

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА ФІНАНСІВ

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему:

**УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ КОРПОРАЦІЙ**

Студентки 2-го курсу денної форми навчання  
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа  
та страхування»  
освітньо-наукової програми  
«Корпоративні фінанси»  
Круподерової Анастасії Дмитрівни

Науковий керівник:  
кандидат економічних наук, доцент  
**Носова Євгенія Анатоліївна**

Засвідчую, що в цій дипломній  
роботі немає запозичень із праць  
інших авторів без відповідних посилань

Студентка \_\_\_\_\_

Робота допущена до захисту в Екзаменаційній комісії рішенням кафедри  
фінансів від «11» травня 2022 р., протокол № 12.

Завідувач кафедри фінансів,  
доктор економічних наук, професор  
Лютий Ігор Олексійович \_\_\_\_\_

Київ – 2022 р.

## ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ КОРПОРАЦІЙ	7
1.1. Прибуток як фінансова категорія	7
1.2. Показники оцінки рентабельності	15
1.3. Шляхи та інструменти управління прибутком корпорацій	18
РОЗДІЛ 2. УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ НА ПРИКЛАДІ КОРПОРАЦІЇ «NESTLE S.A.»	27
2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності «Нестле»	27
2.2. Оцінка формування та планування прибутку «Нестле»	36
2.3. Управління прибутком та рентабельність «Нестле»	42
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ КОРПОРАЦІЙ	47
3.1. Проблеми управління прибутком корпорацій	47
3.2. Шляхи підвищення ефективності діяльності «Нестле»	51
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59
ДОДАТКИ	64

## ВСТУП

*Актуальність теми дослідження* визначається необхідністю розробки та впровадження у практику роботи корпорацій удосконаленого механізму управління прибутком. Прибуток, найвідоміша з давніх-давен категорія, отримала нове утримання в умовах сучасного економічного розвитку країни, в умовах формування справжньої самостійності суб'єктів господарювання. Тисячі великих і малих підприємств вживають усіх можливих і потрібних заходів щодо ефективного та раціонального управління діяльністю компанії із ціллю отримати прибуток. Прибуток, якому належить роль головної рушійної сили ринкової економіки, насамперед забезпечує інтереси держави, забезпечує інтереси власників та забезпечує інтереси персоналу корпорацій. Значення прибутку визначається насамперед потребою постійного вдосконалення як керівниками, так і фінансовими менеджерами щодо методів ефективного управління формуванням та розподілом прибутку у процесі діяльності корпорацій.

Прибуток корпорації є результируючим показником її діяльності, що дає можливість керівництву корпорації використати показник прибутку під час прийняття фінансових стратегічних рішень розвитку всього об'єднання. Для того щоб прибуток відображав справжній результат діяльності корпорації та підприємств, що входять до складу об'єднання, була джерелом фінансування різних цілей та завдань об'єднання, необхідно цілеспрямоване ефективне управління формуванням прибутку, яке передбачає знання основних механізмів її утворення, використання сучасних методів її аналізу, прогнозування та контролінгу.

**Рівень розробки теми дослідження у науковій літературі.** Вивченню питань управління фінансами та, зокрема, управлінню прибутком корпорацій, присвячено багато наукових праць вітчизняних та зарубіжних учених-економістів, таких як Л. І. Абалкін, С. М. Баранцев, І. О. Бланк, М.І. Гладка, Д.

Гелбрейт, С.І. Ляшенко, Ф. Найт, О. Г. Толмачов, О. М. Толпегін, Р. Харрод, К. Друрі, В.В. Худої та низка інших. Однак, незважаючи на велику кількість робіт, присвячених фінансовим відносинам корпорацій, існує необхідність більш глибокого вивчення фінансової стратегії корпорації з управління прибутком корпорацій, перш за все з урахуванням специфіки їх функціонування. Разом з тим результати наукових досліджень більшості перерахованих вчених послужили базою для розробки і обґрунтування досконалого механізму формування та розподілу прибутку в об'єднанні.

Проте нині відсутність науково-обґрунтованої методологічної бази з управління прибутком корпорацій викликає: втрату частини прибутку корпорації та зниження загального синергетичного ефекту, що несе негативний вплив беззаперечно на прийняття управлінських рішень щодо розвитку всього об'єднання; неможливість оцінки справжнього вкладу кожного дочірнього підприємства у створення спільного прибутку, що призводить до некоректної оцінки діяльності підприємств, що входять до складу корпорації; часткове фінансування потреб дочірніх підприємств, що входять до об'єднання, внаслідок чого знижується зацікавленість дочірніх підприємств у розкритті своїх можливостей.

У сучасних умовах для корпорацій, що виробляють продукти харчування гостро постає питання про максимізацію прибутку. Корпорації потребують розробки більш ефективного механізму формування та розподілу прибутку, який би враховував особливості підприємств (широкий асортимент продукції, сезонність попиту та ін.). Необхідно вдосконалювати підходи до форм та розподілу прибутку корпорацій як виробника продуктів харчування з метою підвищення фінансової стійкості корпорації в цілому. У зв'язку з цим проблема використання показника прибутку при прийнятті фінансових стратегічних рішень є дуже актуальною.

**Мета і завдання дослідження.** Мета дослідження - наукове обґрунтування та розробка механізму оптимального формування та розподілу прибутку корпорацій на прикладі «Нестле»

Поставлена в дослідженні мета визначила необхідність вирішення наступних завдань:

- проаналізувати прибуток як фінансову категорію;
- охарактеризувати показники оцінки рентабельності;
- розглянути шляхи та інструменти управління прибутком корпорацій;
- проаналізувати фінансово-господарську діяльність «Нестле»;
- провести оцінку, аналіз формування та планування прибутку «Нестле»;
- дослідити управління прибутком та рентабельність «Нестле»;
- висвітлити проблеми управління прибутком.
- запропонувати напрями підвищення ефективності діяльності «Нестле».

*Об'єкт дослідження* є фінансові відносини, що виникають у процесі функціонування механізму формування та розподілу прибутку корпорації «Нестле».

*Предмет дослідження* – формування прибутку корпорації «Нестле».

**Наукова новизна** результатів дослідження полягає у наступному: науково обґрунтовано специфіку прибутку корпорації як економічної категорії, розглянуто її функції при розробці методичних підходів до оптимального формування та розподілу прибутку корпорацій, розкрито, що при об'єднанні компаній основою для визначення ефективності є комплекс доданків майбутньої синергії з використанням логіки виробничо-господарські складові синергії — фінансовий результат інтеграції. Економічна ефективність створення корпорації визначається тим, що очікуваний чистий прибуток материнської (головної) компанії є сумою очікуваних прибутків по окремих дочірніх підприємствах, тоді як ризик усієї корпорації менший за суму ризиків окремих компаній; розроблено удосконалений механізм управління формуванням прибутку корпорації, заснований на побудові взаємозв'язку між обсягом виробництва, прибутком,

цінами та знижками на них, який дозволить точніше прогнозувати зміну основних техніко-економічних показників виробництва під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів; запропоновано основні напрямки вдосконалення розподілу прибутку корпорації, що полягають у розробці підходів до визначення суми прибутку, що йде на виплату дивідендів по всіх підприємствах корпорації, обґрунтовано необхідність здійснення витрат на фінансування потреб кожного підприємства корпорації на основі частки його участі у створенні загального прибутку об'єднання, а також обґрунтовано необхідність створення забезпечення для матеріального заохочення управлінського персоналу підприємств корпорації.

**Методи дослідження.** Методологія дослідження базувалася на діалектному та системному підході, сходженні від абстрактного до конкретного, від загального до приватного, єдності теорії та практики, імітаційному моделюванні економічної ситуації, порівняльному аналізу. Використовувалися також методи фінансового та факторного аналізу, економіко-статистичні методи,

**Інформаційна база дослідження.** Теоретичні та методологічні основи дослідження склали праці вітчизняних та зарубіжних економістів-дослідників, які займаються проблемами фінансової діяльності в об'єднаних структурах. При виконанні дослідження використовувалися матеріали корпорації «Нестле», річні звіти корпорації, наукові розробки з питань формування та розподілу прибутку корпорацій.

