, які можуть вплинути на умови інвестування та функціонування підприємств;

- зміни на ринку. Умови воєнного стану можуть вплинути на ринкові умови, зокрема на попит та постачання, що може вплинути на інвестиційну діяльність підприємства;
- фінансова стійкість підприємства. Фінансова стійкість підприємства може вплинути на його можливості здійснювати інвестиційну діяльність в умовах воєнного стану;
- інвестиційні стратегії. Інвестиційні стратегії підприємства повинні бути адаптовані до умов воєнного стану, оскільки такі умови можуть призвести до зміни ризиків та умов інвестування.

Нестабільна ситуація в країні призводить до загострення політичної та соціальної ситуації, що може призвести до скорочення інвестиційного клімату та зменшення інтересу іноземних інвесторів до підприємств в Україні.

Воєнний стан може призвести до зменшення попиту на продукцію підприємств, особливо тих, які займаються виробництвом цивільних товарів, що може призвести до зниження доходів та скорочення інвестицій.

Умови воєнного стану негативно вплинули на інвестиційну привабливість підприємств через зміну економічного середовища, зниження довіри інвесторів та погіршення стану безпеки. Для ефективного управління інвестиційною діяльністю підприємств в умовах воєнного стану необхідно оцінювати ризики, розробляти ефективну стратегію управління, встановити сталі зв'язки з партнерами і підтримувати стабільний фінансовий стан підприємства.

1.3 Методи оцінки інвестиційної діяльності підприємств

Основні методи оцінки спираються на проектні, планові та фактичні дані про витрати та результати, обумовлені реалізацією інвестиційних проектів в подальшій ефективній інвестиційній діяльності підприємства.
(рис. 1.4)

Виділені статистичні (що не враховують фактор часу) або традиційні (прості) методи оцінки економічної ефективності інвестиційних проєктів, такі як період окупності інвестицій – PP (Payback Period) і коефіцієнт ефективності інвестицій ARR (Accounted Rate of Return), відомі давно й широко використовувалися у вітчизняній та європейській практиці ще до того, як загальне визнання отримала концепція, заснована на дисконтуванні грошових надходжень. Коефіцієнт рентабельності інвестицій (ROI) або рентабельності активів є один із основних індикаторів конкурентоспроможності, показує необхідну суму інвестицій витрачених підприємством для отримання однієї грошової одиниці чистого доходу.



Рисунок 1.4 – Методи оцінки ефективності проєктної інвестиційної діяльності [15]

Ці розглянуті методи спираються на проек-тні, планові та фактичні дані про витрати та ре-зультати, обумовлені реалізацією інвестиційних проектів в подальшій ефективній інвестиційній діяльності підприємства.

Виділені статистичні (що не враховують фактор часу) або традиційні (прості) методи оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів, такі як період окупності інвестицій – PP (Payback Period) і коефіцієнт ефективності інвестицій ARR (Accounted Rate of Return), відомі давно й широко використовувалися у вітчизняній та європейській практиці ще до того, як загальне визнання отримала концепція, заснована на дисконтуванні грошових надходжень. Коефіцієнт рентабельності інвестицій (ROI) або рентабельності активів є один із основних індикаторів конкурентоспроможності, показує необхідну суму інвестицій витрачених підприємством для отримання однієї грошової одиниці чистого доходу.

Динамічні (що враховують фактор часу) або методи дисконтування, засновані на дисконтуванні грошових потоків. При використанні цих методів важливою складовою є пошук ставок дисконтування, які дозволяють привести доходи та витрати до значення, наближеним до реальних. Дисконтування являє собою процес перерахунку майбутньої вартості грошового потоку в поточну. При виборі ставки дисконтування треба враховувати інфляційні процеси, вартість всіх джерел для інвестицій та можливі показники ризиків.

При цьому кожний метод ґрунтується на од-ному й тому ж принципі – завдяки інвестиційним вкладенням торговельне підприємство повинно спрацювати ефективно, тобто отримати макси-мальний дохід та збільшити власний капітал.

Інвестиційний проект полягає в обґрунту-ванні економічної доцільності, обсягу, термінів здійснення інвестицій і містить проектно-

кошторисну документацію, розроблену відповідно до законодавства України і затверджених стандартів, а також бізнес-план.

Ефективність інвестиційного проекту відображає відповідність проекту цілям та інтересам його учасників. Оцінка ефективності інвестиційного проекту відповідно до офіційно діючих методичних рекомендацій має ґрунтуватися на певних принципах.

Сучасні запропоновані методи та принципи оцінки ефективності інвестиційної діяльності, дають можливість приймати достатньо обґрунтовані управлінські рішення з мінімальним рівнем похибки.

Механізм управління інвестиційною діяльністю підприємства є спосіб управління, послідовність процесів і стадій, відповідних процедур й інструментів; сукупність інституціональних та організаційних структур, комплекс використовуваних ними форм та методів; послідовність застосування різноманітних способів [17]. До структури цього механізму входять ринковий механізм саморегулювання та ціноутворення на основі попиту і пропозиції на різних інвестиційних ринках; державне нормативно-правове регулювання інвестиційної діяльності; внутрішній механізм регулювання інвестиційної діяльності; система конкретних методів управління, за допомогою яких передбачається досягнення конкретних результатів інвестиційної діяльності не залежно від джерела інвестування.

Загальною системою управління інвестиційною діяльністю підприємства передбачається визначення інвестиційних заходів, процесів й проектів реалізованих на підприємстві як в короткій так і довгостроковій перспективі, на основі результатів формування інвестиційної програми та планування інвестиційних проектних рішень із застосуванням економіко-математичних моделей.

Особливість інвестиційної діяльності полягає в моделюванні інвестиційної діяльності деталь-ного процесу виконання передбаченого проекту, що враховує тільки формалізовані фактори, не-формалізовані враховуються на підставі оцінки апарату управління.

У Законі України «Про підприємницьку діяльність» з самого визначення «підприємництва» можна виокремити, що основною метою діяльності суб'єкта господарювання є отримання прибутку: «Підприємництво - це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством» [13]. Отже, для інвестиційної діяльності надзвичайно важливим є прибутковість та ефективність.

Оскільки інвестиційна діяльність може проявлятися у операціях з різноманітними за природою, характером та формою активами, то й методології та методичних підходів до оцінки такої діяльності існує досить широкий спектр. Найбільш загальним, відносно поверхневим є аналіз показників з фінансової звітності підприємства. У процесі аналізу інвестиційної діяльності підприємства інформаційними джерелами є форма 1 «Баланс», форма 2 «Звіт про фінансові результати», форма 3 «Звіт про рух грошових коштів» та дані приміток до річної фінансової звітності. Результати інвестиційної діяльності підприємства визначаються на основі аналізу змін за статтями першого розділу балансу «Необоротні активи», статтею «Поточні фінансові інвестиції» другого розділу балансу та за окремими статтями форми 2 «Звіт про фінансові результати» («Дохід від участі у капіталі», «Інші фінансові доходи», «Втрати від участі в капіталі», «Інші витрати»), розділу II «Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності» форми 3 «Звіт про рух

грошових коштів» та частин III. «Капітальні інвестиції», IV. «Фінансові інвестиції» та у «Доходи і витрати» форми 5 «Примітки до фінансової звітності підприємства». Оцінку підприємства за даними його фінансової звітності доцільно розпочати з аналізу динаміки обсягів і структурних змін у цій діяльності протягом звітного періоду [18].

Розглянемо основні методи оцінки ефективності проектної інвестиційної діяльності на рисунку 1.5.

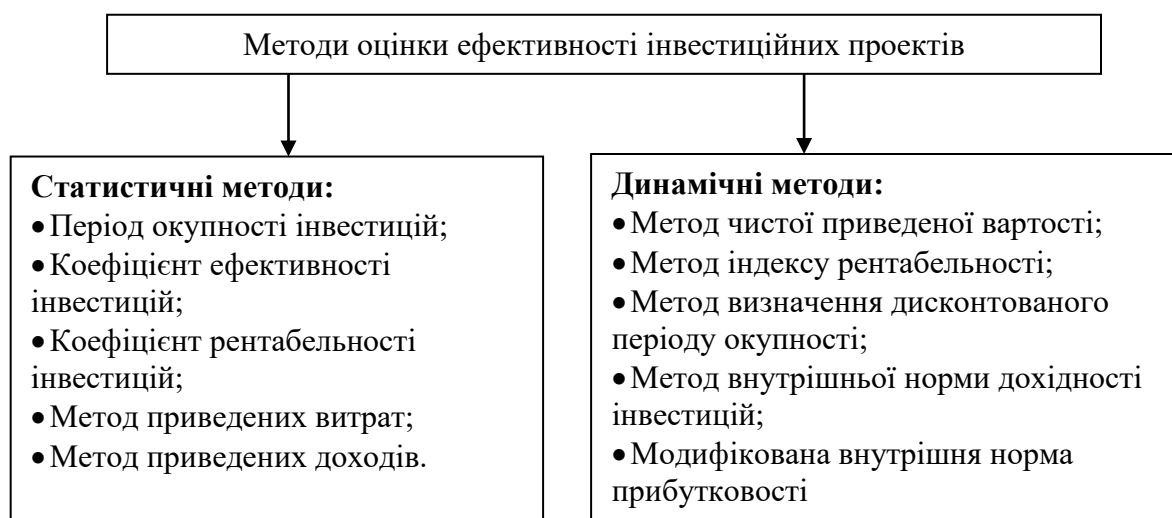


Рисунок 1.5 – Методи оцінки ефективності проектної інвестиційної діяльності [18]

У таблиці 1.2 розглянемо основні показники оцінки ефективності інвестиційної діяльності підприємства

Таким чином нами було розглянуто основні підходи, методи та показники визначення ефективності інвестиційної діяльності підприємства.

Використання економічно-математичних методів дає можливість створити такий аналог до-сліджуваних об'єктів, у якому відбиті всі їхні найважливіші властивості й опущені малозначні другорядні риси.

Під інвестиційною моделлю слід розуміти таку математичну модель, з допомогою якої може бути виконана оцінка ефективності та ре-

зультативності вкладення інвестицій стосовно визначеної майбутньої місії, і до головних засобів її досягнення.

Таблиця 1.2 - Основні показники оцінки ефективності інвестиційної діяльності підприємства [18]

Показник	Формула	Сутність
NVP – чистий дисконтований дохід	$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k} - IC$	Використовується для визначення відносної величини ефекту від реалізації проекту
Внутрішня норма дохідності (IRR)	$IRR = r_1 + \frac{NPV_{r_1}}{NPV_{r_1} - NPV_{r_2}} \times (r_2 - r_1)$	Розраховуються верхня межа припустимого рівня дисконтованої ставки, перевищення якої робить проект збитковим
Індекс рентабельності (PI)	$PI = \frac{\sum_k^n = 1 \frac{CF_k}{(1+r)^k}}{IC} = \frac{NPV}{IC} + 1$	Використовується для визначення відносної величини ефекту від реалізації проекту
Модифікована внутрішня норма дохідності (MIRR)	$MIRR = \sqrt[n]{\frac{\sum_k^n = 1 CF_k \times (1+r)^{n-k}}{\sum_j^m = 0 \frac{IC_j}{(1+r)^j}}} - 1$	Модифікована внутрішня норма дохідності передбачає надходження такої внутрішньої норми дохідності, яка дозволяє спів ставити поточну оцінку інвестиційних витрат та майбутню вартість грошового потоку за проектом, розраховується при визначенні відсоткової ставки
Період окупності (PP)	$PP = \frac{IC}{CF}$	Визначає тривалість часу, протягом якого не дисконтовані прогностні надходження грошових коштів перевищують не дисконтовану суму інвестицій, тобто це кількість років, необхідних для відшкодування інвестицій.

Продовження таблиці 1.2

Дисконтований період окупності (DPP)	$DPP = \frac{IC \times n}{\sum_k^n = 1 \frac{CF_k}{(1+r)^k}}$	Визначає проміжок часу необхідний для того, щоб відшкодувати початкові інвестиції з урахуванням часу
Коефіцієнт рентабельності інвестицій (ROI)	$ROI = \frac{ЧП_p}{IC}$	Дає змогу визначити, яку суму інвестиції треба витратити для отримання однієї грошової одиниці чистого прибутку

При використанні розглянутих нами вище методичних способів треба мати на увазі, що в умовах яких зараз знаходиться Україна майбутня користь інвестиційних проектів пов'язана з ризиком. Особливо це стосуються багато масштабних проектів, які мають довгий тимчасовий горизонт. При визначенні ефективності інвестицій необхідно враховувати ступінь ризику, використовуючи методи, принципи, застосовувані в країнах з розвиненою європейською економікою.

Отже, підвищенню ефективності інвестиційної діяльності підприємства сприятиме координація нових цілей і завдань по вдосконаленню організації аналітичного забезпечення методичного апарату управління інвестиційною діяльністю та проведення ефективної оцінки інвестиційних проектів з врахуванням факторів ризику, ліквідності та інфляції.

2 АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «НЕСТЛЄ УКРАЇНА»

2.1 Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Нестле Україна»

Товариство з обмеженою відповідальністю «НЕСТЛЄ УКРАЇНА» входить до Групи компаній Nestlé – найбільшої компанії світу у сфері виробництва продуктів харчування, яка діє на принципах раціонального харчування та здорового способу життя більш ніж за 100 років свого існування. Nestlé вдалося здобути Світове визнання як виробника високоякісних, корисних і безпечних продуктів харчування та завоювати репутацію порядного, відповідального і надійного партнера. Сьогодні продукція Nestlé користується довірою мільйонів споживачів у різних країнах світу.

Nestlé належить більше 400 фабрик і промислових підприємств, компанія представлена у більш ніж 180 країнах світу у групі компаній працюють понад 270 тисяч чоловік. Асортимент Nestlé постійно розширюється і на сьогоднішній день налічує більше 2000 брендів.

Nestlé розпочала свою діяльність в Україні в грудні 1994 році з відкриття власного представництва Societe pour l'Exportation des Produits Nestlé S.A в Києві. На той час основна діяльність компанії в Україні полягала в проведенні активної маркетингової та рекламної підтримки на українському ринку всесвітньовідомих брендів Nestlé, а саме: Nescafé, Nesquik, Maggi, Nuts, дитячого харчування Nestlé, Purina Pet Care та Friskies.

У 1998 році компанія придбала контрольний пакет акцій Львівської кондитерської фабрики «Світоч» і стала власником однойменного кондитерського бренду. Встановлюючи на виробництві міжнародні стандарти якості за участю Nestlé, «Світоч» отримав новітні «ноу-хау» та

виробничі технології, впровадження автоматизації виробничих процесів, реконструкцію існуючих і встановлення нових виробничих ліній, 47 національну дистрибутивну і маркетингову підтримку торгової марки. Крім кондитерських виробів фабрика «Світоч» забезпечує пакування певних видів кави.

У травні 2003 року Nestlé здійснила внутрішню «націоналізацію», в результаті якої на українському ринку з'явилася нова компанія – ТОВ «Нестле Україна». У тому ж році в грудні місяці було придбано 100% акцій ВАТ «Волиньхолдинг» (ТМ «Торчин») – луцької молоді, динамічної компанії, яка випускає продукцію під відомою торговою маркою «Торчин Продукт». ТМ «Торчин» є лідером на українському ринку холодних соусів (майонез, кетчуп, гірчиця, соуси) [19].