**Практичне значення одержаних результатів.** Розроблені методичні підходи та рекомендації до формування та розподілу прибутку корпорацій можуть бути використані як інструмент внутрішнього аналізу, що дозволяє керуючій компанії корпорації об'єктивно оцінювати результати діяльності всього об'єднання та підприємств, що входять до нього.

**Обсяг та структура роботи.** Структурно магістерська робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури (45 найменувань) та додатків. У роботі присутні 8 таблиць, 6 рисунків

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ КОРПОРАЦІЙ

### 1.1. Прибуток як фінансова категорія

Функціонування підприємства в умовах ринку передбачає пошук і розробку кожним їх власного шляху розвитку з урахуванням необхідності швидкого реагування на зміну господарської ситуації з підтримки стійкого фінансового становища і постійного вдосконалення виробництва. Для того щоб не тільки утриматися, а й розвиватися на ринку, підприємство має покращувати свій економічний стан : завжди мати оптимальне співвідношення між витратами та результатами виробництва; вишукувати нові форми вкладання капіталу, знаходити нові, ефективніші методи доведення продукції до покупця тощо.

Важлива роль забезпечення всебічної інтенсифікації виробництва та підвищення його ефективності належить прибутку. Прибуток беззаперечно є джерелом фінансових ресурсів, необхідних для фінансово-господарської діяльності (далі ФГД). Його відсутність призводить до виникнення боргів, які в результаті призводять і до фінансової кризи, і призводять до банкрутства. Факторами, які певним чином впливають на фінансові результати у різних галузях економіки, є: порядок формування та використання прибутку підприємств, зміна обсягів виробництва, ефективності фінансового управління підприємствами, тощо.

Прибуток є беззаперечно дуже складною економічною категорією, і тому можливі різні її визначення, інтерпретації, уявлення.

Існує кілька підходів до визначення прибутку:

- I. За своєю економічною природою - прибуток виступає однією з основних форм вартості додаткового продукту та служить для задоволення

суспільних потреб; та його величина визначається рівнем розвитку продуктивних сил суспільства.

- II. Як показник винагороди підприємця – прибуток виступає як форма чистого доходу, який отримує підприємець після реалізації виробленої продукції або виконання послуг з відрахуванням витрат виробництва.
- III. Як оцінка ефективності функціонування фірми – прибуток виступає як узагальнюючий показник, що характеризує кінцеву результативність ФГД підприємства, галузі.

Підсумовуючи, можна погодитися з висловлюванням американського економіста Ф. Найта, який при дослідженні природи прибутку, дійшов висновку, що, мабуть, «жоден економічний термін або поняття не використовується в такій наймовірній кількості загальноживаних значень, як прибуток» [24, с. 25].

Прибуток як винагорода за працю підприємця. Такий підхід вперше сформулював, французький економіст Ж. Сей (1767-1832). Він розвинув теорію трьох факторів виробництва (земля, працю, капітал), згідно з якою підприємницький дохід розглядається як винагорода за працю підприємця [34].

Пізніше англійський економіст А. Маршал до трьох факторів додав четвертий фактор організації і на цій основі зробив висновок про те, що прибуток виступає як винагорода за працю з управління виробництвом «плата – за фактор організації». Такий підхід широко використовується у зарубіжній економіці досі [1].

Прибуток як наслідок граничної продуктивності капіталу. Повна розробка теорії граничної продуктивності пов'язані з ім'ям американського економіста Дж. Кларка (1847-1938). Як і теорії факторів виробництва, теорії граничної продуктивності використовується положення про те, що вартість продукції створюється трьома основними виробничими факторами: працею, капіталом, землею. Розподіл суспільного продукту здійснюється відповідно до внеску кожного з факторів виробництва. Цей внесок визначається граничною продуктивністю [13].

К. Марксом представлявся прибуток як перетворена форма додаткової вартості додаткової, як результат співвідношення між робочим часом, який називається необхідним і додатковим [18].

Злободенно звучать слова одного англійського публіциста, наведені К. Марксом у «Капіталі», що характеризують виробничу діяльність: «Капітал уникає шуму та лайки і відрізняється боязкою натурою. Це правда, але це ще не вся правда. Капітал боїться відсутності прибутку чи надто маленького прибутку, як природа боїться порожнечі. Але якщо є достатній прибуток, капітал стає сміливим. Забезпечте 10% і капітал погоджується на будь-яке застосування; при 20% – стає жвавим, при 50% – позитивно готовий зламати собі голову; при 100% - він зневажає ногами всі людські закони; при 300% - немає такого злочину, на який він не ризикнув би, хоча б під страхом шибениці. Якщо шум і лайка приносить прибуток, капітал сприятиме тому й іншому» [21].

О. М. Поповичем прибуток було визначено як єдина форма накопичень коштів господарюючого суб'єкта будь-якої форми власності [29, с. 77].

І.А. Бланком було представлено трактування прибутку як співвідношення рівня ризику та доходу. Він говорить про те, що прибуток постає як виражений у грошовій формі чистий дохід самого підприємця на вкладений капітал, який відображає його винагороду за ризик ведення підприємницької діяльності, що є різницею між обсягом сукупного доходу та сукупною сумою витрат у ході здійснення цього виду діяльності [3, с. 384].

Відповідно до Податкового кодексу України для українських організацій прибутком визнається отриманий дохід, зменшений на величину понесених витрат [28].

Багато підходів, висунуті різними економічними школами, відбито у сучасних умовах щодо джерела отримання прибутку.

У нашій економічній літературі досі і як теоретичного обґрунтування джерел виникнення прибутку приймалася вартість додаткового продукту,

створюваного додатковою працею найманого робітника. Цей підхід не втрачає свого методологічного значення й за умов ринкової економіки.

При всій різноманітності підходів до визначення стратегічних цілей одна теза залишається вирішальною для організацій: цільова орієнтація так чи інакше пов'язана з прибутковістю бізнесу.

Оскільки прибуток є узагальнюючим показником результатів діяльності підприємства та одним із джерел формування фінансових ресурсів, - цілком зрозуміло прагнення підприємств максимізувати прибуток.

До того ж, специфічні умови формування ринкової економіки, слабкість реального сектора господарства, переважна орієнтація бізнесу на сферу обігу, підвищений підприємницький ризик, потреби первинного накопичення капіталу зумовлюють найбільш прийнятні для економічних суб'єктів та найбільш неприйнятні для самої мети прибутковості.

Аналізуючи різні наукові трактування прибутку, можна сформулювати таке визначення:

Прибуток – економічна категорія, яка є кінцевим фінансовим результатом підприємницької діяльності підприємств та у загальному вигляді є різницею між сукупним доходом та сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності. Будучи джерелом виробничого та соціального розвитку, прибуток займає чільне місце у забезпеченні самофінансування підприємств та об'єднань, служить основним критерієм вибору інвестиційних проектів та програм оптимізації поточних витрат, витрат, фінансових вкладень.

Резюмуючи вище викладене, скажімо наступне: прибуток один із економічних показників оцінки ефективності діяльності підприємства. На основі прибутку проводять фінансування соціального, економічного, технічного та наукового розвитку підприємства, а також збільшує фонд оплати праці працівників підприємства.

Звичайно, прибутковість можна характеризувати показниками виміру, але в будь-якому випадку вона має бути достатньою для реалізації економічної стратегії підприємства.

При цьому слід підкреслити той факт, що підприємство, ставлячи своєю метою отримання прибутку, далеко не завжди має орієнтуватися на його максимізацію.

Виділяють, як правило, три основні типи орієнтації фірми на прибуток:

1) Максимізація прибутку. Сенс цієї орієнтації полягає в тому, щоб отримати максимально високий прибуток у кожній діловій угоді як за рахунок внутрішніх резервів, так за рахунок покупців. Однак, слід мати на увазі, що ця мета не може вважатися виправданою з точки зору її соціальних наслідків. Тому, як довгострокова стратегія фірми, вона у такому вигляді застосовується відносно рідко.

2) Отримання «задовільного» прибутку. Це стратегічна мета, суть якої у тому, що при плануванні прибутку вона вважається «задовільною», якщо враховується рівень ризику. Орієнтиром для фірми в цьому випадку стає прибуток, який можна було б отримати при застосуванні даного капіталу в будь-якій іншій галузі.

«Задовільний» прибуток має тенденцію до зниження до такого рівня, який не привабить надто багато конкурентів у цю галузь, але й не потрібне втручання органів, які стежать за тим, щоб позиція фірми у галузі не стала монопольною.

3) «Мінімаксимізація» прибутку. За такої орієнтації фірми шукають також максимум прибутку, але не за всіма витратами, як у першому випадку. Крім того, при прийнятті рішень береться до уваги необхідність страхування від можливих втрат. Тому, цей варіант означає максимізацію мінімуму очікуваних доходів поруч із мінімізацією максимуму очікуваних втрат, беручи до уваги дії конкурентів.

Звичайно, прибутковість можна характеризувати різними показниками зміни, але в будь-якому випадку вона має бути достатньою для реалізації економічної стратегії підприємства.

Максимізація сумарного прибутку підприємства може досягатися, як відомо, трьома основними шляхами:

- 1) Підвищенням цін продажу продукції (максимізація цін).
- 2) Зниження собівартості (мінімізація собівартості).
- 3) Збільшенням обсягу продажу (максимізація обсягу продажу) [31].

Проте підвищення ціни на виробничу продукцію може принести додатковий прибуток лише в певних умовах. Зауважимо, що підвищення цін продажу продукції та послуг для фірм має обмежену значимість, особливо при максимізації прибутків у довгостроковому плані. Водночас зниження собівартості продукції (витрат виробництва, постачання та збуту) є в будь-яких ситуаціях шляхом, що найбільш прямо призводить до максимізації прибутку, та універсальним засобом її збільшення.

Вирізняють такі види прибутку:

- 1) чистий прибуток;
- 2) валовий прибуток;
- 3) податковий прибуток;
- 4) прибуток від фінансової діяльності;
- 5) прибуток від операцій інвестиційної діяльності.

При переході до ринкової економіки прибуток набув різноаспектного значення. Підприємства набули фінансової самостійності та незалежно від його форми власності приймають рішення про розподіл прибутку, отриманого після сплати податків та інших відрахувань. В умовах ринкової економіки підприємства прагнуть отримання максимального прибутку від своєї діяльності. Розмір прибутку має бути таким, щоб підприємство утримувало позиції на ринку збуту, але й сприяло його подальшому розвитку в конкурентних умовах [25, с. 311].

Виділяють три основні джерела отримання прибутку: від підприємницької діяльності; від інноваційної діяльності; від монопольної влади.

Перше джерело отримання прибутку пов'язане з виробничою і підприємницькою діяльністю, це джерело прибутку, можна сказати, належить майже всім підприємствам. Розмір прибутку обов'язково залежить від кон'єктури ринку та вміння підприємства адаптуватися до змін на ринку. Велика роль тут приділяється маркетингу. Розмір прибутку залежить: від конкурентних умов ринку товарів та послуг; від обсягу виробництва; від якості та асортименту виробленої продукції; від вибраної виробничої стратегії.

Наступне джерело одержання прибутку підприємством, пов'язане з інноваційною діяльністю підприємства, що пов'язано з постійним оновленням асортименту продукції, що виробляється підприємством. А також збільшенням прибутку та конкурентоспроможності продукції.

Існують інші джерела отримання прибутку пов'язані з виробничою діяльністю. Сюди належить монопольне становище підприємств із виробництва різних видів продукції. Проте отримання прибутку тут впливає антимонопольна державна політика і конкуренція над ринком.

Прибуток у ринковій економіці грає таку роль:

- 1) розподільну та регулюючу;
- 2) стимулюючу;
- 3) облікову роль;
- 4) відтворювальну;
- 5) соціальну роль.

Значення прибутку на діяльності підприємства: є важливим фінансовим ресурсом підприємства, джерелом фінансування розширеного виробництва; виступає стимулюючим фактором продуктивності праці та підприємницької діяльності; виступає показником ефективності та відображає результат підприємницької діяльності.

До основних факторів, що впливають на прибуток, є:

- 1) озброєність основними засобами працівників;
- 2) чисельність працівників;
- 3) оборотність основних засобів;
- 4) витрат звернення та т. д.

Виділяють чинники, що впливають на зміну прибутку: зовнішні та внутрішні. Внутрішні фактори зміни прибутку поділяють на основні та неосновні фактори. До основних факторів відносяться валовий дохід та прибуток від продажу продукції, собівартості, амортизаційні відрахування, ринкова вартість продукції. До неосновних чинників відносять порушення дисципліни, умов праці, якості продукції, штрафи. До внутрішніх чинників відносять: продуктивність праці; ефективне використання основних засобів; обсяг валового доходу; наявність власних оборотних засобів. Зовнішні фактори, що впливають на прибуток діяльності підприємств: вартість виробничих ресурсів, природні та транспортні умови, соціально-економічні умови. До зовнішніх факторів належать: стан економіки; політична стабільність; кредитна відсоткова ставка; кон'юнктура ринку; темпи інфляції [22, с. 141].

Одними з важливих факторів отримання найбільшого прибутку є збільшення обсягу виробництва, і навіть продажів, підвищення продуктивності праці, підвищення якості продукції. При здійсненні ФГД корпорації всі ці фактори перебувають у тісному взаємозв'язку та взаємодії. Резерви збільшення прибутку підприємства, що лежать в основі аналізу факторів, що впливають на величину прибутку: зниження витрат на виробництво та реалізацію; збільшення прибутку від іншої діяльності підприємства; встановлення залежності цін, але на основі якості продукції; зміна умов продажу; збільшення обсягу виробленої продукції. Прибуток є джерелом різних економічних потреб. При розподілі прибутку стикаються державні інтереси та інтереси підприємців. Об'єктом розподілу виступає валовий прибуток [10, с. 147].

Зростання прибутку в багатьох випадках відбувається внаслідок підвищення цін на продукцію. Підприємство, що прагне отримати великий

прибуток для спрямування його до зростання грошової маси, яка не забезпечена товарними ресурсами. Що призводить до зростання цін, інфляції [9, с. 48].

Отже, прибуток грає значну роль у діяльності підприємств, а й усієї економіки загалом. При цьому розповсюджуючи свою дію і на соціальну сферу. Прибуток залежить від обсягів виготовленої продукції, а також обсягів її реалізації. Зниження попиту продукцію сприяє зниженню отриманого прибутку.

## **1.2. Показники оцінки рентабельності**

Фінансові результати організації визначаються рядом показників, які переважно представлені у звіті про фінансові результати організації. Цей звіт містить абсолютні показники доходів, витрат, прибутку, розглянувши динаміку (питому вагу) яких можна зробити загальний висновок про ефективність та фінансову стійкість організації. Однак абсолютні показники не дозволяють сформулювати повноцінний висновок щодо недоліків. На основі абсолютних показників можна виявити лише загальні тенденції у діяльності організації.

У зв'язку з цим важливу роль набувають відносні показники, центральне місце серед яких займають показники рентабельності.

Показники рентабельності – одні з найважливіших елементів оцінки ефективності та фінансової стійкості організації у світі.

При цьому можна назвати ще те що, що автори сучасних наукових досліджень по-різному підходять до трактування сутності показника рентабельності. У табл. 1.1 представимо трактування авторів наукових досліджень щодо показника рентабельності.

Таблиця 1.1

**Трактування сутності показника рентабельності як елемента оцінки ефективності та фінансової стійкості організації**

Автор	Визначення
Т. М. Ступницька, О. С. Гула [8]	Рентабельність – показники відносної економічної ефективності роботи організації, на основі яких формується оцінка ефективності використання ресурсів (фінансових, трудових, матеріальних і т. д.), що є у розпорядженні цієї організації.
О. М. Семенова, І. В. Серeda [9]	Рентабельність – основа критерію оцінки ефективності функціонування підприємства. Рентабельність також можна охарактеризувати як показник якості діяльності підприємства (показник фінансового становища та стійкості).
С. С. Свiрiдова, О. О. Пожар [10]	Рентабельність – відносний критерій ефективності діяльності підприємства, показники якого дозволяють зробити висновок про результативність використання активів (майна, майнові права, кошти та їх еквіваленти) та пасивів (джерела освіти активів) підприємства на певну дату.