У лютому 2010 році «Нестле Україна» приєднала до своїх активів ТОВ «Техноком», що випускає продукцію швидкого приготування під брендом «Мівіна». ТМ «Мівіна» займає позицію лідера на ринку продуктів в категоріях «Продукти швидкого приготування та «Приправи» в Україні [20]. Вже в жовтні 2013 році на даній фабриці була запущена лінія з фасування каш під ТМ «Бистров» потужністю 30 упаковок (по 400 гр) за хвилину, інвестиції в установку цієї лінії склали 2,7 млн грн [23].

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

В 2017 році компанія здійснювала поставки у 17 країн, в тому числі у Великобританію, Німеччину, Італію, Іспанію, Голландію, Польщу, Францію, Угорщину, країни Балтії, Грузію, Вірменію, Азербайджан. Крім того, в незначних обсягах продукція експортується в США і Канаду [24]. Так

наприклад, з 2016 року до Угорщини експортуються шоколадні плитки під локальним брендом Восі, які виробляються на львівській кондитерській фабриці, а з червня 2017 року з цієї фабрики почала експортувати шоколадні батончики під брендом Lion в Бразилію. Крім того екпортується локшина з заводу в Харкові, а червоні соуси з заводу «Торчин» [25].

Головна мета Nestlé – сприяти підвищенню якості життя споживачів по всьому світу, пропонуючи їм корисні, смачні та якісні продукти харчування і напої та залучаючи їх до здорового способу життя. Саме ця мета і відображена у незмінному впродовж багатьох десятиліть девізі компанії: «Якість продуктів, якість життя» (Good Food - Good Life).

Nestlé розпочала свою діяльність в Україні в грудні 1994 році з відкриття власного представництва Societe pour l'Exportation des Produits Nestlé S.A в Києві. На той час основна діяльність компанії в Україні полягала в проведенні активної маркетингової та рекламної підтримки на українському ринку всесвітньовідомих брендів Nestlé, а саме: Nescafe, Nesquik, Maggi, Nuts, дитячого харчування Nestlé, Purina Pet Care та Friskies.

Найбільшими сегментами бізнесу Nestlé в Україні є кулінарія (ТМ «Торчин»), кава та напої (ТМ Nescafé, Coffee-mate), кондитерські вироби (ТМ Nestlé та «Світоч») та продукти швидкого приготування (ТМ «Мівіна»). Компанія успішно працює і в таких напрямках, як дитяче та спеціальне харчування, корми для домашніх тварин, готові сніданки та морозиво [26].

До організаційної структури ТОВ «Нестле Україна» входять:

- адміністративний відділ;
- відділ дитячого спеціального харчування та харчування для вагітних і матерів;
- годувальниць відділ з розвитку комунікацій та маркетингу;
- відділ кави та інших напоїв;
- відділ для тварин відділ логістики;

- відділ маркетингу (кондитерські вироби);
- відділ маркетингу (кулінарія);
- відділ маркетингу (сухі сніданки);
- відділ продажу;
- відділ управління персоналом;
- відділ фінансової звітності та контролю;
- дирекція;
- технічний відділ;
- юридичний відділ;
- відділ розвитку продаж;
- відділ з оптимізації бізнес-процесів;
- відділ з корпоративних комунікацій та зв'язків з громадськістю;
- відділ інформаційних технологій.

Основними конкурентами компанії є виробники тих товарів, які знаходяться в тому ж сегменті, в якій знаходиться продукти Nestlé, такі як: виробники соусів, виробники кондитерських виробів, виробники локшини швидкого приготування, виробники кормів для тварин тощо.

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

харчування продукція Nestlé повністю експортується з Європи і входить в ціновий сегмент вище середнього та серед інших учасників ринку утримує друге місце за споживчими симпатіями.

Розглянемо місце на субринку України ТОВ «Нестле Україна» у таблиці 2.1

Таблиця 2.1 – Частка ринку ТОВ «Нестле Україна» [27]

№ з/п	Індикатор	Рік		
		2019	2020	2021
1	Частка ринку, %	1,31	1,28	1,23
2	Частка на субринку, %	30,61	38,26	33,98
3	Місце компанії на субринку	1	1	1

Отже, частка ринку визначалась як ринкова частка компанії у межах сукупної виручки на ринку харчових продуктів з точки зору її основної діяльності та, відповідно свідчить про ринкову потужність самої компанії. Треба відмітити, що такі низькі, на перший погляд, показники пов'язані тим, що до виробництва харчових продуктів входить: виробництво м'яса та м'ясних продуктів, виробництво м'яса свійської птиці, перероблення та консервування риби, ракоподібних і молюсків, перероблення та консервування фруктів і овочів, перероблення та консервування картоплі, виробництво фруктових і овочевих соків, інші види перероблення та консервування фруктів і овочів, виробництво олії та тваринних жирів, виробництво маргарину і подібних харчових жирів, виробництво молочних продуктів, перероблення молока, виробництво масла та сиру, виробництво морозива, виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості, крохмалів та крохмальних продуктів, виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів, виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання, виробництво сухарів і сухого

печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання, виробництво макаронних виробів та подібних борошняних виробів, виробництво інших харчових продуктів, виробництво цукру, виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів, виробництво чаю та кави, виробництво прянощів і приправ, виробництво готової їжі та страв, виробництво дитячого харчування та дієтичних харчових продуктів, виробництво готових кормів для тварин, виробництво напоїв.

2.2 Оцінка фінансового стану ТОВ «Нестле Україна»

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



Рисунок 2.1 – Продукція ТОВ «Нестле Україна», що споживається на ринку України

Загалом, «Nestlé Україна» експортує 15% продукції, яку виробляє в межах країни, в той самий час найбільше на зовнішні ринки поставляється локшина швидкого приготування «Мівіна» – понад 50%. Треба відмітити, що якщо казати про загальну кількість продукції Nestlé, приблизно 70% від всієї продукції для українського ринку компанія виробляє в Україні, а завозить лише 30% продукції Nestlé з інших країн [28] (рисунок 2.1).

Аналізуючи поточний економічний стан компанії, побудуємо таблицю 2.2, де наведено основні фінансово-економічні показники її господарської діяльності.

Отже, обсяг продажів у 2021 р. збільшився на 14% порівняно з 2020 роком. Подібну динаміку демонструють інші операційні доходи.

Таблиця 2.2 - Аналіз фінансових показників ТОВ «Нестле Україна» у 2019-2021 рр., тис. грн.

Показники	Роки			Відхилення			
	2019	2020	2021	Абсолютне		Темп приросту, %	
				2020/ 2019	2021/ 2020	2020/ 2019	2021/ 2020
Чистий дохід від реалізації продукції	9 417 675	9503628	11054720	85953	1551092	0,9	14,0
Собівартість реалізованої продукції	6252241	6644145	8059036	391904	1414891	5,9	17,6
Адміністративні витрати	824699	750913	769770	-73786	18857	-9,8	2,4
Інші оперативні витрати	580472	515883	613437	-64589	97554	-12,5	15,9
Витрати на збут	1 673 732	1408950	1514193	-264782	105243	-18,8	6,9
Інші операційні доходи	56256	45451	71869	-10805	26418	-23,8	36,7
Інші операційні витрати	580472	515833	613473	-64639	97640	-12,5	15,9

Розглянемо структуру необоротних активів підприємства на рисунку 2.2.

З метою збільшення швидкості й ефективності виведення продукції на ринок, ТОВ «Нестле Україна» впроваджує ініціативи щодо прискорення, збільшує кількість прискорених проектів й випробувань та навчання.

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

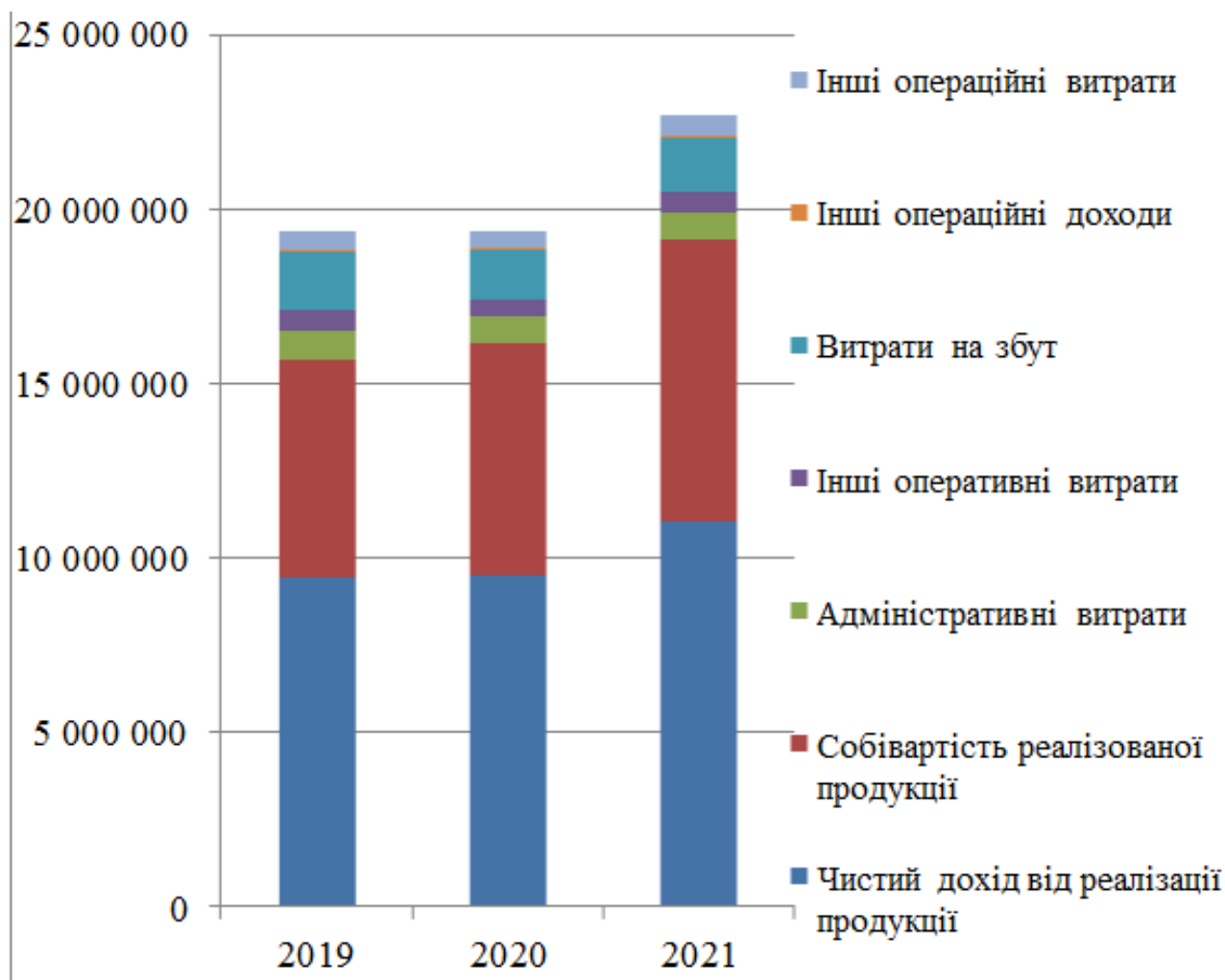


Рисунок 2.2 – Структура необоротних активів ТОВ «Нестле Україна» у 2019-2021 рр.

Треба також відмітити, що компанія впродовж останні роки інвестувала майже 800 млн грн, а з часу виходу на український ринок майже 2 млрд грн, при цьому, дані кошти виділялися на переоснащення заводів з врахуванням цілей сталого розвитку ООН щодо використання водних та енергоресурсів, боротьби зі зміною клімату, відповідального споживання тощо.

Загалом, треба відмітити, динаміка інвестицій не є передбачуваною, і дуже залежить як від внутрішніх факторів – необхідності модернізації фабрик та створення нових ліній виробництва, а також від зовнішніх факторів – економічна та політична ситуація в Україні.

Аналіз динаміки активів компанії наведемо у табл. 2.3

Таблиця 2.3 - Аналіз необоротних активів ТОВ «Нестле Україна» у 2019-2021 рр.

Показники	Роки			Відхилення			
	2019	2020	2021	Абсолютне		Темп приросту, %	
				2020/	2021/	2020/	2021/
				2019	2020	2019	2020
Нематеріальні активи	72099	56862	39198	-15237	-17664	-26,8	-45,1
Незавершені капітальні інвестиції	73596	72163	133364	-1433	61201	-2,0	45,9
Основні засоби	191091	315907	323610	124816	7703	39,5	2,4
Інші необоротні активи	180471	215736	185454	35265	-30282	16,3	-16,3

Нематеріальні активи за період з 2019 по 2021 рік поступово зменшувались. Частка основних засобів в структурі необоротних активів становила в 2021 році більше ніж у 2020 році. Також показники необоротних активів зображено на рисунку 2.3

Компанія є учасницею Глобального договору ООН, починаючи із 2001р. Завдяки Плану прискорення гендерного балансу, компанія прагне до 2022 р. збільшити частку жінок на 200-х найвищих керівних посадах до 30%.

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

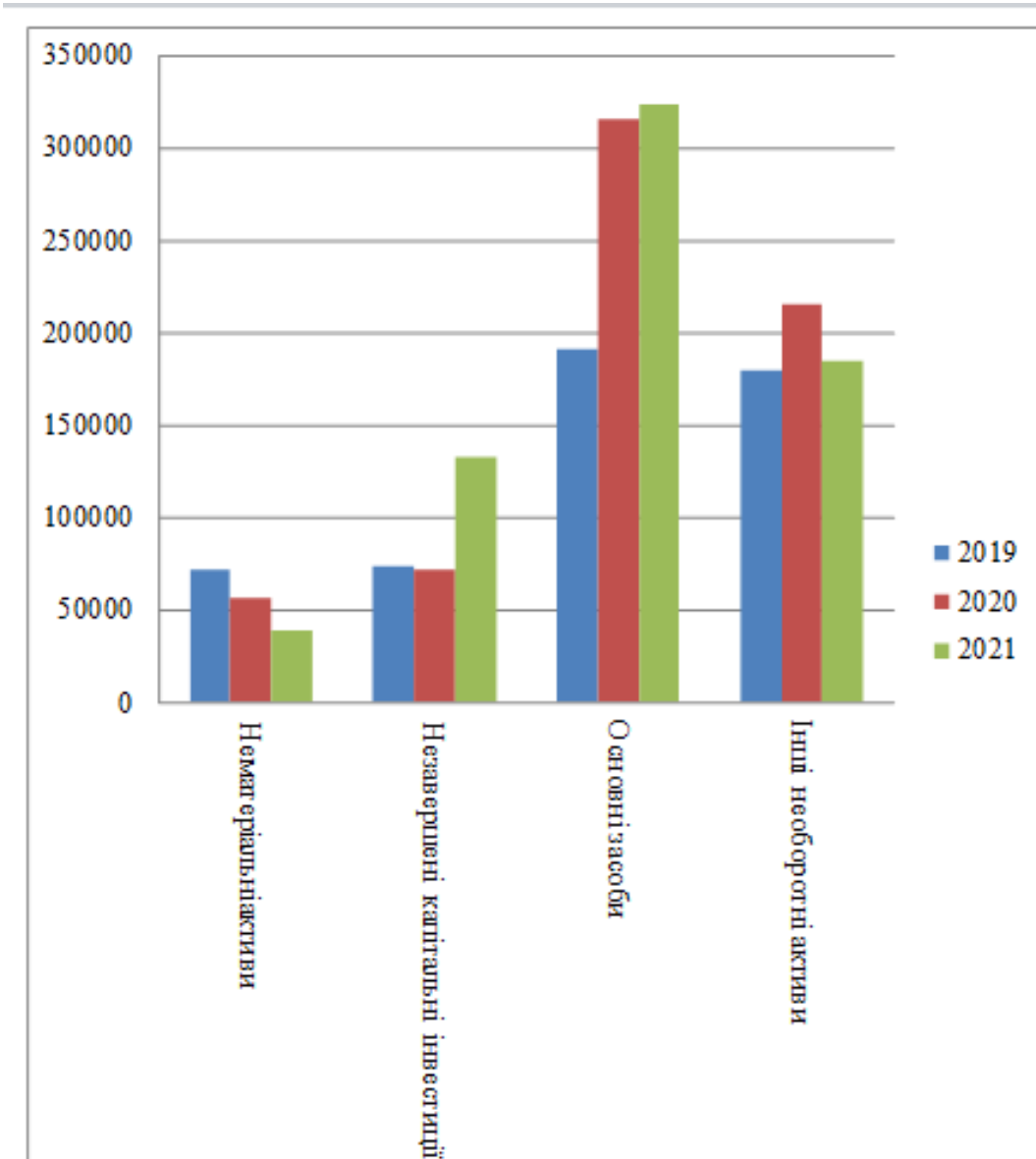


Рисунок 2.3 – Необоротні активи ТОВ «Нестле Україна» у 2019-2021 рр.