*Джерело:* складено автором на основі [33, 35, 37]

Отже, дослідники по-різному підходять визначення сутності рентабельності. Так зазначимо, що рентабельність виступає одночасно критерієм ефективності функціонування організації та фінансової стійкості [19].

Так, в економічній літературі та практиці можна зустріти такі групи показників рентабельності:

1) рентабельність капіталу – група показників рентабельності, що оцінюють ефективність використання вкладеного (акціонерного) капіталу організації. Вони дозволяють оцінити, як ефективність функціонування організації, і її фінансову стійкість.

2) рентабельність продажів – відносний показник фінансової ефективності організації у частині продажу, тобто показники рентабельності продажів відбивають частку виручки у прибутку організації (рентабельність продажів, чисту рентабельність, операційну рентабельність, валову рентабельність продажів).

3) рентабельність виробництва – група показників рентабельності, чисельнику якої є показник економічного ефекту (прибутку), у

знаменнику вартість основних засобів та оборотних коштів (рентабельність продукції, валову рентабельність виробництва і т. д.).

На думку Савицької Г.В., рентабельність – це категорія, яка характеризує отриманий дохід [32, с. 280]. Оскільки дохід може набувати неоднакові форми, то рентабельність можна розглядати у різних значеннях. У широкому сенсі рентабельність відображає будь-який дохід, який отримується в господарській діяльності людини. У вузькому розумінні рентабельність проявляється у прибутковості. Інакше висловлюючись, якщо підприємство отримує прибуток, воно рентабельне.

Рентабельність показує фінансову ефективність і є кінцевим узагальнюючим показником діяльності підприємства. Вона формується, виходячи з результативності та економічності, але є не простою сумою цих елементів ефективності, а результатом складної взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем [8, с. 119].

Для показників рентабельності немає нормативних значень. Вони можуть використовуватись при аналізі тенденцій у співвідношенні прибутку та інших показників за ряд років або при зіставленні аналогічних показників усередині однієї сфери діяльності або за групою організацій, що конкурують.

Вибір показників універсальний і можна використовувати незалежно від сфери діяльності організації [12, с. 149]

Показники рентабельності за даними фінансової звітності організації подано на рис. 1.1.

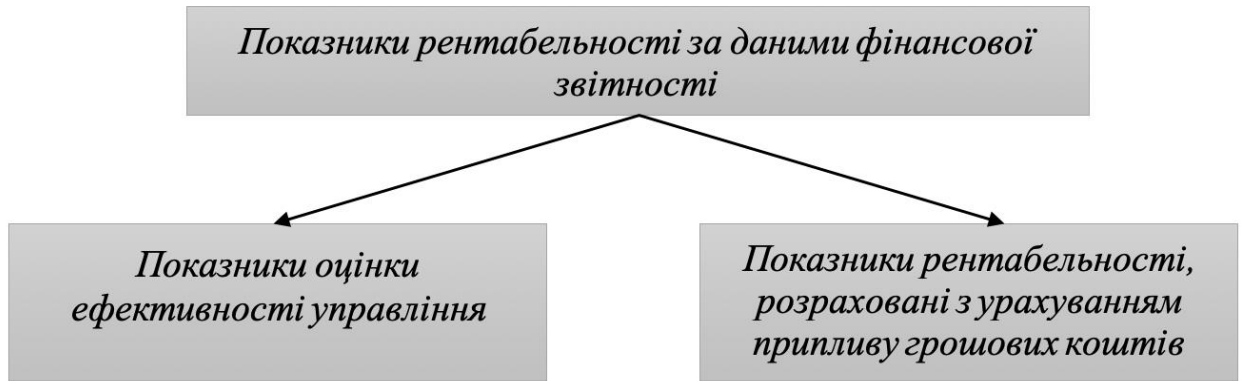


Рис. 1.1. Показники рентабельності за даними фінансової звітності  
 Джерело: складено автором на основі [12, с. 149].

З допомогою перелічених вище показників рентабельності (додаток А) можна проаналізувати ефективність використання активів підприємства, тобто фінансову віддачу від вкладених капіталів, яка є важливою для оцінки економічної безпеки підприємства.

Показники рентабельності входять до багатьох методик аналізу, зокрема використовується не тільки при оцінці ефективності діяльності підприємства, але й при оцінці економічної безпеки підприємства в цілому. На практиці, на наш погляд, найактивніше використовуються показники рентабельності продажів, рентабельності операційного капіталу, рентабельності необоротного капіталу, рентабельності сукупних активів.

### **1.3. Шляхи та інструменти управління прибутком корпорацій**

В умовах ринкової економіки на основі аналізу та синтезу різних економічних концепцій, вважаємо, що прибуток виконує роль фінансової категорії, будучи об'єктом фінансових відносин та засобом створення та функціонування національних та міжнародних фінансових систем (далі ФС).

Встановлено, що корпоративні структури мають специфічні особливості, переваги яких представлені в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

### Специфічні особливості корпорацій

Переваги корпорацій				
Корпорація виступає в господарському обороті як єдиний суб'єкт, що дозволяє всьому об'єднанню знизити ризики, підвищити конкурентоспроможність, стійкість бізнесу, його виживання	Корпорація проводить єдину політику - інвестиційну, технологічну, виробничо-господарську, фінансову, науково-технічну, що сприяє консолідації технічного та технологічного досвіду підприємств, що входять до об'єднаної структури, успішного освоєння внутрішніх та зовнішніх ринків, дає можливість більш економно використовувати ресурси	Існування синергетичного ефекту - позитивного ефекту комбінування окремих частин Під синергією розуміється явище, коли загальний результат поєднання можливостей структур перевищує суму окремих ефектів	Вибудовування системи участі дозволяє центральній компанії управляти промисловим та фінансовим капіталом, що у багато разів перевищує власний, виключає дублювання в управлінні, капіталах	Можливості створення внутрішньо корпоративних схем дозволяють перерозподілити витрати між підприємствами, знизити рівень залежності від зовнішніх постачальників, оптимізувати внутрішньо фірмове фінансування, координувати інвестиції

*Джерело:* складено автором на основі [2]

Економічна ефективність створення корпорації визначається тим, що очікуваний чистий прибуток материнської (головної) компанії є сумою очікуваних прибутків по окремих дочірніх підприємствах, тоді як ризик усієї корпорації менше суми ризиків окремих компаній.

Серед специфічних джерел прибутку корпорацій, виявлено наступні.

- 1) конкурентоспроможне (монопольне, олігопольне) становище, займане на ринку;
- 2) економія витрат корпорації внаслідок об'єднання підприємств у корпорації;

- 3) ефективність та якість управління, що залежать від професіоналізму управлінського персоналу головної компанії та його підприємств з метою використання переваг корпоративних структур.

На основі вивчення практики розподілу загального прибутку корпорації встановлено, що весь прибуток (або її більша частина) концентрується на одному дочірньому підприємстві, а потім за допомогою різних механізмів (товарних кредитів, цільових депозитів, перехресних капіталовкладень, внутрішньо фірмового кредитного центру) здійснюється фінансування інших дочірніх підприємств корпорації. Перевагою такого розподілу прибутку є те, що контроль керуючої компанії (далі КК) за фінансовими потоками корпорації стає нетрудомістким. Проте виявлено низку негативних моментів:

- 1) спотворюється сума прибутку, реально заробленого кожним підприємством, що ускладнює оцінку результативності кожного підприємства як складової частини корпорації;
- 2) ущемляються інтереси власників – частки працівників дочірніх підприємств, у яких «відбирається» частина заробленого прибутку;
- 3) пригнічується ініціатива підприємств, прибуток не виконує стимулюючої функції, а, отже, знижується зацікавленість дочірнього підприємства у максимізації прибутку та підвищення ефективності діяльності підприємства;
- 4) менеджери підприємств намагаються приховати частину прибутку, надавати недостовірні дані щодо діяльності підприємства;
- 5) зрештою, все це позначається на діяльності корпорації, ефективність якої падає.

Показники прибутку відіграють надважливу роль в оцінці як виробничої діяльності, так і фінансової діяльності. З їх допомогою можна охарактеризувати рівень ділової активності компанії та фінансового благополуччя компанії. За показниками прибутку можна визначити рівень віддачі авансованих коштів та

прибутковість вкладень в активи даного підприємства. У процесі управління прибутком підприємства використовуються різні інструменти (рис. 1.2).

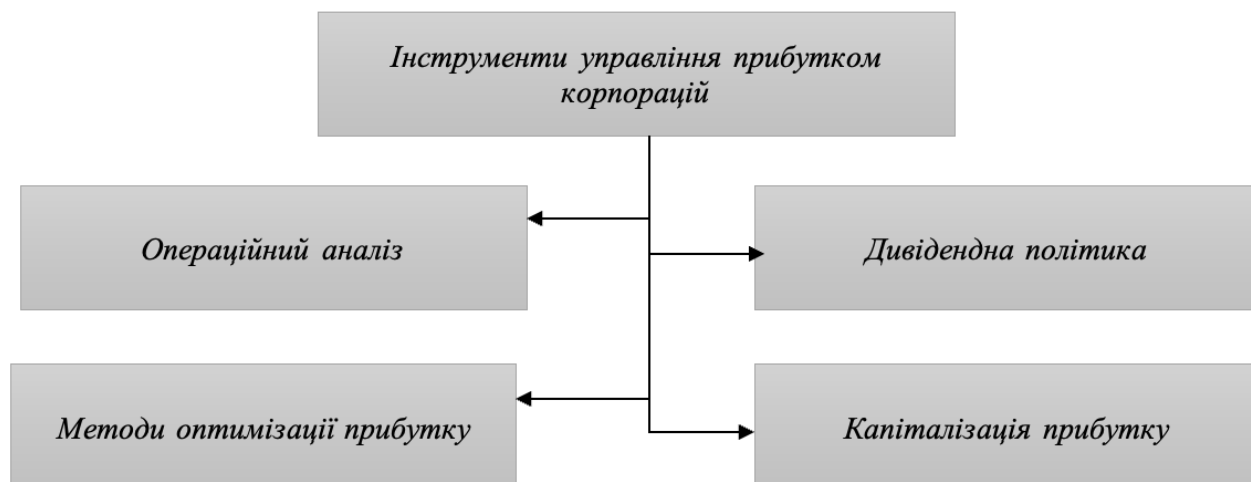


Рис. 1.2. Інструменти управління прибутком корпорації

Джерело: складено автором на основі [23, с. 77]

Операційний аналіз та методи оптимізації прибутку використовуються в процесі планування та формування прибутку.

Дивідендна політика та капіталізація прибутку є інструментами розподілу та використання прибутку.

Розглянемо зазначені на рис. 1.2 інструменти управління прибутком докладніше.

Щодо управління формуванням прибутку розпочинається насамперед із планування прибутку від основної ФГД корпорації, а це означає, що управління розпочинається від формування прибутку від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Орієнтир фінансового менеджера – це безумовно досягнення високого зростання прибутку або ж постійно зростання прибутку від реалізації. Отримання очікуваного результату залежить від трьох складових - витрат на виробництво та реалізацію продукції, запланованої ціни одиниці продукції та обсягу реалізації продукції.

Взаємозв'язок всіх складових визначається в процесі операційного аналізу, який також називають аналізом «витрати – обсяг – прибуток» [16]. В основу операційного аналізу покладено поділ витрат на змінні (пропорційні) та умовно-постійні (непропорційні) (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

### Поділ витрат на змінні та умовно-постійні

Затрати	Залежність від об'єму виробництва	Види затрат
Змінні	Змінюються пропорційно об'єму виробництва	Витрати на сировину, матеріали, електроенергію, паливо, витрати технологічні, витрати на ЗП та інші прямі витрати
Умовно-постійні	Не змінюються або змінюються незначно при зміні об'єму виробництва	Амортизаційні відрахування, проценти за кредит, орендна плата, управлінські витрати, витрати на рекламу та ін.

*Джерело:* складено автором на основі [26, с. 125-132]

Деякі елементи витрат складаються з постійної та змінної частин, до яких відносяться поштові та телеграфні витрати, витрати за електроенергію, витрати на оплату праці співробітників, витрати на поточний ремонт обладнання та ін.) та їх називають змішаними.

У зв'язку із присутністю умовно-постійних витрат компанія, яка намагається реалізувати кожен одиницю продукції із прибутком, який є закладеним у вартості, буде продовжувати залишатися збитковою, поза як не зможе досягнути необхідного обсягу реалізації продукції, коли виручка від такої реалізації покриє всі умовно-постійні витрати.

У операційному аналізі використовують розрахунок проміжного фінансового результату діяльності підприємства, тобто результат після відшкодування змінних витрат. Цей показник називають валовою маржею (або маржинальним прибутком); розраховують його як різницю між виручкою та змінними витратами.

Основними методами оптимізації прибутку будь-якої організації є зниження витрат та збільшення доходів.

Оскільки рівень витрат та собівартості має вплив на величину фінансових результатів компанії, то зниження собівартості можна вважати ефективним фактором зростання прибутку та ефективності діяльності всього підприємства загалом та його керівництва зокрема. Тому зазвичай корпорації прагнуть зниження собівартості виробленої ними продукції. Вирішальною умовою зниження собівартості є безперервний та безперебійний технічний прогрес. Зниження собівартості продукції досягається, передусім, рахунок підвищення продуктивності праці. Зі зростанням продуктивності праці скорочуються витрати у розрахунку на одиницю продукції, отже, зменшується і питому вагу заробітної плати у структурі собівартості.

У функції фінансового менеджера крім планування та формування прибутку входять розробка та обґрунтування пропозицій щодо розподілу чистого прибутку та формування забезпечень на підприємстві. При цьому найважливішими завданнями є узгодження дивідендної та інвестиційної політики та забезпечення оптимальних пропорцій між реінвестуванням прибутку та використанням його на споживання.

Дослідження сприяли появі двох основних теорій дивідендної політики.

1. Теорія нарахування дивідендів за залишковим принципом. Відповідно до цієї теорії дивідендний фонд за звичайними акціями формується після фінансування за рахунок прибутку всіх необхідних витрат, тобто погашення кредитів, виплати фіксованих дивідендів за привілейованими акціями, формування забезпечень для здійснення інвестицій, а сума, що залишилася, спрямовується на виплату дивідендів.

2. Найбільш поширеною є теорія, що отримала назву «Синиця у руці». Інвестори хочуть мінімізувати ризик, тому завжди віддають перевагу поточним дивідендам перед можливими майбутніми виплатами та майбутніми приростами акціонерного капіталу.

Отримані регулярно дивіденди зменшують ризик, невизначеність для акціонерів, які надають перевагу меншому, але постійному доходу на вкладений

капітал. Це призводить до підвищення ціни акціонерного капіталу, оскільки зростає попит на акції.

І навпаки, якщо дивіденди компанією не виплачуються, то збільшується невизначеність, зростає норма доходу, що потрібна інвесторами, що призводить до зниження ринкової ціни акцій.

У практичних ситуаціях фінансовим менеджерам необхідно враховувати конкретні обставини та вибирати підхід щодо обстановки. Доводиться балансувати між виплатою достатніх дивідендів (щоб були задоволені акціонери) та реінвестуванням прибутку (для забезпечення розвитку підприємства).

Виваженою прийнято вважати таку дивідендну політику, яка не наділена різкими коливання, тобто різким підвищенням дивідендів в одному році, потім зниження і так по кругу), і коли щороку виплачується стабільний дохід.

По можливості потрібно намагатися забезпечити акціонерам більший дохід, ніж банківський відсоток.

Обрана фінансовими менеджерами дивідендна політика реалізується у методах визначення розміру дивідендних виплат.

Методи нарахування дивідендів представлені на рис. 1.3.