Сприяння гідній зайнятості й різноманітності компанією характеризується такими показниками: – 15 млн. молодих людей надана підтримка Глобального альянсу для молоді; – 45% менеджерами у Nestlé працюють жінки. Nestlé співпрацює більш ніж із 100 партнерами по усьому світу, щоб підвищити зайнятість молоді і їх працевлаштування. Ініціатива «Nestlé потрібен Вам» допомагає молоді шляхом навчання й наставництва отримати й реалізувати можливості професійного розвитку й підвищення кваліфікації [29].

Треба також відмітити, що компанія впродовж останніх п'яти років інвестувала майже 800 млн грн, а з часу виходу на український ринок майже 2 млрд грн, при цьому, як вказувалося раніше, дані кошти виділялися на переоснащення заводів з врахуванням цілей сталого розвитку ООН щодо використання водних та енергоресурсів, боротьби зі зміною клімату, відповідального споживання тощо.

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

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

Середньостроковий прогноз: стійке зростання органічних продажів, постійне помірне підвищення базового операційного прибутку від торгівлі, а

також продовження ефективного розподілу капіталу та підвищення ефективності використання капіталу [30].

2.3 Оцінка інвестиційної діяльності ТОВ «Нестле Україна»

ТОВ «Нестле Україна» закріплює свої позиції і поширює свою присутність в Україні за рахунок інвестицій в місцеве виробництво та промислову інфраструктуру, активної підтримки та просування, торгових марок, а також за рахунок налагодження національної мережі збуту.

Принципи ведення бізнесу ТОВ «Нестле Україна»:

1. Споживачі:

– Правильне харчування та здоровий спосіб життя. Головною метою Nestlé є постійне покращання якості життя наших споживачів. Вона досягає цього, пропонуючи покупцям смачніші й більш здорові продукти харчування і напої, а також всіляко підтримує їх у прагненні до здорового способу життя. Ця мета відображена у корпоративному слоганані: «Якість продуктів. Якість життя»;

– Гарантія якості й безпеки продукції. В усьому світі ім'я Nestlé – це гарантія безпеки та високих стандартів продукції;

– Комунікації із споживачами. ТОВ «Нестле Україна» – компанія, прихильна відповідальній та достовірній комунікації зі споживачами, яка надає їм повну інформацію щодо продуктів задля здійснення усвідомленого вибору, а також підтримує їх прагнення здорового харчування. ТОВ «Нестле Україна» поважає право усіх споживачів на недоторканість особистого життя;

2. Права людини й умови праці:

– Права людини у комерційної діяльності. ТОВ «Нестле Україна» повністю підтримує принципи Глобального договору ООН із прав людини й

охорони праці, прагнучи стати й залишатись прикладом з питань дотримання прав людини й права на працю у комерційній діяльності;

3. Співробітники:

– Лідерство й особиста відповідальність. Люди – це ключ успіху ТОВ «Нестле Україна». Працівники ТОВ «Нестле Україна» ставляться із повагою один до одного, а керівництво компанії очікує, що усі співробітники будуть керуватися почуттям особистої відповідальності. В ТОВ «Нестле Україна» працюють компетентні вмотивовані люди, що поважають цінності; їм надано рівні можливості для розвитку й просування по кар'єрних сходах, захищаються їх особисті дані й не допускається утискання й дискримінація у будь-яких формах;

– Безпека й здоров'я на робочому місці. ТОВ «Нестле Україна» прагне запобігати нещасним випадкам, травмам й захворюванням, які пов'язані із роботою, а також захищати співробітників, підрядників й усіх третіх осіб, які працюють із ТОВ «Нестле Україна»;

4. Постачальники та клієнти:

– Відносини із постачальниками й клієнтами. ТОВ «Нестле Україна» вимагає від своїх постачальників, агентів, підрядників та їх співробітників чесності, послідовності й об'єктивності у стосунках, а також відповідності обов'язковим стандартам. Такі ж принципи ТОВ «Нестле Україна» дотримується у відносинах із партнерами;

– Розвиток сільського господарства й сільських районів. ТОВ «Нестле Україна» сприяє підвищенню якості сільськогосподарської продукції, зростанню соціального і економічного статусу фермерів, сільських громад й удосконаленню виробничих систем, аби зробити їх вплив на навколишнє середовище менш шкідливим;

5. Довкілля:

– Екологічна стійкість. ТОВ «Нестле Україна» дотримується практик ведення бізнесу, що сприяють установленню балансу навколишнього середовища. На усіх етапах життєвого циклу продукції Nestlé намагається ефективно використовувати природні ресурси, використовуючи відновлювані ресурси й прагнучи зменшити кількість відходів;

– Вода. Nestlé економно використовує воду й постійно вдосконалює наявні методи водовикористання. ТОВ «Нестле Україна» усвідомлює, що зараз світова спільнота стоїть перед загрозою постійно зростаючих проблем із нестачею води, а також те, що відповідальне ставлення до використання водних ресурсів зі сторони усіх споживачів води є абсолютно необхідним.

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

Згідно з інформацією Nestlé, протягом 2019 року Львівська кондитерська фабрика "Світоч" збільшила експорт власної продукції до 27% від загального обсягу виробництва. Це стало можливим завдяки інвестиціям компанії в розширення виробництва Nestlé в Україні у розмірі 500 млн грн. Крім того, інвестиції допомогли створити понад 200 робочих місць.

"Світоч" має позитивну динаміку росту виробництва, постійно збільшує кількість працівників. Nestlé активно інвестує у модернізацію та збільшення потужностей фабрики "Світоч" - нове обладнання, нові технології. За січень 2019 - грудень 2020 року підприємство сплатило 32 млн

грн ПДФО, ставши одним із найбільших платників податків у Західному регіоні. Фабрика "Світоч" - надійний роботодавець, підприємство, яке робить важливий внесок у бюджет регіону та соціально відповідальний учасник бізнесу [31].

У грудні Nestlé оголосила про інвестиції у розмірі 40 мільйонів швейцарських франків у нове виробництво в Україні, на Волині, та вже розпочала його будівництво, ставши першою мультинаціональною компанією, що робить нові інвестиції та здійснює практичні кроки вже зараз, щоб забезпечити майбутній розвиток України та реалізацію бізнес-потенціалу агропродовольчої галузі країни.

Nestlé продовжує виконувати кроки, анонсовані в березні 2022 року. Компанія припинила виробництво переважної більшості найменувань продукції свого довоєнного портфоліо в Росії. Nestlé припинила імпорт і експорт небазових товарів до та з цієї країни. Крім цього компанія припинила подальші капітальні інвестиції в Росії та повністю дотримується всіх чинних міжнародних санкцій щодо Росії.

Пріоритетом Nestlé в Україні й надалі залишається безпека наших співробітників та їхніх сімей. Для підтримки українців ми продовжуватимемо працювати там, де для цього є безпечні умови. Крім цього, протягом 2023 року ми й надалі допомагатимемо українцям харчовими продуктами та підтримуватимемо інші напрямки допомоги, розпочатої у 2022 році [32].

Основні методики оцінки інвестиційної привабливості підприємства використовують різні показники, що відображають його розвиток в динаміці, фінансову стійкість, ліквідність, платоспроможність. Розглянемо показники ліквідності, платоспроможності та фінансової стабільності у таблиці 2.4

Нормативним значенням для коефіцієнта абсолютної ліквідності має бути вищою за 0, тобто для досліджуваного підприємства робимо висновок про задовільний рівень абсолютної ліквідності.

Таблиця 2.4 - Показники ліквідності, платоспроможності та фінансової стабільності за 2019-2021 рр.

Назва показника	Значення показника		
	2019	2020	2021
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,124	0,02	0,007
Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття)	0,94	0,35	0,42
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,691	0,25	0,29

Швидка ліквідність має бути в межах 0,6-0,8. Щодо даного показника – задовільне значення спостерігалось у 2019 році. Виходячи з цього підприємству потрібно працювати в напрямку збільшення суми високоліквідних активів і зниження суми поточних активів.

Значення коефіцієнта загальної ліквідності повинно перевищувати 1. Більш-менш задовільним цей показник був у 2019 році. У наступні роки показник погіршився що свідчить про недостатність ресурсів, які можуть бути використані для погашення поточних зобов'язань підприємства.

Зважаючи на все вищенаведене слід зазначити, що для забезпечення оптимальних показників ліквідності підприємства та на цій основі забезпечити його платоспроможність необхідно здійснювати постійний моніторинг основних напрямків фінансово-господарської діяльності підприємства, слідкувати за співвідношенням засобів якими володіє підприємство та його поточними і перспективними зобов'язаннями. Крім того важливе значення має дослідження та характеристика статей балансу, що характеризують платіжні засоби та зобов'язання суб'єкта господарювання, а також оцінка фінансових результатів, що дасть змогу здійснити прогнозування надходжень грошових коштів.

Одночасно слід проводити пошук внутрішніх резервів зростання ліквідності та платоспроможності підприємства. В першу чергу сюди слід

віднести економію наявних ресурсів, оптимізація структури капіталу, комплекс заходів з підвищення якості створеної продукції

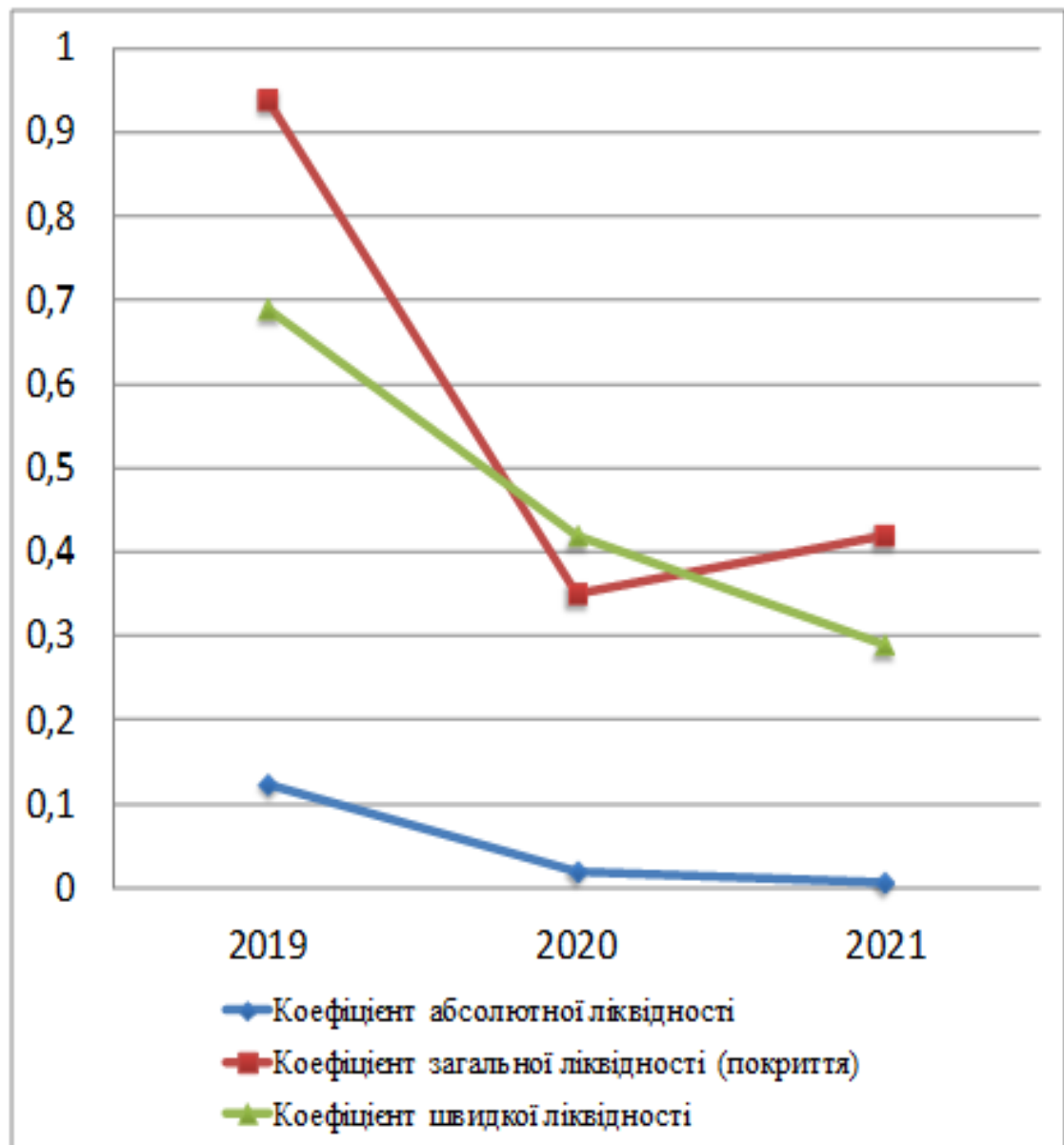


Рисунок 2.4 - Показники платоспроможності ТОВ «Нестле Україна» у 2019-2021 роках

Таблиця 2.5 – Структура та динаміка активів, 2019-2021 рр.

Показники	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення, (+/-) тис. грн		Відносне відхилення, (+/-) %	
				2020/2019	2021/2020	2020/2019	2021/2020
Середньорічна вартість активів	2776918	2959217	3048489	182299,5	89272	6,56%	3,02%
Середньорічна вартість оборотних активів	2187955	2288070	2366863	100115	78793	4,58%	3,44%
Середньорічна вартість запасів	638577,5	720067,5	735810	81490	15742,5	12,76%	2,19%
Середньорічна величина поточної дебіторської заборгованості	465597,5	621479	744213	155881,5	122734	33,48%	19,75%
Середньорічна вартість власного капіталу	- 3365991	- 3722645	-3637794	-356654	84850,5	10,60%	-2,28%
Середньорічна величина поточної кредиторської заборгованості	485971,5	563874,5	414106	77903	-149769	16,03%	- 26,56%

У вартості оборотних активів суттєві зміни спостерігаються в статті «Середньорічна величина поточної дебіторської заборгованості». Протягом досліджуваного періоду відбулось зменшення середньорічної величини поточної кредиторської заборгованості. Зменшення спостерігається і в середньорічній вартості власного капіталу. В цілому спостерігається збільшення Середньорічна величини поточної дебіторської заборгованості

Фінансовий результат являє собою прибуток (збиток). Прибуток (збиток) визначають як різницю між доходами та витратами компанії (табл. 2.6)

Аналіз структури доходів дає змогу визначити яку частку в загальному доході становлять його окремі елементи (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 — Структура доходів ТОВ «Нестле Україна» у 2019-2021 р.р.