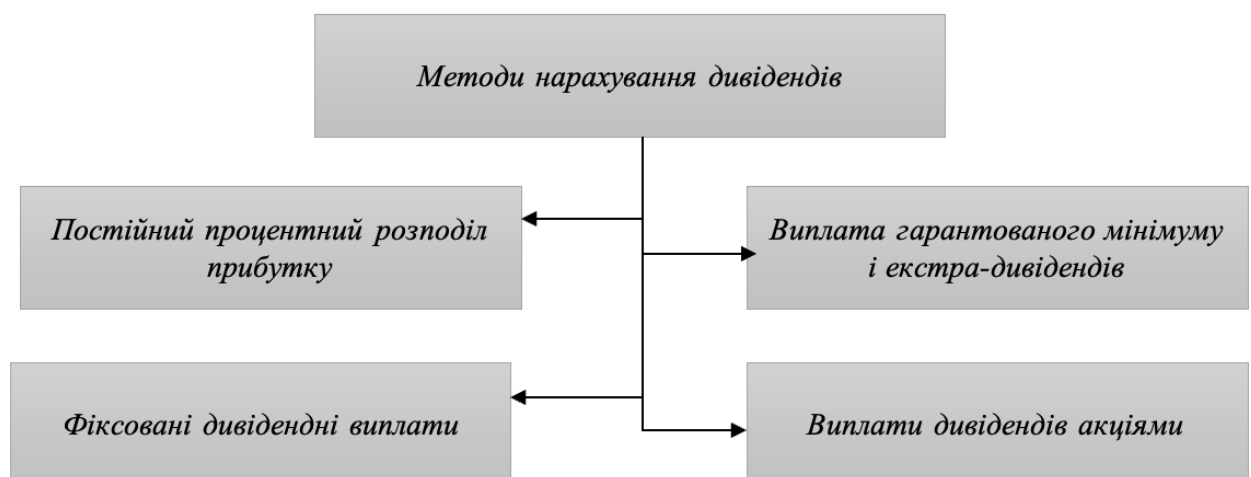


Рис. 1.3. Інструменти управління прибутком корпорації

Джерело: складено автором на основі [44, с. 385]

Розглянемо вказані на рис. 1.3 методи нарахування дивідендів.

1. Постійний процентний розподіл прибутку. Приймається, що дивідендні виплати складають певний відсоток чистого прибутку мінус дивіденди за привілейованими акціями.

2. Фіксовані дивідендні виплати. Це метод регулярних виплат дивідендів у постійному розмірі протягом тривалого періоду незалежно від змін курсової вартості акцій. При ефективній роботі підприємства через деякий час дивіденди можуть бути дещо збільшені і рівень виплат буде триматися досить довго.

3. Виплата гарантованого мінімуму та екстра-дивідендів. Цей метод передбачає виплату регулярних фіксованих дивідендів та періодичних екстра-дивідендів як разової премії у разі ефективної діяльності. Причому вони не повинні виплачуватись надто часто, оскільки стануть очікуваними та втратять роль премії.

4. Виплата дивідендів акціями. Іноді менеджери вдаються до такого методу виплати дивідендів з різних причин:

- 1) проблема з готівкою – полегшується рішення проблем ліквідності за нестійкого фінансового стану;
- 2) потреба у засобах розвитку – весь нерозподілений прибуток надходить на розвиток;
- 3) бажання змінити структуру джерел коштів – з'являється велика свобода маневру структурою джерел коштів;
- 4) бажання заохотити управлінський персонал додатковими акціями і, таким чином, додатково стимулювати його.

Чистий прибуток є джерелом поповнення власних оборотних засобів підприємства. Внески з прибутку як вклади засновників при створенні статутного капіталу інших компаній, кошти, які перераховані іншим спілкам, чи іншим асоціаціям, чи іншим концернам, в склад яких належить компанія, також прийнято вважати використанням прибутку на розвиток виробництва.

Прибуток, що залишається у розпорядженні корпорації, є джерелом фінансування не тільки виробничого та соціального розвитку, а також матеріального заохочення, а й у разі порушення підприємством чинного законодавства – сплати різних штрафів та санкцій.

Отже, основними шляхами та методами управління прибутком корпорацій можна виділити наступні: операційний аналіз та методи оптимізації прибутку використовуються в процесі планування та формування прибутку; дивідендна політика та капіталізація прибутку є інструментами розподілу та використання прибутку. Основу корпоративного управління прибутком повинні становити методи прогнозування, планування та контролінгу прибутку. Прогнозування прибутку – це насамперед процес розробки заходів щодо забезпечення його формування безумовно в необхідному обсязі та ефективного використання відповідно до завдань розвитку корпорації у майбутньому періоді.



Основними партнерами компанії є такі країни, як Німеччина, Франція, Іспанія, Італія, Китай.

Перед тим, як приступити до аналізу фінансово-господарської звітності «Нестле», спочатку розглянемо та проаналізуємо організаційну структуру корпорації (рис. 2.2) [15]:

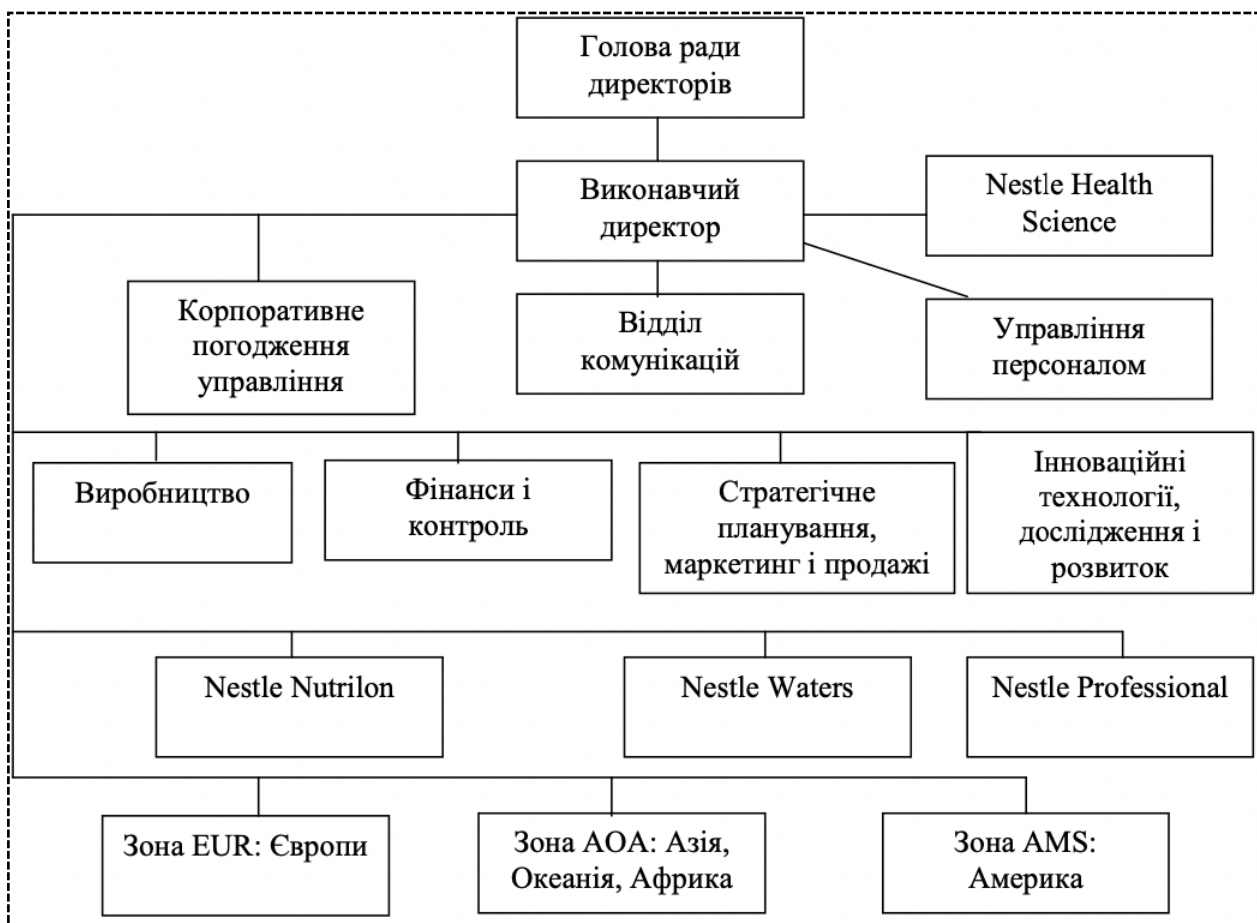


Рис. 2.2. Організаційна структура корпорації «Нестле»

Джерело: складено автором на основі [15]

Як видно із рис. 2.2 організаційна структура корпорації «Нестле» за своєю побудовою є дивізіональною, тобто її беззаперечно можна вважати досконалою. Всі структурні відділи, дивізіони, підпорядковуються Голові ради директорів. Самі ж дивізіони функціонують та діють в межах своїх компетентностей, а також підпорядковуються керівнику відповідного відділу.

Звернемо увагу на той факт, що «Нестле» – відповідальний роботодавець. Фундаментальним принципом компанії «Нестле» є повага до прав співробітників, партнерів та всіх тих, з ким компанія взаємодіє. «Нестле»

продовжуємо впроваджувати Програму комплексної перевірки дотримання прав людини (HRDD) та прагне постійного вдосконалення у цій сфері. У квітні 2014 р. за наслідками публікації доповіді «Розмова про права людини. Підтверджуємо слова «справою» у Лондоні проводилася консультація з представниками громадськості та зацікавленими сторонами. В обговоренні разом із представниками Данського інституту з прав людини взяли участь 20 провідних світових фахівців із захисту прав людини та розвитку сільськогосподарських регіонів з міжурядових організацій, аналітичних центрів, консалтингових та торгових асоціацій. «Нестле» приділяє велику увагу проблемі використання дитячої праці. У співпраці з Асоціацією справедливої праці (Fair Labor Association, FLA) за допомогою спеціальної Системи моніторингу та ліквідації негативних наслідків використання дитячої праці керівники «Нестле» виявили такі випадки в рамках ланцюжка поставок какао [15].

Система оплати праці ґрунтується на Політиці загальної винагороди, яка допомагає залучати, утримувати та мотивувати працівників. Тісно пов'язана зі стратегією компанії, політика дозволяє працівникам бачити чіткий зв'язок між результатами праці та рівнем оплати. Основу заробітної плати складають фіксовані виплати: оклад, надбавки, у тому числі передбачені законодавством, та виплати у разі переїзду працівника та його сім'ї на нове місце роботи. Змінні виплати – річний бонус та бонус за продажі, а також різні види премій – покликані мотивувати працівників на досягнення високих результатів.

Бізнес має брати участь у вирішенні проблем безробіття серед молоді, «Нестле» взяло на себе зобов'язання надавати молодим людям можливість професійної підготовки та працевлаштування. У 2015 р., можливостями програми підтримки молодих спеціалістів Nestle Needs YOUth скористалися 11832 молоді спеціалісти. На штатні посади з повною зайнятістю в «Нестле» у регіоні Європа, Росія та Євразія було працевлаштовано 7690 осіб, ще 4142 – пройшли практику та стажування, а також взяли участь у навчальних та

підготовчих програмах. Корпорацією проведено 1677 заходів, у яких було задіяно 5652 її співробітники.

Концепція «Створюючи спільні цінності» відкрита для інших компаній. Багато хто з них прагне об'єднати зусилля бізнесу та суспільства, щоб на основі нового підходу створювати спільні цінності. «Нестле» прагне пропагувати ці ідеї на різних рівнях, наголошуючи на розгляді ролі бізнесу у вирішенні найгостріших соціальних проблем сучасності, і насамперед у галузі харчування, збереження водних ресурсів та розвитку сільськогосподарських регіонів. Головним інструментом просування позиції є форуми «Створюючи спільні цінності», які щорічно відбуваються з ініціативи компанії у різних країнах світу. Найбільший такий форум, організований «Нестле» спільно з Конференцією ООН з торгівлі та розвитку, відбувся 9 жовтня 2014 р. в Швейцарії. Учасники заходу обговорили питання, пов'язані зі зростаючою роллю бізнесу як основу повноцінного функціонування суспільства.

Розглянемо консолідований звіт корпорації «Нестле» за 2020-2021 рр. (табл. 2.1) (додаток В) [43].

Таблиця 2.1

**Консолідований звіт про прибутки та витрати  
за 2017-2021 рр., млн. швейц. франків**

Показники	2021 р.	2020 р.	2019 р.	2018 р.	2017 р.
<b>Продажі</b>	87 088	84 343	80 154	79 154	70 320
Інші доходи	382	338	299	259	244
Вартість проданих товарів	(45 468)	(42 971)	(40 590)	(37 795)	(30 650)
Витрати на розповсюдження	(7 919)	(7 861)	(7 230)	(6 580)	(5 398)
Маркетингові та адміністративні витрати	(17 294)	(17 370)	(16 990)	(14 880)	(11 520)
Витрати на дослідження та розробки	(1 670)	(1 576)	(1 453)	(1 765)	(1 340)
Інші торгові доходи	171	238	201	190	196
Інші торгові витрати	(3 131)	(908)	(1 280)	(1 065)	(1 870)
<b>Операційний прибуток від торгівлі</b>	<b>12 159</b>	<b>14 233</b>	<b>14 990</b>	<b>14 721</b>	<b>14 880</b>
Інші операційні доходи	698	1 919	1 560	1 400	(1 033)
Інші операційні витрати	(1 178)	(1 356)	(1 402)	(1 388)	(1 277)
<b>Операційний прибуток</b>	<b>11 679</b>	<b>14 796</b>	<b>13 512</b>	<b>13 044</b>	<b>12 974</b>
Фінансові доходи	80	109	98	103	98
Фінансові витрати	(953)	(983)	(899)	(875)	(905)

Продовження таблиці 2.1

<b>Прибуток до оподаткування, асоційовані та спільні підприємства</b>	10 806	13 922	12 743	13 020	11 780
Податки	(2 261)	(3 365)	(3 098)	(2 977)	(2 631)
Доходи від асоційованих та спільних підприємств	8 651	1 815	3 450	2 150	3 077
<b>Прибуток за рік</b>	<b>17 196</b>	<b>12 372</b>	<b>10 756</b>	<b>12 442</b>	<b>10 760</b>
з яких належать до неконтрольних часток	291	140	106	158	112
з яких належить акціонерам материнського підприємства (чистий прибуток)	16 905	12 232	12 088	11 966	11 450
У відсотках від продажів					
Операційний прибуток від торгівлі	14.0	16.9	15.9	15.2	16.1
Прибуток за рік, що належить акціонерам материнського підприємства (Чистий прибуток)	19.4	14.5	14.1	13.8	14.0
Прибуток на акцію (у швейцарських франках)					
Базовий прибуток на акцію	6.06	4.30	4.50	4.33	4.02
Розведений прибуток на акцію	6.06	4.29	4.48	4.30	3.99

*Джерело:* складено автором на основі [43]

Отже, із даних видно, що динаміка основних показників про прибутки та витрати за досліджувані 2017-2021 рр. є позитивною, спостерігається зростання фактично по всіх показниках.

Якщо розглядати показник «прибуток за рік», то можна сказати, що у 2021 р. даний показник збільшився на 6 436 млн. швейц. франків, ніж у 2017 р. і становив у 2021 р. 17 196 млн. швейц. франків.

Показник «прибуток до оподаткування, асоційовані та спільні підприємства» у 2021 р. зменшився на 974 млн. швейц. франків, ніж у 2017 р.

Показники «операційний прибуток» та «операційний прибуток від торгівлі» також зменшилися на незначні суми: на 1 295 млн. швейц. франків та на 2 721 млн. швейц. франків відповідно. Показник «основний операційний прибуток від торгівлі» у 2021 р. також збільшився, порівняно з 2020 р., на 216 млн. швейц. франків або на 1,01%. Це свідчить про збільшення прибутку корпорації. Даний показник становить 17.4% від продажів.

Проте показник «операційний прибуток від торгівлі» у 2021 р. зменшився 2 074 млн. швейц. франків, ніж 2020 р. Або даний показник зменшився на 0.85% і становить всього 14.0% від продажів, тоді як у 2020 р. – 16.9% від продажів.

Показник продажів у 2021 р. збільшився на 16 768 млн. швейц. франків, ніж у 2017 р. і становив 87 088 млн. швейц. франків. Таким чином, показник продажів у 2021 р. порівняно з 2020 р. збільшився на 2 745 млн. швейц. франків або на 1,03%, що є досить хорошим показником для корпорації.