Показник	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення, (+/-) тис. грн		Відносне відхилення, (+/-) %	
				2020/2019	2021/2020	2020/2019	2021/2020
Чистий дохід від реалізації	9417675	9503628	11054720	85953	1551092	0,01	0,16
Інші операційні доходи	56256	45451	71869	-10805	26418	-0,19	0,58
Інші доходи	548364	3966	143392	-544398	139426	-0,99	35,16
Фінансовий результат від операційної діяльності	142787	229238	170153	86451	-59085	0,61	-0,26
Сукупний дохід	339408	-819352	-97538	-1158760	721814	-3,41	-0,88

В результаті проведеного аналізу доходів підприємства ТОВ «Нестле Україна» визначено, що більшість доходів збільшились. Сукупний дохід протягом 2019-2020 років зменшився, також фінансові результати від операційної діяльності не позитивної тенденції. Найбільше збільшились інші доходи у 2021 році на 35%.

Отже, інвестиційна діяльність ТОВ «Нестле Україна» має позитивну динаміку не по усім показникам. Проте необхідно приділити увагу більш детальному аналізу структури активів, а також покращувати ліквідність підприємства за для того щоб швидко реалізовувати активи й отримувати кошти для оплати своїх зобов'язань.

3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «НЕСТЛЕ УКРАЇНА»

3.1 Формування системи управління інвестиційною діяльністю підприємств

Управління інвестиційною діяльністю – це складова частина загальноекономічної системи управління підприємством, яка має свою мету, принципи побудови та виконує певні функції. Оскільки інвестиційна діяльність спрямована на розвиток виробництва, його технологічне вдосконалення, отримання прибутку, нарощування капіталу, то управління інвестиційною діяльністю виступає підсистемою системи управління підприємством, яка спрямована на створення передумов для підвищення ефективності інвестиційних процесів та всієї діяльності підприємства загалом [33].

Т. Майорова під управлінням інвестиційною діяльністю розуміє систему принципів та методів розроблення й реалізації управлінських рішень, що пов'язані з здійсненням різних аспектів інвестиційної діяльності [34].

В. Федоренко управління інвестиційною діяльністю трактує як процес управління усіма аспектами інвестиційної діяльності суб'єкта підприємництва [35].

У процесі реалізації своєї головної мети управління інвестиційною діяльністю підприємства спрямовано на вирішення таких основних задач:

- узгодження інвестиційних потреб та можливостей підприємства;
- підбір і використання ефективних інструментів менеджменту;
- стратегічна та поточна максимізація інвестиційного прибутку підприємства;

- мінімізація інвестиційних ризиків підприємства під час реалізації інвестиційної стратегії;
- підтримання оптимального рівня ліквідності інвестицій підприємства;
- підтримання стійкого фінансового стану підприємства у процесі здійснення інвестиційної діяльності [36].

Об'єктом інвестиційного менеджменту виступають інвестиції підприємства та його інвестиційна діяльність. Сучасна практика інвестиційного менеджменту дозволяє виділити три основні групи суб'єктів управління:

1. власник підприємства (самостійно здійснює функції інвестиційного менеджменту, як правило, на малих підприємствах);
2. інвестиційний менеджер широкого профілю (найманий працівник, що здійснює практично всі функції інвестиційного управління підприємством);
3. функціональний інвестиційний менеджер (найманий працівник, що здійснює спеціалізовані функції управління в одній зі сфер інвестиційної діяльності) – менеджер з управління інвестиційними ризиками, менеджер з управління грошовими потоками, менеджер з управління фінансовими інвестиціями, менеджер з управління реальними інвестиціями [37].

Управління інвестиційною діяльністю є складним, багаторівневим процесом, що передбачає прийняття управлінських рішень не лише на рівні суб'єктів господарювання (інвесторів та учасників інвестиційної діяльності), а й на рівні держави та регіону. Доцільно виокремити три рівні управління інвестиційною діяльністю підприємства: макrorівень (включає певні регулятивні заходи з боку держави); мезорівень (управління на рівні регіону); мікрорівень (управління на рівні підприємств – інвесторів та учасників інвестиційної діяльності).

Різним рівням управління відповідають різні цілі. Зокрема, метою управління на макро- та мезорівні є сприятливі умови здійснення інвестиційної діяльності різних суб'єктів на відповідній території (держава або конкретний регіон), тоді як на мікрорівні основною метою є максимізація ефективності інвестиційної діяльності окремого підприємства.

Регулювання інвестиційної діяльності на державному та регіональному рівнях є зовнішнім чинником, що визначає ефективність інвестиційної діяльності на рівні конкретного підприємства. Відповідно, за умови досягнення цілей інвестиційного менеджменту на макрорівні створюються передумови досягнення бажаного ефекту макроекономічного регулювання [11].

Досягнення мети інвестиційної діяльності можливо забезпечити реалізацією основних функцій управління інвестиційною діяльністю. Планування як функція управління передбачає здійснення такого виду управлінської діяльності, який був би спрямований на визначення перспектив та майбутнього стану діяльності підприємства за допомогою реалізації інвестицій. Організація як функція менеджменту передбачає процес створення структури управління інвестиційною діяльністю у загальній структурі управління.

Мотивування передбачає спонукання усіх працівників до ефективної діяльності для досягнення цілей організації. Контроль передбачає діяльність, спрямовану на регулювання процесу за допомогою визначення ефективності управлінських рішень і в разі необхідності внесення необхідних коректив у процесі реалізації інвестиційних рішень. Мета контролю – сприяти відповідності фактичних результатів запланованим [36].

Управління інвестиційною діяльністю підприємства слід розглядати як складову загальної системи його управління та здійснювати на основі застосування наступних принципів:

- інтегрованість із загальною системою управління підприємством, яка сприяє забезпеченню ефективності всіх напрямків і форм інвестування, оптимального фінансування інвестиційних проектів, впровадження досягнень науково-технічного прогресу тощо;
- комплексність в процесі формування управлінських рішень щодо реалізації інвестицій у взаємозв'язку з кінцевими результатами фінансової діяльності підприємства, що забезпечує оцінку внеску результатів інвестування в його загальну результативність;
- високий рівень динамізму управління в галузі формування й реалізації інвестицій, пов'язаний з динамічним розвитком внутрішніх умов функціонування підприємства в процесі переходу від однієї стадії життєвого циклу до іншої, а також зовнішніх чинників в умовах трансформації економіки країни;
- багатоваріантність підходів щодо прийняття окремих управлінських рішень в сфері формування інвестиційних ресурсів підприємства, яка вимагає використання системи критеріїв, що впливають на інвестиційну стратегію підприємства;
- орієнтація на стратегічний розвиток підприємства, який передбачає обґрунтування стратегічної спрямованості його інвестиційної діяльності [38].

Головною метою управління інвестиційною діяльністю підприємства є отримання максимального прибутку не тільки в поточному, але й у перспективному періодах. Це вимагає розробку задач управління цією діяльністю, що забезпечують реалізацію головної мети, серед яких слід виділити наступні:

- забезпечення достатньої інвестиційної підтримки необхідних темпів розвитку поточної діяльності підприємства;

- баланс максимальної прибутковості інвестиційної діяльності підприємства з урахуванням прийняттого ступеня ризику;
- забезпечення ліквідності інвестицій, можливостей швидкого реінвестування капіталу при змінах факторів зовнішнього середовища, а також внутрішніх умов здійснення інвестиційної діяльності;
- підтримання балансу між достатнім обсягом інвестиційних ресурсів, їх оптимальної структури та обсягом прогнозованої інвестиційної діяльності;
- забезпечення фінансової рівноваги при здійсненні інвестиційної діяльності на підприємстві; - прискорення реалізації програм інвестиційної діяльності підприємства [39].

Реалізація головної мети і задач здійснення інвестиційної діяльності передбачає виконання певних функцій, які можна розділити на дві групи: загальні функції, специфічні функції.

До загальних функцій пропонуємо відносити: розробка інвестиційної стратегії підприємства, організаційних структур забезпечення інвестиційної діяльності, інформаційних систем сприяння забезпеченню обґрунтування альтернативних варіантів інвестиційних рішень; аналіз, планування, контроль за реалізацією управлінських рішень в сфері інвестиційної діяльності.

Управління формуванням інвестиційних ресурсів включає визначення обсягу інвестованого капіталу, формування власних і позикових інвестиційних ресурсів. Регулювання процесу розробки й реалізації інвестиційних рішень підприємства може здійснюватись за допомогою відповідного механізму, який включає такі елементи: ринковий механізм регулювання інвестиційної діяльності підприємства, державне нормативно-правове регулювання, систему методів управління інвестиційною діяльністю та внутрішнього регулювання її окремих аспектів.

Досягнення результатів в процесі інвестиційної діяльності засновується на техніко-економічних розрахунках, використанні економіко-математичних методів та інформаційних технологій, а також регулюється оперативними управлінськими рішеннями щодо ефективності інвестицій та вимогами статуту підприємства.

Організаційне забезпечення здійснюється на основі структури управління інвестиційною діяльністю і залежить від прийнятої на підприємстві організаційної структури управління. Найбільш ефективними серед таких структур слід вважати проектну та матричну. Для проектної структури належать структурні підрозділи, що реалізують окремі реальні інвестиційні проекти, а також здійснюють управління портфелем фінансових інструментів інвестування. Перевагою такої структури управління є наявність проектної команди, яка має комплексні повноваження в рішенні всіх задач в галузі інвестиційної діяльності.

В умовах матричної організаційної структури управління проектний принцип доповнюється функціональним, який полягає в тому, що існує подвійне підпорядкування керівників, які здійснюють управління інвестиційною діяльністю, а саме: вони підпорядковані керівникам відповідних функціональних служб центрального апарату управління підприємством, а також керівнику відповідного проекту.

Ефективність управління інвестиційною діяльністю підприємства значною мірою залежить від якості інформаційного забезпечення. Інформаційна система управління інвестиційною діяльністю може бути представлена у вигляді інформаційних показників, які необхідні для проведення аналізу, планування, прийняття управлінських рішень тощо. Така система повинна задовольняти потреби як зовнішніх, так і внутрішніх користувачів. На рівні підприємства інвестиційну інформацію використовують: директор, власники, менеджери, які здійснюють

інвестиційну діяльність. Серед зовнішніх користувачів слід відзначити: податкові органи, кредиторів та потенційних інвесторів підприємства, представників фондової біржі (у випадку емісії цінних паперів).

Важливою складовою стратегічного розвитку інвестиційної діяльності підприємства є планування, основною метою якого є розробка планів по забезпеченню розвитку підприємства необхідними інвестиційними ресурсами та підвищенню ефективності цього виду діяльності у майбутньому. В основу інвестиційного планування необхідно покласти прогнозування, поточне та оперативне планування інвестиційної діяльності. Прогнозування інвестиційної діяльності передбачає розробку інвестиційної стратегії підприємства і дозволяє здійснювати довгострокове планування. Поточне планування інвестиційної діяльності здійснюється, як правило, протягом одного року і включає розробку поточних планів з окремих її видів.

Основними видами контролю інвестиційної діяльності є стратегічний, поточний і оперативний. Управління інвестиційною діяльністю передбачає необхідність проведення фінансово-економічних розрахунків, які пов'язані з потоками грошових коштів в різні періоди. Вирішальною при цьому є оцінка вартості грошей, яка з часом змінюється з урахуванням норми прибутку на фінансовому ринку.

На інвестиційну діяльність підприємства значно впливає ризик, який виявляється як: рівень ризику, що пов'язаний з формуванням рівня прибутковості інвестиційних операцій; пряма загроза банкрутства підприємства у зв'язку з фінансовими втратами, пов'язаними з ризиком.

Здійснення інвестиційної діяльності на підприємстві тісно пов'язане з його ліквідністю, врахування якої включає об'єктивну оцінку її рівня для об'єктів інвестування з метою забезпечення такого рівня доходності, який дозволяє відшкодувати можливе уповільнення грошового потоку.

3.2 Удосконалення підходу до оцінки ефективності управління інвестиційною діяльністю ТОВ «Нестле Україна»

Інвестиційна діяльність підприємства є важливим напрямом багатоаспектної діяльності сучасного підприємства у ринкових умовах. Саме тому питання розвитку інвестиційної діяльності та розгляд можливих шляхів підвищення її ефективності мають розглядатися на як рівні напряму підприємства, так і на вищому рівні у розрізі загальної стратегії розвитку підприємства. Адже напрями розвитку інвестиційної діяльності підприємства мають бути обґрунтовані та узгоджені із загальною стратегією підприємства.

Оскільки загальна стратегія підприємства має охоплювати та враховувати велику кількість аспектів всіх проявів діяльності, прийнято розрізняти її певні організаційні рівні: корпоративна, ділова, функціональна та операційна [40].

Інвестиційна стратегія – це система довгострокових цілей інвестиційної діяльності підприємства, що обумовлені загальними завданнями його розвитку та інвестиційною ідеологією, а також вибір найбільш ефективних шляхів їх досягнення [41]. Тобто загалом інвестиційну стратегію можна розглядати як генеральний план дій у сфері інвестиційної діяльності підприємства, який визначає пріоритети її напрямків і форм, характер формування інвестиційних ресурсів і послідовність етапів реалізації довгострокових інвестиційних цілей.

Найбільш поширеними групами стратегій зростання є стратегії концентрованого, інтегрованого та диверсифікованого зростання. Розглянемо більш детально кожен з них.

Стратегії концентрованого зростання у більшості випадків можна звести до зміни продукту і (чи) ринку. При використанні цієї стратегії підприємство намагається поліпшити або виробляти новий продукт, не

змінюючи галузі. Підприємство веде також пошук можливостей поліпшення свого положення на існуючому ринку або ж переходу на новий ринок.

До конкретних типів стратегій концентрованого зростання можна віднести [42]:

- стратегія посилення позиції на ринку, коли підприємство робить усе, щоб з продуктом на ринку завоювати кращі позиції. Реалізація цієї стратегії потребує великих маркетингових зусиль, здійснення горизонтальної інтеграції, за якої підприємство намагається встановити контроль над своїми конкурентами;

- стратегія розвитку ринку полягає в пошуку нових ринків для вже виробленого продукту;

- стратегія розвитку продукту допускає зростання за рахунок виробництва нового продукту, який буде реалізовуватися на вже освоєному підприємством ринку.

Стратегії інтегрованого зростання пов'язані з розширенням підприємства шляхом додавання нових структур. Підприємство може здійснювати інтегроване зростання шляхом придбання власності або розширення зсередини. При цьому в обох випадках змінюється положення підприємства всередині галузі. Виділяють два основних типи стратегій інтегрованого зростання [43]:

- стратегія зворотної вертикальної інтеграції, які спрямована на зростання підприємства внаслідок придбання або ж посилення контролю над постачальниками. Підприємство може або створювати дочірні структури, що здійснюють постачання, або ж приєднувати компанії, які вже здійснюють постачання. Реалізація стратегії зворотної вертикальної інтеграції може дати підприємству дуже сприятливі результати, пов'язані з тим, що зменшиться залежність від коливання цін на комплектуючі і запитів постачальників.

Більше того, постачання як центр витрат для підприємства можуть перетворитися на центр доходів.

– стратегія прямої вертикальної інтеграції виражається зростанням підприємства за рахунок придбання або ж посилення контролю над структурами, що знаходяться між підприємством й кінцевим споживачем, а саме – системами розподілу та продажу. Такий тип інтеграції надзвичайно вигідний, якщо посередницькі послуги дуже розширюються з якісним рівнем роботи.

Третя група стратегій розвитку - стратегії диверсифікованого зростання. Вони реалізуються тоді, коли підприємство далі не може розвиватися на цьому ринку з цим продуктом у рамках цієї галузі. [44]

Одним з ключових факторів при виборі стратегії зростання є стан галузі і позиція на ній підприємства. Сильні підприємства мають прагнути закріпити свої лідируючі позиції і обирати різні стратегії зростання: якщо галузь занепадає, варто приймати стратегію диференціації; якщо ж галузь розвивається – обирати стратегію концентрованого чи інтегрованого зростання. Слабкі підприємства мають поводитися інакше й обирати стратегії, які сприятимуть посиленню їх позицій на ринку. Якщо ж такі стратегії їм не під силу, дану галузь треба залишати, тобто обирати стратегію скорочення [45].

Фінансові інвестиції означають використання наявного капіталу для придбання (купівлі) акцій, облігацій та інших цінних паперів, що випускаються підприємством або державою.

Реальні інвестиції — це вкладення капіталу в різні сфери і галузі економіки з метою оновлення існуючих і створення нових благ. Такі інвестиції забезпечують одержання набагато більшого прибутку. Реальні інвестиції дістали ще назву виробничих або капітальних вкладень [47]. В основному, це вкладення в матеріальні активи — будинки, споруди,

обладнання та інші товарно-матеріальні цінності, а також нематеріальні активи (патенти, ліцензії, технічна, науково-технічна, інструктивна, технологічна, проектно-кошторисна та інша документація).

Всередині цієї групи, як правило, виділяють наступні види інвестицій: інвестиції, які направляють на розширення виробничих потужностей, на реконструкцію та розширення діючого виробництва, відтворення основних фондів, які вибули.

Інтелектуальні інвестиції — це вкладення в об'єкти інтелектуальної власності, які виходять з авторського права, винахідницького та патентного права, права на промислові зразки та корисні моделі.

Інвестиції в людський капітал — це вкладення в освіту, підвищення кваліфікації, соціальну сферу. Ці інвестиції довгострокові та скуповуються в майбутньому [46].

Таким чином можна стверджувати, що найбільш раціональним у більшості випадків згідно зі стратегіями розвитку є реальне інвестування (у будівництво, покращення технологічного оснащення тощо), однак може мати місце й інтелектуальне інвестування (впровадження нових технологій) та навіть інвестування у людський капітал (підвищення кваліфікації робочих кадрів задля підвищення рівню задоволення попиту та його обслуговування). Однак все ж найбільш доречним для більшості описаних раніше стратегій інвестування торгівельних підприємств є капітальне інвестування, а саме вкладання коштів у розширення ринків збуту, оскільки основні засоби для підприємств даної галузі типово зовсім не задіяні або лише частково в обслуговуванні клієнтів та перепродажі готової продукції.

Інвестиційну стратегію можна представити як генеральний план дій у сфері інвестиційної діяльності підприємства, який визначає пріоритети її напрямків і форм, характер формування інвестиційних ресурсів і послідовність етапів реалізації довгострокових інвестиційних цілей.

Поєднання в інвестиційній стратегії системи цілей і шляхів їх досягнення визначає межі можливої інвестиційної активності підприємства і прийнятих інвестиційних рішень по напрямках формах його інвестиційної діяльності в перспективному періоді. Інвестиційну стратегію підприємства можна охарактеризувати також як систему формалізованих критеріїв, по яких воно оцінює і реалізує свої інвестиційні можливості, моделює перспективну інвестиційну позицію і забезпечує її досягнення. Отже, інвестиційна стратегія являє собою системну концепцію, що пов'язує і спрямовує розвиток інвестиційної діяльності підприємства [48].

На усіх виробничих підприємствах «Нестле Україна.» у різних країнах використовується тільки натуральна сировина найвищої якості, що гарантує повну безпечність готової продукції для здоров'я споживачів. На кожному підприємстві здійснюється суворий вхідний контроль якості сировини. Перевіряється кожна поставка, і при виявленні навіть найменших відхилень від діючих стандартів, сировина не допускається на виробництво. Принципове значення для компанії має також забезпечення та контроль належного терміну придатності готових продуктів [31].

Актуальність розробки інвестиційної стратегії «Нестле Україна» повинна визначатися рядом умов. Найважливішим з них є інтенсивність зміни чинників зовнішнього інвестиційного середовища. Висока динаміка основних макроекономічних показників, що пов'язані з інвестиційною активністю підприємств, темпи розвитку технологій, часті коливання кон'юнктури інвестиційного ринку, мінливість державної інвестиційної політики і форм регулювання інвестиційної діяльності не дозволяють ефективно управляти інвестиціями підприємства на основі лише раніше накопиченого досвіду і традиційних методів. Під впливом багатьох факторів інвестиційні рішення окремих структурних підрозділів «Нестле Україна»

можуть мати різно направлений характер, що може призвести до виникнення протиріч і зниження ефективності інвестиційної діяльності в цілому.

Основною метою інвестиційної діяльності «Нестле Україна» є забезпечення ефективного здійснення інвестиційної стратегії підприємства, яка досягається шляхом реалізації таких завдань:

- досягнення високих темпів економічного розвитку підприємства;
- максимізація доходів (прибутків) від інвестиційної діяльності;
- мінімізація інвестиційних ризиків;
- забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства.

Розробка інвестиційної стратегії для компанії «Нестле Україна» передбачає постановку цілей інформаційної діяльності, визначення її пріоритетних напрямків і форм, оптимізацію структури сформованих інвестиційних ресурсів їхнього розподілу, вироблення інвестиційної політики по найбільш важливих аспектах інформаційної діяльності, підтримку взаємовідносин із зовнішнім інвестиційним середовищем.

На сьогодні «Нестле Україна» підтримує стратегію обмеженого зростання. Базовій корпоративній стратегії обмеженого зростання відповідає стратегія інвестиційного забезпечення сталого економічного розвитку «Нестле Україна».

Тому, можна визначити наступний алгоритм формування інвестиційної стратегії підприємства «Нестле Україна»:

1. Формулювання програми. На цьому етапі визначають необхідність розвитку компанії та економічно вигідні напрямки цього розвитку. З цією метою доцільно визначити, наскільки продукція, що випускається підприємством є конкурентоспроможною на ринку та користується попитом; виявити очікуваний попит на час реалізації наміченої інвестиційної політики підприємства; співставити витрати на виробництво і

реалізацію продукції з діючими ринковими цінами; виявити виробничі можливості підприємства на перспективу; проаналізувати діяльність підприємства за попередній період і виявити невикористані резерви. Далі вищий склад керівництва компанії аналізує поточний стан і визначає найбільш пріоритетні напрямки його подальшого розвитку. Результат даного аналізу оформляється у вигляді бізнес ідеї, що спрямована на вирішення найбільш важливих для підприємства задач.

2. Розробка інвестиційних проектів для реалізації обраних напрямів розвитку підприємства – даний етап передбачає збір та обробку інформації для удосконалення та поліпшення бізнес-ідеї. Слід зазначити, що від ступеня достовірності попередньої інформації і правильно інтерпретувати дані, що з'являються в процесі проектного аналізу, залежить успіх реалізації проекту. На цьому етапі приймається рішення щодо доцільності впровадження обраної інвестиційної програми.

3. Експертиза інвестиційної програми. На цьому етапі відбувається остаточний вибір інвестиційного проекту та оцінка його ефективності, ризиків та ресурсного забезпечення.

4. Здійснення програми – даний етап включає страхування реальних інвестицій, планування інвестицій (складання бізнес-плану проекту) та фінансове забезпечення інвестиційної діяльності (розробка капітального бюджету); проектування (розробка проектно-кошторисної документації по окремих об'єктах); забезпечення реальних інвестицій (капіталовкладень) матеріально-технічними ресурсами; освоєння реальних інвестицій (процес виробництва будівельно-монтажних робіт); моніторинг процесу освоєння реальних інвестицій (оперативне управління будівельним циклом); освоєння проектних потужностей.

5. Оцінка результатів інвестування (ефективності реалізованих інвестиційних проектів) проводиться як по завершенню програми в цілому, так і в процесі її виконання.

Отже, розробку найбільш ефективних шляхів реалізації стратегічних цілей інвестиційної діяльності «Нестле Україна» необхідно здійснювати за двома напрямками. Один з них охоплює розробку стратегічних напрямків інвестиційної діяльності, інший – розробку стратегії формування інвестиційних ресурсів. Цей етап є найбільш відповідальним і складним. Для ефективною реалізації інвестиційної стратегії потрібно всіма можливими способами нарощувати й підтримувати інтелектуальний потенціал інвестиційної діяльності, стимулювати підвищення його творчої віддачі.

3.3 Напрями підвищення ефективності інвестиційної діяльності

Зазначено, що досліджуваній компанії потрібно диверсифікувати власний господарський портфель, збільшити асортимент продукції, яка реалізується в Україні. Оскільки останніми роками спостерігається значне зростання попиту на морозиво, досліджувана компанія повинна збільшити асортимент своєї продукції й здійснювати її виробництво у більших обсягах. При цьому на інших ринках збуту досліджуваною компанією виробляється та реалізується морозиво, але асортимент недостатньо широкий, а в Україні ця асортиментна група практично не реалізується.

Далі здійснено вибір цільового сегменту морозива на українському ринку для досліджуваної компанії задля оптимізації її господарського портфеля та обґрунтовано цей вибір (таблиця 3.1)

Таблиця 3.1 - Вибір сегменту морозива для ТОВ «Нестле Україна»

Критерії прийняття рішення	Обрані сегменти	Характеристика
Вибір критеріїв сегментування	За видами продукції (сегменти: морозиво із наповнювачем, рожок й ескімо)	Ці сегменти - найбільші на ринку, і входження компанії на нього - найлегше
Виокремлення споживчих груп	Споживачі – жінки й чоловіки, різні вікові групи, різний рівень доходів (зазвичай – низький та середній)	Продукцію компанії розраховано переважно на жіночу аудиторію, але частина продукції також спрямована на чоловіків. Вікові обмеження відсутні, адже як дитяча, так і доросла аудиторія купує даний вид продукції, проте у структурі продаж переважають діти й покупці молодшого віку
Вибір розмірів сегмента	Сегменти морозива із наповнювачем, рожок й ескімо – 45-50% ринку морозива	
Прогнозна частка ринку	3,5-4%	Частка досліджуваного підприємства запланована на рівні 3,5% із подальшим її зростанням до 10% (протягом 3 років)
Баланс «можливість компанії – вимоги сегменту»	Згідно вимог цього сегменту, компанія повинна поставляти продукцію високої якості	Компанія здійснює роботу щодо адаптації якості продукції, що виробляється в Україні, європейським вимогам
Оцінювання ефективності сегменту	Обраний сегмент найбільший на ринку	Попит на морозиво є високим, середня норма рентабельності – в межах 35%, що є високим показником. Проте досліджуване підприємство, лише плануючи вихід на ринок, планує норму рентабельності 25%

Отже, ТОВ «Нестле Україна» повинна обрати сегмент морозива із наповнювачем, рожок й ескімо, адже саме ці сегменти вітчизняного ринку морозива - найбільші, а попит на цю продукцію - високий. При цьому морозиво із начинкою купують 20,5% споживачів. Упродовж 3 років компанія повинна збільшити частку ринку до 10%, адже обраний сегмент - потенційно ефективний для її функціонування на ньому, тому - прибутковим.

Відзначено, що сегментування ринку й позиціонування є ключовими складовими стратегії маркетингу компанії, які визначають вибір каналів комунікацій й комплекс просування загалом. Помилки на таких етапах маркетингового процесу найчастіше відбуваються в процесі розробки й виведення нових продуктів на ринок. Сегментуванням власних ринків займаються майже усі підприємства, аби мати можливість ефективніше реагувати на споживчий попит різних груп покупців, збільшувати прибутки. Отже, ТОВ «Нестле Україна» рекомендовано не лише розробити стратегію просування на український ринок морозива, але й оцінити ефективність розробленої стратегії.

ТОВ «Нестле Україна» задля закріплення на ринку морозива України потрібно обрати стратегію фокусування. Цей вибір обумовлено тим, що ця стратегія ґрунтується на одержанні конкурентних переваг за рахунок закріплення ринкової позиції компанії на певному сегменті ринку (на сегменті морозива із наповнювачем, рожок й ескімо), а досліджувана компанія поки не володіє конкурентною позицією та достатніми виробничими потужностями на усьому ринку.

Далі наведено складові конкурентної стратегії ТОВ «Нестле Україна» на українському ринку морозива:

1. Товарна й цінова політика.

Як вже було зазначено, задля виходу на ринок компанія ТОВ «Нестле Україна» обрала морозиво із наповнювачем, рожок й ескімо. У процесі розробки цінової стратегії варто врахувати наступні фактори (рисунок 3.1).

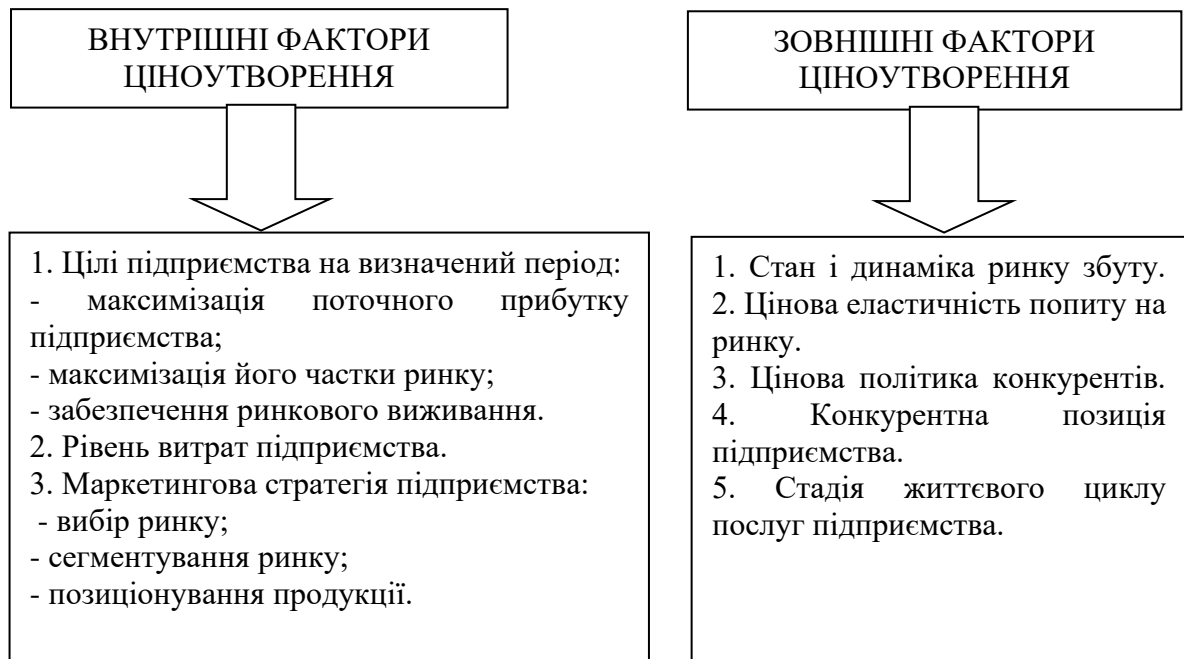


Рисунок 3.1 - Фактори ціноутворення на морозиво на українському ринку

Компанія ТОВ «Нестле Україна» також може використати ціну задля досягнення більш специфічних цілей, наприклад, низькі ціни встановлюються як бар'єр проникнення на ринок конкурентів, а ціни, подібні цінам конкурентів, - задля стабілізації ринку. Встановлюючи ціну на морозиво, компанія повинна взяти до уваги увесь маркетинговий комплекс. Якщо у позиціонуванні продукту ціна не матиме вирішального значення, вона буде залежною від якості продукції, від способів її просування й розподілу. Якщо ціна є ключовим фактором у позиціонуванні, то вона визначатиме усі рішення щодо інших елементів маркетингового комплексу.

Розробляючи цінову стратегію компанії ТОВ «Нестле Україна», служба маркетингу в структурі ціни розглядає собівартість товарної продукції як необхідну базу процесів ціноутворення. Розмір повної собівартості - базовий рівень для встановлення за відповідною методикою цін продаж. В практиці ціноутворення можна використовувати три методи:

- «внутрішні ціни + націнка»;

- методика повної вартості;
- маржинальна методика.

Перш за все, варто підкреслити, що кожен із згаданих методів - типовий і непридатний у ізоляції від маркетингового плану для розрахунку продажної ціни. Тому правильним буде називати кожен з методик не задля розрахунку цін, а для розрахунку вартості. Метою цього розрахунку є, передусім, облік й аналіз фінансових результатів, але не обов'язково - визначення продажних цін.

Як зазначалось, цінова політика компанії ТОВ «Нестле Україна» спрямована на отримання рентабельності на рівні 25%, адже перше завдання компанії - завоювання власної ніші.

2. Збутова й комунікаційна політика.

ТОВ «Нестле Україна» повинне здійснювати збут своєї продукції через найбільші українські супермаркети за рахунок дилерської мережі (бо вони мають зв'язки зі всіма великими супермаркетами), оскільки близько 70% продажів морозива здійснюються в цих місцях. Отже, для збуту продукції компанія повинна використовувати послуги дистриб'юторів. Під час оцінки дистриб'ютора потрібно звертати увагу на такі моменти:

- рівень розгалуженості збутової мережі;
- ефективність діяльності;
- доступ до складських площ;
- дистрибуція комплементарних товарів й розвиненість каналів дистрибуції;
- можливість виходу на значні обсяги реалізації та досягнення економії масштабу.

Окрім цього, додатковими перевагами є фінансова потужність кандидата й наявність контактів з місцевою владою.

Для інтерв'ю із потенційним дистриб'ютором компанія повинна скористатися такими питаннями (рис. 3.2).

КРИТЕРІЇ ВИБОРУ ДИСТРИБ'ЮТОРА
Скільки дистриб'ютор працює на ринку
Чи може дистриб'ютор поділитися кількома історіями успіху про подібний, але неконкуруючий товар, який продавався.
Чи представляв дистриб'ютор інші іноземні компанії, що робив.
Як довго тривав зв'язок дистриб'ютора із трьома топ-компаніями, яких він представляв.
Як продуктова лінія Nestlé відповідатиме або доповнюватиме його існуючий портфель товарів.
Яким є план дистриб'ютора для розбудови бренду Nestlé в Україні.
Чи маєте дистриб'ютор добре покриття ринку, включно з тренуваним та освіченим персоналом.
Яку окрему територію, тип споживача або лінійку товарів може покривати дистриб'ютор (ексклюзивно або неексклюзивно).
Чи здатний дистриб'ютор виконувати узгоджені рівні цільових продажів.
Де бачить дистриб'ютор бренд Nestlé через три, п'ять і десять років?

Рисунок 3.2 - Критерії вибору дистриб'ютора

Опісля остаточного вибору дистриб'ютора варто почати обговорення контракту із ним. Як базу для тексту контракту чи перевірки всіх важливих параметрів угоди з закордонним дистриб'ютором можна взяти шаблон контракту на міжнародну дистрибуцію товарів з документу. Бажано також скористатись допомогою фахового юриста.

3. Рекламна політика.

ТОВ «Нестле Україна» задля виходу на ринок морозива України повинне використовувати такі засоби реклами:

1) Візуальна реклама. Ця реклама повинна передбачати:

– біл-борди у тих містах України, де розташовано торговельні мережі обраних компанією дистриб'юторів;

– - реклама в торговельних мережах.

2) Реклама в ЗМІ та Інтернет-мережі.

Хоча цей вид реклами є найдорожчим, проте частина рекламного бюджету ТОВ «Нестле Україна» має бути направлена саме на цей вид реклами, оскільки жителі України купують багато і друкованих ЗМІ, і є активними користувачами мережі Інтернет. У цьому випадку підприємство може розміщувати свої рекламні банери в мережі Інтернет, тому саме цей інструмент є порівняно дешевим.

3) Дегустації.

Для цього ТОВ «Нестле Україна» варто організувати періодичні дегустації своєї продукції у тих торговельних мережах, що торгують його продукцією. Це надасть можливість компанії ознайомити споживачів зі своєю продукцією перед її придбанням, а також довести високий рівень її якості й високі смакові характеристики.

За результатами цих дегустаційних виставок компанія також зможе отримати результати про ті види продукції, які користуються найбільшим попитом, і з'ясувати, які ж характеристики товарів із низьким попитом не сподобалися споживачам.

4) Інформація у спеціалізованих виданнях.

Для цього компанія повинна періодично розміщувати статті про себе й свою продукцію в спеціалізованих журналах та газетах, описувати технологію виробництва, переваги цієї продукції та рекламувати новинки асортиментного ряду.

Оскільки при виведенні нових товарів на ринок маркетинговий бюджет компанії обмежений, в подальших дослідженнях варто будемо зважати на цей факт, пропонувати компанії малобюджетну маркетингову політику.

Посилення соціально-економічної значущості середніх й малих компаній, які діють на ринку, зміна структури внутрішнього ринку,

трансформація ключових характеристик інформаційного поля, у якому працюють учасники ринку, обумовлені інтеграцією України до світової економічної системи, призводять до посилення значущості ефективності системи маркетингу в якості визначального фактору життєздатності господарюючих суб'єктів. Підвищення ефективності маркетингової діяльності зумовило необхідність реструктурування маркетингової активності задля оптимізації маркетингових витрат.

Необхідність формування ефективного комплексу маркетингу обумовлено також кризовими змінами, які відбуваються у світовій та національній економіках. Найбільш перспективними технологіями механізму просування морозива досліджуваної компанії на вітчизняному ринку на сьогоднішній день визнано малобюджетні технології маркетингу.

Далі наведено маркетинговий стратегічний план стимулювання продажів морозива ТОВ «Нестле Україна» на ринку України (табл. 3.2)

Таблиця 3.2 - Стратегічне планування маркетингового стимулювання продажів морозива компанії ТОВ «Нестле Україна» на українському ринку

Цілі збутової діяльності	<ul style="list-style-type: none"> - збут та розподіл морозива; - зростання зацікавленості дистриб'юторів (надання знижок, подарунків); - бонусна програма 	
Цілі, пов'язані з корпоративними споживачами	<ul style="list-style-type: none"> - забезпечення повторної покупки; - підвищення іміджу компанії. 	
Засоби стимулювання збуту		
Безкоштовне дегустування	Пропозиція безкоштовної продукції може здійснюватись у рамках ознайомлення споживачів із новим продуктом	Здійснювати продаж й просування морозива у рамках ко-маркетингу
Грошова компенсація (надання знижок)	Цінові знижки для торгових мереж й супермаркетів, реалізовані опісля здійснення покупки	При умові покупки значної кількості морозива надається знижка у 3-5%

Продовження таблиці 3.2

Надання подарунків (премій)	Сувеніри дистриб'юторам, що пропонуються безкоштовно в якості доповнення до замовлення	Після реалізації певної кількості морозива за певний період дистриб'ютори отримують сувеніри
Демонстраційні заходи у місцях продаж	Оформлення супермаркетів, закладів громадського харчування, дитячих кафе	Виготовлення візуальних видів реклами
Промо акції	Проведення акцій задля збільшення обороту, частки ринку, прибутку, обізнаності й упізнаваності компанії і її послуг споживачами й стимулювання продажів. Збільшення споживання, перемикання споживачів із конкуруючої продукції	Акції, розіграші, другий товар за півціни чи подарунок до покупок, або «1+1=3» та ін.
Загальне планування стимулювання збуту		
Рівні стимулювання	Необхідне максимальне стимулювання торгових точок. Якщо торговельні заклади будуть максимально зацікавлені в продукції, тоді їм будуть брати на реалізацію й дистриб'ютори	
Скерованість	Програму стимулювання збуту спрямовано на зацікавлення оптових й роздрібних підприємств на закупівлі (консигнацію) більшої кількості продукції	
Терміни стимулювання	В період насичення продукцією, а також додатково декілька місяців (інтенсивність стимулювання буде знижено)	
Спосіб розповсюдження інформації щодо продукції	Цільові розсилки, публікації в спеціалізованих виданнях, POSматеріали	
Засіб формування попиту на продукцію	Ефективна робота із магазинами, кафе, інформування споживачів щодо переваг продукції компанії за допомогою ЗМІ, промоакції	
Координування планів із іншими елементами просування	Продукція має бути завжди доступною для споживачів. Потрібне забезпечення працівників необхідними інструментами й транспортними засобами	
Оцінювання успіху й невдач	Відстеження рівня продаж, частки ринку, прибутку. Аналіз їх зростання або зниження	

Отже, близько 70% продукції заплановано реалізувати через супермаркети України за допомогою дилерів.

Головна причина низької ефективності діяльності багатьох підприємств - недооцінка необхідності й значущості стратегічного підходу у своїй діяльності, орієнтація на короткострокову перспективу. Задля ефективного досягнення цілей рекламної діяльності підприємства у ньому завжди має бути присутньою мотиваційна складова, найбільш активна й гнучка складова частина комплексної системи стратегічного й оперативного управління підприємством. Мотиваційні механізми забезпечують вплив і на фактори виробництва, й на психологію працівників, від дотримання інтересів яких залежить результируючий ефект управління підприємством.

Отже, вдосконалення рекламної діяльності компанії ТОВ «Нестле Україна» повинне зосереджуватись на:

- цілях розвитку й порядку вдосконалення комплексної системи управління компанією та її складовими частинами задля забезпечення ефективних рішень і взаємного погодження інформаційних потоків й процесів прийняття рішень, а також організаційних, кадрових й технічних рішень; – запровадженні сучасних засобів й методів керування в межах вибраної комплексної концепції системи керування (інтегроване керування автоматизованими процесами виробництва); – вдосконаленні організаційних структур керування компанією головним чином шляхом використання сучасних гнучких форм (адаптивних, програмно-цільових та інших структур);

- покращенні інформаційної системи задля керування підприємством задля покращання якості інформаційного масиву й розширення можливостей його швидкого використання;

- використанні засобів автоматизації й обчислювальної техніки задля удосконалення техніко-економічного рівня й якості виробництва (роботизація, гнучкі виробничі ділянки);

– використанні світового досвіду, а також співпраця усередині країни з іноземними партнерами задля забезпечення необхідного рівня якості розвитку системи управління у компанії.

У процесі прийняття рішення про розширення обсягів реалізації продукції й вдосконалення організаційно-економічного механізму управління компанією потрібен прогноз ефективності. Отже, запропонований алгоритм формування маркетингової стратегії виведення морозива на український ринок оптимальний при виборі того або іншого набору маркетингових стратегій діяльності для досліджуваної компанії, оскільки, із одного боку, ураховує основні фактори, що впливають на її маркетингову діяльність, а з іншого – досить прості у застосуванні.

Реклама у мережі Інтернет повинна розміщуватися постійно, оскільки вона не вимагатиме значних фінансових витрат, проте має позитивний ефект впливу на свідомість потенційного споживача. Біл-борди й дегустаційні виставки потрібно реалізувати в період свят (новорічні, різдвяні й християнські), коли споживачі найчастіше відвідують торговельні мережі. Проведення акцій потрібно здійснювати, адже аудиторія охоплення є значною. Також зазначено, що розповсюдження інформації про компанію і її продукцію в спеціалізованих фахових виданнях привнесе свої результати: найбільші дистриб'ютори прийматимуть рішення про реалізацію продукції, споживачі продемонструють бажання ознайомитися із продукцією. Таким видом реклами повинні займатися не лише працівники відділів маркетингу й реклами ТОВ «Нестле Україна»: компанія повинна залучити до написання необхідних матеріалів спеціалістів, якими не лише опишуться усі переваги продукції, але й врахуються національні аспекти з питань вибору морозива (цінова політика, рівень якості, екологічність тощо).

Отже, використання вищеперерахованих рекламних методів може дозволити компанії збільшити власну присутність на українському ринку.

ВИСНОВКИ

Таким чином, дослідивши теоретико-методичні та практичні засади організації інвестиційної діяльності на підприємстві та основні шляхи підвищення її ефективності, ми дійшли наступних висновків:

Поняття інвестиційної діяльності у практичному вимірі має значення ширше, ніж трактується у основних нормативних актах, і може бути визначено як комплекс дій та заходів управлінського персоналу підприємства щодо забезпечення всебічного розвитку підприємства, підвищення ефективності та результативності його діяльності шляхом вкладання ресурсів у ті або інші активи. Доцільність таких дій має обґрунтовуватися відповідними управлінськими рішеннями, для формування яких необхідно проводити інвестиційний аналіз.

У свою чергу інвестиційний аналіз у більшості випадків проводиться на основі розрахунків основних показників ефективності та доцільності певної інвестиційної ідеї. До найбільш поширених методів визначення результатів інвестиційних проектів належать розрахунки дисконтованих грошових потоків від реалізації проекту та ряд показників, які базуються на таких грошових потоках: динамічні та статичні. З їх допомогою можна визначити поточну вартість грошей, які будуть отримані у результаті впровадження певного інвестиційного рішення, та порівняти різні проекти між собою задля вибору найбільш оптимального варіанту для конкретного підприємства.

Не менш важливим аспектом попри розрахунок показників ефективності інвестиційних проектів є також якісний аналіз передумов та результатів таких дій. Саме тому нами було окреслено основні проблеми ефективної реалізації інвестиційної діяльності підприємств в сучасних умовах та було сформовано висновок про необхідність впровадження на

підприємствах додаткових заходів щодо нівелювання зовнішніх ризиків інвестиційної діяльності.

У другому розділі даної роботи було проведено детальний аналіз особливостей діяльності досліджуваного підприємства – ТОВ «Нестле Україна», яке входить до Групи компаній Nestlé – найбільшої компанії світу у сфері виробництва продуктів харчування, яка діє на принципах раціонального харчування та здорового способу життя більш ніж за 100 років свого існування Nestlé вдалося здобути Світове визнання як виробника високоякісних, корисних і безпечних продуктів харчування та завоювати репутацію порядного, відповідального і надійного партнера. Сьогодні продукція Nestlé користується довірою мільйонів споживачів у різних країнах світу.

Прораховано основні показники фінансово-економічної діяльності компанії. Обсяг продажів у 2021 р. збільшився на 14% порівняно з 2020 роком. Нематеріальні активи за період з 2019 по 2021 рік поступово зменшувались. Частка основних засобів в структурі необоротних активів становила в 2021 році більше ніж у 2020 році.

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

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

Інвестиційна діяльність ТОВ «Нестле Україна» не має позитивну динаміку по усім показникам. Проте необхідно приділити увагу більш детальному аналізу структури активів, а також покращувати ліквідність

підприємства за для того щоб швидко реалізовувати активи й отримувати кошти для оплати своїх зобов'язань.

Управління інвестиційною діяльністю – це складова частина загальноекономічної системи управління підприємством, яка має свою мету, принципи побудови та виконує певні функції. Оскільки інвестиційна діяльність спрямована на розвиток виробництва, його технологічне вдосконалення, отримання прибутку, нарощування капіталу, то управління інвестиційною діяльністю виступає підсистемою системи управління підприємством, яка спрямована на створення передумов для підвищення ефективності інвестиційних процесів та всієї діяльності підприємства загалом.

Розробку найбільш ефективних шляхів реалізації стратегічних цілей інвестиційної діяльності «Нестле Україна» необхідно здійснювати за двома напрямками. Один з них охоплює розробку стратегічних напрямків інвестиційної діяльності, інший – розробку стратегії формування інвестиційних ресурсів. Цей етап є найбільш відповідальним і складним. Для ефективною реалізації інвестиційної стратегії потрібно всіма можливими способами нарощувати й підтримувати інтелектуальний потенціал інвестиційної діяльності, стимулювати підвищення його творчої віддачі.

ТОВ «Нестле Україна» повинна обрати сегмент морозива із наповнювачем, рожок й ескімо, адже саме ці сегменти вітчизняного ринку морозива - найбільші, а попит на цю продукцію - високий. При цьому морозиво із начинкою купують 20,5% споживачів. Упродовж 3 років компанія повинна збільшити частку ринку до 10%, адже обраний сегмент - потенційно ефективний для її функціонування на ньому, тому - прибутковим.

вдосконалення рекламної діяльності компанії ТОВ «Нестле Україна» повинне зосереджуватись на:

– цілях розвитку й порядку вдосконалення комплексної системи управління компанією та її складовими частинами задля забезпечення ефективних рішень і взаємного погодження інформаційних потоків й процесів прийняття рішень, а також організаційних, кадрових й технічних рішень; – запровадженні сучасних засобів й методів керування в межах вибраної комплексної концепції системи керування (інтегроване керування автоматизованими процесами виробництва); – вдосконаленні організаційних структур керування компанією головним чином шляхом використання сучасних гнучких форм (адаптивних, програмно-цільових та інших структур);

– покращенні інформаційної системи задля керування підприємством задля покращання якості інформаційного масиву й розширення можливостей його швидкого використання;

– використанні засобів автоматизації й обчислювальної техніки задля удосконалення техніко-економічного рівня й якості виробництва (роботизація, гнучкі виробничі ділянки);

– використанні світового досвіду, а також співпраця усередині країни з іноземними партнерами задля забезпечення необхідного рівня якості розвитку системи управління у компанії.

Близько 70% продукції заплановано реалізувати через супермаркети України за допомогою дилерів.

Отже, використання запропонованих рекламних методів може дозволити компанії збільшити власну присутність на українському ринку

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Polishchuk I., Dovhan Yu., Hromova O., Dovhan L., Hnydiuk I. Tools for marketing management of the innovation and investment activity. Financial and credit activity : problems of theory and practice. 2022. Vol. 2 (43). P. 228-237. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptr.2.43.2022.3654> (дата звернення: 15.10.2023 р.).
2. Пересада А.А. Інвестиційне кредитування. Навчальний посібник. Київ, 2002. 272 с
3. Идрисова А. Р. *Сущность инвестиций, инвестиционной привлекательности и роль инвестиционного проектирования в деятельности предприятий.* Вісник Хмельницького національного університету, 2008. No 2. Т. 2. с. 174-176.
4. Розенберг Дж. М. Инвестиции: терминологический словарь.: ИНФРАМ, 1997. 400 с.
5. Войнаренко М.П., Бушовська Л.Б. Інвестиційна діяльність як об'єкт управління. Економіка: реалії часу, 2015. No 5(21). С. 40–44.
6. Доуртмес П.О. Теоретико-методичне забезпечення оцінювання інвестиційно-інноваційної діяльності промислового підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук. Харків, 2018. 21 с
7. Нкайа Б.Ж., Ларка М.І. Роль і значення інвестицій в діяльності підприємств. Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність. «Фор-вард–2016». 7 Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. студ. та молодих вчених. 27 грудня 2016 р. Харків: НТУ «ХП», 2016. С. 155–156.

8. Портер М. Е. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / пер. А. Олійник, Р. Скільський. Київ : Основи, 1997. 390 с.
9. Череп А. В., Маркова С. В. Теоретичні аспекти формування інноваційно-інвестиційної діяльності. Інноваційна економіка. 2011. № 5. С. 154-58
10. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18 вер.1991 р. No 1560. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>
11. Безродна С. М. Інвестування : компендіум. Чернівці, 2013. 200 с.
12. Боярко І. М., Гриценко Л. Л. Інвестиційний аналіз: Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 400 с.
13. Закон України «Про підприємництво» від 16 січ. 2003 р. No.698. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
14. Гребенюк Н. П., Калашников Ю. М., Гурова О. О. Ефективне управління інвестиційною діяльністю підприємства в умовах воєнного стану. Економіка та держава. 2020. С. 43–46
15. Єгорова О. М. *Методичні засади оцінки ефективності інвестиційної діяльності торговельного підприємства*. Молодий вчений. 2018. № 7(1). 263-269 с
16. Гребенюк Н. П., Калашников Ю. М., Гурова О. О. Ефективне управління інвестиційною діяльністю підприємства в умовах воєнного стану. Економіка та держава. 2020. С. 43–46
17. Феєр О.В. Управління інвестиціями як складова інвестиційного механізму підприємства / Феєр О.В. //Економіка і суспільство. – 2016. – No 5. – С. 256-259.

18. Єгорова О. М. *Методичні засади оцінки ефективності інвестиційної діяльності торговельного підприємства*. Молодий вчений. 2018. № 7(1). 263-269 с.
19. Nestlé в Україні веб-сайт. URL: <https://likom.kiev.ua/nestle/> (Дата звернення: 01.10.2023)
20. Кинг У. Стратегическое планирование и хозяйственная политика: Прогресс, 2002. 397 с.
21. Цікава тенденція: Nestle частково перенесла виробництво каш швидкого приготування з Польщі в Україну веб-сайт. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/311289/tsikava-tendentsiya-nestle-chastkovo-perenesla-vyrobnytstvo-kash-shvydkogo-prygotuvannya-z-polshhi-vukrayinu>. (Дата звернення: 10.10.2023)
22. Porter, M. E. (2008), *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, Simon and Schuster, New York, 432 p
23. Nestlé Україна в 2017 році почала експортувати шоколадні батончики під брендом Lion в Бразилію веб-сайт. URL: <https://www.agravery.com/uk/posts/show/nestle-ukraine-pocalaeksportuvati-sokoladni-batonciki-v-braziliu>. (Дата звернення: 27.09. 2023)
24. Щеглова О. Ю., Судакова О.І., Лаже М.В. *Ефективність управління підприємством та підходи до її визначення*: Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2018. Випуск 12, частина 2. С. 186-190.
25. Державна служба статистики України веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Дата звернення: 25.10.2023)
26. Третина «Мівіні» йде на експорт веб-сайт. URL: <https://delo.ua/business/tret-proizvedennoj-v-ukraine-miviny-idet-na-eksport-gendire-328066/> (Дата звернення) (11.10.2023)

27. Актуальна інформація щодо діяльності компанії в умовах війни Росії проти України веб-сайт. URL: <https://www.nestle.ua/media/news/updated-statement-nestle-ukraine> (дата звернення: 07.10.2023)
28. Innovating fast to ensure long-term growth. Nestlé. веб-сайт. URL: <https://www.nestle.com/investors/annual-report/innovation>.
29. Формування системи управління інвестиційною діяльністю аграрного підприємства веб-сайт. URL: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/3000> (дата звернення: 11.09.2023)
30. Офіційний сайт ТОВ «Нестле Україна» веб-сайт. URL: <https://www.nestle.ua> (дата звернення: 21.09.2023)
31. Паньков О.Б. Управління інвестиційною діяльністю як базовий складник економічної безпеки підприємства. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2020. № 4(115). С. 90-93. веб-сайт. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2020/4_2020/18.pdf (дата звернення 15.10.2023)
32. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
33. Федоренко В.Г. Інвестознавство: Підручник. 3-тє вид., допов. Київ: МАУП, 2004. 480 с.
34. Феєр О.В. Управління інвестиційною діяльністю підприємств у ринкових умовах. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". 2016. № 851. С. 140-145. веб-сайт. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2016_851_20 (дата звернення 15.10.2023)
35. Державна служба статистики України веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (Дата звернення: 17.10.2023).

36. Ефективність управління інвестиційною діяльністю підприємств веб-сайт. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/4667/13.pdf?sequence=1> (дата звернення: 07.10.2023)
37. Шкарлет С. М. Міжнародні економічні відносини та менеджмент в умовах посилення глобалізаційних процесів / за ред. С. М. Шкарлет, М. П. Бутко. Київ : Центр учб. л-ри, 2016. 528 с
38. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність: Навчальний посібник Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 376 с
39. Горєлов Д.О. Стратегія підприємства: навч.-метод. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] Харків: Вид-во ХНАДУ, 2010. 133 с.
40. Porter, M. E. (2008), *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, Simon and Schuster, New York, 432 p
41. Кинг У. Стратегическое планирование и хозяйственная политика: Прогресс, 2002. 397 с.
42. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник. 2-е изд., перероб. и доп. М.: Гардарики, 2008. 296 с
43. Боярська М.О. Аналіз стратегії розвитку підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 5. С. 306-310.
44. Мойсеєнко І. П. М74 Інвестування: Навч. посіб. К.: Знання, 2006. 490 с
45. Безпарточний, М. Г. Обґрунтування стратегій розвитку торговельних підприємств. Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. граць. Одеський національний економічний університет. 2015. Вип. 1. No 56. 19–26 с.
46. Основні інструменти управління підприємством в сучасних умовах веб-сайт. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5809> (дата звернення: 05.10.2023)

47. Шпак Я. О., Брич В.Я. Сутність та елементи організаційно-економічного механізму управління підприємством. Вісник Хмельницького національного університету. 2018. № 6. Т. 1. С. 248-253.

48. Про затвердження Порядку проведення аналізу фінансово-господарського стану суб'єктів господарювання щодо наявності ознак фіктивного банкрутства, доведення до банкрутства, приховування стійкої фінансової неспроможності, незаконних дій у разі банкрутства: Наказ Міністерство Юстиції України від 10.09.2020, № 3105/5

49. Войнаренко М.П., Бушовська Л.Б. Інвестиційна діяльність як об'єкт управління. Економіка: реалії часу, 2015. № 5(21). С. 40–44.

50. Доуртмес П.О. Теоретико-методичне забезпечення оцінювання інвестиційно-інноваційної діяльності промислового підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук. Харків, 2018. 21 с.

51. Боярська М.О. *Аналіз стратегії розвитку підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки.* 2015. Вип. 5. С. 306-310.

52. Сухомлин Л.В., Сакур Л.М. Інвестиційний менеджмент: опорний конспект лекцій. Кременчук: КрНУ, 2018. 145 с

53. Замятіна Н.В. Теоретико-методичні засади управління інвестиційною діяльністю підприємства. Фінансовий простір. 2013. № 3(11). С. 138–142.

54. Гобрей М. В. *Теоретико-методична сутність інвестиційного процесу як економічної категорії. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України.* 2017. Вип. 6 (128). С. 151-154.

55. Новак Н. П. Організація та управління інноваційно-інвестиційною діяльністю виробників органічної продукції. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 11. С. 24-27.

56. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. No 2755-VI (редакція від 15.05.2021 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
57. Щерба А. О. Підходи до визначення інвестицій та інвестиційної активності підприємств. Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку. 2016. 160-174 с.
58. Давиденко Н.М. Аналіз інвестиційних проєктів: Навч. посіб. Київ: ЦП «Компринт», 2015, 378с
59. Приб К. А. Інвестиційна складова управління розвитком підприємства. Інтелект XXI. 2015. № 1. 77-85 с.
60. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 28.09.2023).
61. Бабчинська О. І., Соколовська В. В. Основні інструменти управління підприємством в сучасних умовах. Ефективна економіка. 2017. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5809>.
62. Герасименко Л. І. Особливості менеджменту підприємств та оцінка його якості. Актуальні проблеми економіки. 2014. Вип. 12(46). С. 24-28.
63. Джур О. Е., Шулякова А.С. Інноваційні аспекти удосконалення системи менеджменту організацій у сучасних умовах. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій. 2016. Випуск 6. С. 55-67.
64. Добринюк Д. З. Наукові підходи та методологія оцінки якості менеджменту сучасного підприємства. Ефективна економіка. 2018. № 4. С. 23–29.
65. Маркіна І. А., Таран-Лала О. М. Стратегічні аспекти ефективності менеджменту стійким розвитком підприємства в умовах конкурентного бізнес-середовища. Економічна наука. 2020. № 11. С. 24-27.

66. Овсіюк О. О. Якість менеджменту як основа сучасної управлінської парадигми. Менеджмент та маркетинг. 2017. № 4. С. 7-12.
67. Словінець Л. Г. Загальні принципи формування ефективного організаційно-економічного механізму управління підприємством. Персонал. 2017. № 11. С. 90-99
68. Шпак Я. О., Брич В.Я. *Сутність та елементи організаційно-економічного механізму управління підприємством*. Вісник Хмельницького національного університету. 2018. № 6. Т. 1. С. 248-253.
69. Nestlé. Вільна енциклопедія "Вікіпедія", веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Nestlé>. (Дата звернення: 19.10.2023).
70. Гендиректор Nestle: про здорову їжу, українських школярів та "відтік умів" веб-сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/02/12/645059/>. (Дата звернення: 08.10.2023).
71. Порядок розрахунку внутрішньої норми рентабельності веб-сайт. URL: <https://helpiks.org/5-7693.html>. (Дата звернення: 16.10.2023).
72. Децик О. І. Фінансове забезпечення інвестиційної діяльності суб'єктів підприємництва: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / О. І. Децик; ПВНЗ «Львів. ун-т бізнесу та права». – Львів, 2018. – 226 с.
73. Про компанію «Nestlé SA» веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Nestl%C3%A9> (дата звернення: 10.10.2023)

ДОДАТОК А
Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2019 р.

Актив 1	Код рядка 2	Примітка	31 грудня 2019 р. 4	31 грудня 2018 р. 3	1 січня 2018 р.
I. Необоротні активи					
Нематеріальні активи	1000	10	72 099	96 057	105 961
первісна вартість	1001		334 591	322 850	472 560
накопичена амортизація	1002		(262 492)	(226 793)	(366 599)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	8	73 596	56 186	29 679
Основні засоби	1010	8	191 091	188 394	173 805
первісна вартість	1011		536 390	499 572	446 869
знос	1012		(345 299)	(311 178)	(273 064)
Інвестиційна нерухомість	1015		-	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		-	-	-
інші фінансові інвестиції	1035		-	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		-	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	20	-	35 827	98 769
Інші необоротні активи	1090	9	180 471	165 625	136 371
Усього за розділом I	1095		517 257	542 089	544 585
II. Оборотні активи					
Запаси	1100	11	572 830	590 645	626 873
виробничі запаси	1101		84 534	71 718	92 894
незавершене виробництво	1102		-	-	-
готова продукція	1103		-	-	-
товари	1104		488 296	518 927	533 979
Поточні біологічні активи	1110		-	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	12	1 189 237	1 009 385	858 408
Дебіторська заборгованість за розрахунками:					
за виданими авансами	1130	12	18 912	21 719	59 739
з бюджетом	1135		299	84	9 835
у тому числі з податку на прибуток	1136		-	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		-	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	12	95 282	92 068	182 517
Поточні фінансові інвестиції	1160		-	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	13	285 900	190 611	97 918
готівка	1166		1	-	-
рахунки в банках	1167		285 899	190 611	97 918
Витрати майбутніх періодів	1170		23	121	1 775
Інші оборотні активи	1190	14	4 150	3 011	3 588
Усього за розділом II	1195		2 166 633	1 907 644	1 840 653
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття					
	1200		-	-	-
Баланс	1300		2 683 890	2 449 733	2 385 238

Пасив	Код рядка	Примітка	31 грудня 2019 р.	31 грудня 2018 р.	1 січня 2018 р.
1	2		4	3	
I. Власний капітал					
Зареєстрований капітал	1400	15	800	800	800
Капітал у дооцінках	1405		-	-	-
Додатковий капітал	1410		-	-	-
Резервний капітал	1415		-	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	15	(2 925 287)	(3 291 450)	(4 000 341)
Неоплачений капітал	1425		-	-	-
Вилучений капітал	1430		-	-	-
Усього за розділом I	1495		(2 924 487)	(3 290 650)	(3 999 541)
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення					
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		-	-	-
Довгострокові кредити банків	1510		-	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	16, 9.1	3 300 886	3 702 050	4 265 626
Довгострокові забезпечення	1520		-	-	-
Цільове фінансування	1525		-	-	-
Усього за розділом II	1595		3 300 886	3 702 050	4 265 626
III. Поточні зобов'язання і забезпечення					
Короткострокові кредити банків	1600		-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:					
довгостроковими зобов'язаннями	1610		-	-	-
товари, роботи, послуги	1615	17	2 131 422	1 877 156	1 978 911
розрахунками з бюджетом	1620	17	13 380	14 425	107
у тому числі з податку на прибуток	1621	17	535	967	107
розрахунками зі страхування	1625		-	-	-
розрахунками з оплати праці	1630		2 168	1 601	534
за одержаними авансами	1635	17	14 805	9 777	10 190
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645		-	-	-
Поточні забезпечення	1660		-	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665		-	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	9.1, 18	145 716	135 374	120 411
Усього за розділом III	1695		2 307 491	2 038 333	2 119 153
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття					
	1700		-	-	-
Баланс	1900		2 683 890	2 449 733	2 385 238

Керівник

Головний бухгалтер



Александр Рубен Дайан

Ірина Сватко

ДОДАТОК Б

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2019 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття 1	Код рядка 2	Примітка	За звітний період 3	За аналогічний період поперед- нього року 4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	21	9 417 675	8 690 774
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	22	(6 252 241)	(6 133 155)
Валовий:				
прибуток	2090		3 165 434	2 557 619
збиток	2095		-	-
Інші операційні доходи	2120	26	56 256	38 083
Адміністративні витрати	2130	23	(824 699)	(598 107)
Витрати на збут	2150	24	(1 673 732)	(1 138 552)
Інші операційні витрати	2180	25	(580 472)	(521 532)
Фінансовий результат від операційної діяльності:				
прибуток	2190		142 787	337 511
збиток	2195		-	-
Дохід від участі в капіталі	2200		-	-
Інші фінансові доходи	2220	27	28 656	39 817
Інші доходи	2240	28	548 364	66 307
Фінансові витрати	2250	27	(260 555)	(148 683)
Втрати від участі в капіталі	2255		-	-
Інші витрати	2270	28	(84 017)	(68 685)
Фінансовий результат до оподаткування:				
прибуток	2290		375 235	226 267
збиток	2295		-	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	20	(35 827)	(62 942)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		-	-
Чистий фінансовий результат:				
прибуток	2350		339 408	163 325
збиток	2355		-	-

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття 1	Код рядка 2	Примітка	За звітний період 3	За аналогічний період поперед- нього року 4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		-	-
Накопичені курсові різниці	2410		-	-
Частка 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		339 408	163 325

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Стаття 1	Код рядка 2	Примітка	За звітний період 3	За аналогічний період поперед- нього року 4
Матеріальні витрати	2500		160 040	130 915
Витрати на оплату праці	2505		527 179	327 023
Відрахування на соціальні заходи	2510		62 312	53 631
Амортизація	2515		176 258	172 532
Інші операційні витрати	2520		2 153 114	1 574 090
Разом	2550		3 078 903	2 258 191

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті 1	Код рядка 2	Примітка	За звітний період 3	За аналогічний період поперед- нього року 4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		-	-
Чистий прибуток(збиток) на одну просту акцію	2610		-	-
Скоригований чистий прибуток(збиток) на одну просту акцію	2615		-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650		-	-

Керівник



Александр Рубен Дайан

Головний бухгалтер

Ірина Сватко

ДОДАТОК В

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2020 р.

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2020 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код Рядка	Примітка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2		3	4
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	9	72 099	56 862
первісна вартість	1001		334 591	355 354
накопичена амортизація	1002		(262 492)	(298 492)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	7	73 596	72 163
Основні засоби	1010	7	191 091	315 907
первісна вартість	1011		536 390	687 846
Знос	1012		(345 299)	(371 939)
Інвестиційна нерухомість	1015		-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		-	-
інші фінансові інвестиції	1035		-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		-	-
Відстрочені податкові активи	1045	21	-	-
Інші необоротні активи	1090	8	180 471	215 736
Усього за розділом I	1095		517 257	660 668
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	10	572 830	704 325
виробничі запаси	1101		84 534	89 119
незавершене виробництво	1102		-	-
готова продукція	1103		-	-
Товари	1104		488 296	615 206
Поточні біологічні активи	1110		-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	11	1 189 237	1 195 529
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
за виданими авансами	1130	11	18 912	143 284
з бюджетом	1135		299	407
у тому числі з податку на прибуток	1136		-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	11	95 282	6 922
Поточні фінансові інвестиції	1160		-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	12	285 900	144 778
Готівка	1166		1	1
рахунки в банках	1167		285 899	144 777
Витрати майбутніх періодів	1170	13	23	6 626
Інші оборотні активи	1190	14	4 150	7 406
Усього за розділом II	1195		2 166 633	2 209 277
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		-	-
Баланс	1300		2 683 890	2 869 945

Пасив	Код рядка	Примітка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2		3	4
I. Власний капітал				
Зареєстрований капітал	1400	15	800	800
Капітал у дооцінках	1405		-	-
Додатковий капітал	1410		-	-
Резервний капітал	1415		-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	15	(2 934 950)	(3 808 295)
Неоплачений капітал	1425		-	-
Вилучений капітал	1430		-	-
Усього за розділом I	1495		(2 934 150)	(3 807 495)
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		-	-
Довгострокові кредити банків	1510		-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	16, 8.1	3 309 703	395 373
Довгострокові забезпечення	1520		-	-
Цільове фінансування	1525		-	-
Усього за розділом II	1595		3 309 703	395 373
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600		-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:				
довгостроковими зобов'язаннями	1610		-	-
товари, роботи, послуги	1615	17	2 131 422	2 304 525
розрахунками з бюджетом	1620	17	13 380	29 855
у тому числі з податку на прибуток	1621	17	535	-
розрахунками зі страхування	1625		-	-
розрахунками з оплати праці	1630		2 168	638
за одержаними авансами	1635	17	14 805	18 448
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645		-	-
Поточні забезпечення	1660		-	-
Доходи майбутніх періодів	1665		-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	19	146 562	3 928 601
Усього за розділом III	1695		2 308 337	6 282 067
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття				
Баланс	1700		-	-
	1900		2 683 890	2 869 945

Керівник



Александро Рубен Дайан

Головний бухгалтер

Ірина Святко

28 травня 2021 р.

ДОДАТОК Д

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2020 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття 1	Код рядка 2	Примітка	За звітний Період 3	За аналогічний період попереднього року 4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	22	9 503 628	9 417 675
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	23	(6 644 145)	(6 252 241)
Валовий:				
Прибуток	2090		2 859 483	3 165 434
Збиток	2095		-	-
Інші операційні доходи	2120	27	45 451	56 256
Адміністративні витрати	2130	24	(750 913)	(825 553)
Витрати на збут	2150	25	(1 408 950)	(1 673 732)
Інші операційні витрати	2180	26	(515 833)	(580 472)
Фінансовий результат від операційної діяльності:				
Прибуток	2190		229 238	141 933
Збиток	2195		-	-
Дохід від участі в капіталі	2200		-	-
Інші фінансові доходи	2220	28	18 677	28 656
Інші доходи	2240	29	3 966	548 364
Фінансові витрати	2250	28	(317 488)	(261 673)
Втрати від участі в капіталі	2255		-	-
Інші витрати	2270	29	(735 209)	(84 017)
Фінансовий результат до оподаткування:				
Прибуток	2290		-	373 263
Збиток	2295		(800 816)	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	21	(3 336)	(35 827)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		-	-
Чистий фінансовий результат:				
Прибуток	2350		-	337 436
Збиток	2355		(804 152)	-

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття 1	Код рядка 2	Примітка	За звітний Період 3	За аналогічний період попереднього року 4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		-	-
Накопичені курсові різниці	2410		-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		-	-
Інший сукупний дохід	2445	18	(18 536)	(1 755)
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	18	(18 536)	(1 755)
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	21	3 336	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	18	(15 200)	(1 755)
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465		(819 352)	335 681

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Стаття 1	Код рядка 2	Примітка	За звітний Період 3	За аналогічний період попереднього року 4
Матеріальні витрати	2500		126 959	160 040
Витрати на оплату праці	2505		518 224	527 179
Відрахування на соціальні заходи	2510		70 377	62 312
Амортизація	2515		136 770	176 258
Інші операційні витрати	2520		1 823 366	2 153 114
Разом	2550		2 675 696	3 078 903

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті 1	Код рядка 2	Примітка	За звітний Період 3	За аналогічний період попереднього року 4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		-	-
Чистий прибуток(збиток) на одну просту акцію	2610		-	-
Скоригований чистий прибуток(збиток) на одну просту акцію	2615		-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650		-	-

Керівник



Александро Рубен Дайан

Головний бухгалтер

Ірина Сватко

28 травня 2021 р.


ДОДАТОК Е

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2021 р.


Актив	Код Рядка	Примітка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2		3	4
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	9	56 862	39 198
первісна вартість	1001		355 354	316 332
накопичена амортизація	1002		(298 492)	(277 134)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	7	72 163	133 364
Основні засоби	1010	7	315 907	323 610
первісна вартість	1011		687 846	737 414
Знос	1012		(371 939)	(413 804)
Інвестиційна нерухомість	1015		-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		-	-
інші фінансові інвестиції	1035		-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		-	-
Відстрочені податкові активи	1045	21	-	-
Інші необоротні активи	1090	8	215 736	185 454
Усього за розділом I	1095		660 668	681 626
II. Оборотні активи				
Заласи	1100	10	704 325	735 810
виробничі запаси	1101		89 119	77 600
незавершене виробництво	1102		-	-
готова продукція	1103		-	-
Товари	1104		615 206	658 210
Поточні біологічні активи	1110		-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	11	1 195 529	1 514 163
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
за виданими авансами	1130	11	143 284	56 449
з бюджетом	1135		407	2 269
у тому числі з податку на прибуток	1136		-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	11	6 922	5 581
Поточні фінансові інвестиції	1160		-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	12	144 778	36 964
Готівка	1166		1	-
рахунки в банках	1167		144 777	36 964
Витрати майбутніх періодів	1170	13	6 626	10 851
Інші оборотні активи	1190	14	7 406	4 776
Усього за розділом II	1195		2 209 277	2 366 863
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття				
Баланс	1300		2 869 945	3 048 489

Пасив	Код рядка	Примітка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2		3	4
I. Власний капітал				
Зареєстрований капітал	1400	15	800	800
Капітал у доцінках	1405		-	-
Додатковий капітал	1410		-	-
Резервний капітал	1415		-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	15	(3 808 295)	(3 638 594)
Неоплачений капітал	1425		-	-
Вилучений капітал	1430		-	-
Усього за розділом I	1495		(3 807 495)	(3 637 794)
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		-	-
Довгострокові кредити банків	1510		-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	16, 8.1	395 373	1 025 624
Довгострокові забезпечення	1520		-	-
Цільове фінансування	1525		-	-
Усього за розділом II	1595		395 373	1 025 624
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600		-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:				
довгостроковими зобов'язаннями	1610		-	-
товари, роботи, послуги	1615	17	2 304 525	2 582 522
розрахунками з бюджетом	1620	17	29 855	25 482
у тому числі з податку на прибуток	1621	17	-	-
розрахунками зі страхування	1625		-	-
розрахунками з оплати праці	1630		838	858
за одержаними авансами	1635	17	18 448	13 858
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645		-	-
Поточні забезпечення	1660		-	-
Доходи майбутніх періодів	1665		-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	19	3 928 601	3 028 139
Усього за розділом III	1695		6 262 067	5 660 659
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття				
Баланс	1700		-	-
	1900		2 869 845	3 048 489

Керівник


 Alexandro Ruben Dajan

Головний бухгалтер


 Ірина Сватко

26 серпня 2022 р.

ДОДАТОК Ж

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

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний Період	За аналогічний період попереднього року
1	2		3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	22	11 054 720	9 503 628
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	23	(8 059 036)	(6 644 145)
Валовий:				
Прибуток	2090		2 995 684	2 859 483
Збиток	2095		-	-
Інші операційні доходи	2120	27	71 869	45 451
Адміністративні витрати	2130	24	(769 770)	(750 913)
Витрати на збут	2150	25	(1 514 193)	(1 408 950)
Інші операційні витрати	2180	26	(613 437)	(515 833)
Фінансовий результат від операційної діяльності:				
Прибуток	2190		170 153	229 238
Збиток	2195		-	-
Дохід від участі в капіталі	2200		-	-
Інші фінансові доходи	2220	28	13 783	18 677
Інші доходи	2240	29	143 392	3 966
Фінансові витрати	2250	28	(302 027)	(317 488)
Втрати від участі в капіталі	2255		-	-
Інші витрати	2270	29	(132 945)	(735 209)
Фінансовий результат до оподаткування:				
Прибуток	2290		-	-
Збиток	2295		(107 644)	(800 816)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	21	1 819	(3 336)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		-	-
Чистий фінансовий результат:				
Прибуток	2350		-	-
Збиток	2355		(105 825)	(804 152)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	Примітка	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		-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		-	-
Інший сукупний дохід	2445	18	10 106	(18 536)
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	18	10 106	(18 536)
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	21	(1 819)	3 336
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	18	8 287	(15 200)
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465		(97 538)	(819 352)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний Період	За аналогічний період попереднього року
1	2		3	4
Матеріальні витрати	2500		163 125	126 959
Витрати на оплату праці	2505		547,194	518 224
Відрахування на соціальні заходи	2510		89,848	70 377
Амортизація	2515		137,240	136,770
Інші операційні витрати	2520		1,959,993	1,823,366
Разом	2550		2 897 400	2 675 696

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	Примітка	За звітний Період	За аналогічний період попереднього року
1	2		3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		-	-
Чистий прибуток(збиток) на одну просту акцію	2610		-	-
Скоригований чистий прибуток(збиток) на одну просту акцію	2615		-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650		-	-

Керівник



Александро Рубен Даян

Головний бухгалтер



Ірина Сватко

26 серпня 2022 р.

**Декларація академічної доброчесності
здобувача вищої освіти ЗНУ**

Я, Богдан Ганна Павлівна, студентка 2 курсу, заочної форми навчання, економічного факультету, спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», освітньої програми «Фінанси і кредит», адреса електронної пошти: anna.sapronova888@gmail.com підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Управління інвестиційною діяльністю ТОВ «Нестле Україна» та шляхи її активізації» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

– заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

– згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ Богдан Г.П.

Дата _____ Підпис _____ Огренич Ю.О.