Прибуток за рік, що належить акціонерам материнського підприємства (чистий прибуток) у 2021 р. збільшився на 4 673 млн. швейц. франків, ніж у 2020 р. і становив у 2021 р. 19.4% від продажів.

Проаналізуємо консолідований звіт про сукупний дохід за рік, що закінчився 31 грудня 2021 р. корпорації «Нестле» (табл. 2.2) [43]:

Таблиця 2.2

**Консолідований звіт про сукупний дохід  
за 2020-2021 рр., млн. швейц. франків**

Показники	2021 р.	2020 р.
<b>Прибуток за рік визнається у звіті про прибутки та збитки</b>	<b>17 196</b>	<b>12 372</b>
Перерахування валюти за вирахуванням податків	2 130	(2 931)
Зміни хеджування грошових потоків та вартості хедж-резервів за вирахуванням податків	368	(54)
Частка іншого сукупного доходу асоційованих компаній та спільних підприємств	157	(265)
Статті, які згодом перекласифіковані або можуть бути перекласифіковані до звіту про прибутки та збитки	2 655	(3 250)
Переоцінка програм із визначеними виплатами за вирахуванням податків	1 204	(166)
Зміни справедливої вартості інструментів капіталу за вирахуванням податків	52	124
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	455	(340)
Статті, які ніколи не будуть перекласифіковані до звіту про прибутки та збитки	2 711	(382)
<b>Інший сукупний дохід за рік</b>	<b>5 366</b>	<b>(3 632)</b>
<b>Загальний сукупний дохід за рік</b>	<b>22 562</b>	<b>8 740</b>
з яких належить до неконтрольних часток	285	76
з яких належить акціонерам материнського підприємства	22 277	8 664

*Джерело:* складено автором на основі [43]

З даних табл. 2.2 можемо зробити висновок про те, що у 2021 р. показник «загальний сукупний дохід за рік» суттєво збільшився, порівняно з 2020 р., - на 13 822 млн. швейц. франків або збільшився на 2.6%

Показник прибутку за рік також суттєво збільшився: у 2020 р. даний показник мав значення 12 372 млн. швейц. франків, а у 2021 р. він становив уже 17 196 млн. швейц. франків, що на 4 824 млн. швейц. франків більше.

Це свідчить про стабільну та хорошу фінансову діяльність корпорації «Нестле».

Розглянемо баланс і звіт про рух грошових коштів корпорації «Нестле» за 2020 та за 2021 рр. (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Баланс і звіт про рух грошових коштів корпорації «Nestle S. A.»  
за 2020-2021 рр., млн. швейц. франків**

Показники	2020 р.	2021 р.
Власний капітал	46 514	53 727
Чистий фінансовий борг	31 319	32 917
Співвідношення чистого фінансового боргу до загального власного капіталу (передачі)	67.3%	61.3%
Операційний грошовий потік	14 377	13 864
як % чистого фінансового боргу	45.9%	42.1%
Вільний грошовий потік	10 245	8 715
Капітальні надбавки	11 367	12 977
як % від продажів	13.5%	14.9%

*Джерело:* складено автором на основі [43]

Показник «сукупний капітал» за рік виріс на 7 213 млн. швейц. франків, показник «чистий фінансовий борг» за рік також збільшився на 1 598 млн. швейц. франків. Показник «операційний грошовий потік» за рік зменшився на 513 млн. швейц. франків. Показник «вільний грошовий потік» збільшився на 1 530 млн. швейц. франків. Показник «капітальні надбавки» також збільшився на 1610 млн. швейц. франків.

Із даного аналізу можемо зробити висновок, що корпорація має достатню ліквідність, щоб виплатити свої боргові зобов'язання при необхідності.

Розглянемо та проаналізуємо дані корпорації «Нестле» про акції за 2020 та за 2021 рр. (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

**Акції корпорації «Nestle S. A.» за 2020-2021 рр., млн. швейц. франків**

Показники	2020 р.	2021 р.
Середньозважена кількість акцій в обігу (у мільйонах одиниць)	46 514	53 727
Базовий прибуток на акцію	31 319	32 917
Базовий прибуток на акцію	67.3%	61.3%
Дивіденди, запропоновані радою директорів Nestlé S.A.	14 377	13 864

*Джерело:* складено автором на основі [43]

Основні показники у швейцарських франках, доларах США, євро (у млн. (крім даних на акцію)) подано у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

**Динаміка основних показників у швейц. франках, дол. США, євро  
корпорації «Нестле» за 2020-2021 рр., млн.**

Показники	Разом швейц. франки 2020 р.	Разом швейц. франки 2021 р.	Разом дол. США 2020 р	Разом дол. США 2021 р	Разом євро 2020 р	Разом євро 2021 р
Продажі	84 343	87 088	89 982	95 212	78 801	80564
Основний операційний прибуток від торгівлі (а)	14 903	15 119	15 900	16 530	13 924	13 987
Операційний прибуток від торгівлі (а)	14 233	12 159	15 185	13 293	13 298	11 248
Прибуток за рік, що належить акціонерам материнського підприємства (Чистий прибуток)	12 232	16 905	13 050	18 481	11 428	15 638
Сукупний капітал	46 514	53 727	52 806	58 747	42 939	51 961
Ринкова капіталізація, кінець грудня	293 644	351 682	333 364	384 542	271 072	340 122
Базовий прибуток на акцію	4.30	6.06	4.59	6.63	4.02	5.61

*Джерело:* складено автором на основі [43]

Як видно із табл. 2.5 по всіх показниках спостерігається позитивна динаміка, тобто всі показники відповідно збільшувалися у 2021 р., порівняно з

2020 р. Тільки варто відзначити показник «операційний прибуток від торгівлі», який у 2021 р. знизився, порівняно з 2020 р.

Варто зазначити також і те, що фінансовий огляд містить певні показники фінансової ефективності, які не визначені МСФЗ, які використовуються керівництвом для оцінки фінансових та операційних результатів корпорації.

Керівництво вважає, що ці показники фінансових результатів, які не відповідають МСФЗ, надають корисну інформацію про фінансові та операційні результати корпорації.

Порівняльні показники операційних сегментів за 2020 р. були перераховані після розкриття Nestlé Health Science і Nespresso як окремих звітних сегментів з 2021 р. (раніше об'єднані та представлені в розділі «Інші види діяльності»).

Як видно із аналізу фінансово-господарської діяльності «Нестле», дана корпорація є фінансовою стабільною та прибутковою.

Крім масштабів виробництва, компанія «Нестле» відрізняється максимальним (серед харчових ТНК світу) індексом транснаціоналізації (TNI). Він розраховується як середнє арифметичне трьох часток: частки зарубіжних активів у сукупних активах компанії, частки зарубіжних продажів у сукупних продажах та частки зайнятих за кордоном до загальної чисельності працюючих у компанії. У «Нестле» частка зарубіжних активів становить 64,5%, зарубіжних продажів – 98%, працюючих за кордоном – 96,8%. Індекс транснаціоналізації дорівнює 86,6%. За цим показником «Нестле» посідає 7 місце серед усіх нефінансових ТНК світу і перше – серед харчових ТНК.

ТНК зазвичай використовують сировинну базу країни-реципієнта, обмежуючись контрактними договорами з місцевими фермерами. Основні інвестиції спрямовуються на переробку сирого молока з подальшою реалізацією готового продукту як усередині країни розміщення прямих іноземних інвестицій, так і на експорт. Остання обставина частково пояснює зростання експорту молочної продукції з Бразилії, де розміщено велику кількість заводів компанії «Нестле».

## 2.2. Оцінка формування та планування прибутку «Нестле»

Як відомо, прибуток – це надзвичайно важливий показник діяльності будь-якого підприємства, не виключенням є і корпорації.

У даному підрозділі ми розглянемо як формується прибуток і як відбувається планування прибутку в корпорації «Нестле».

Розглянемо насамперед завдяки чому формується прибуток у корпорації «Нестле».

Першим фактором формування та планування прибутку є *органічний ріст корпорації*. Розглянемо детальніше даний напрямок.

У 2021 році «Нестле» залишалися зосередженими на реалізації довгострокової стратегії та активізації інвестицій у зростання, водночас вирішуючи проблеми глобального ланцюга поставок. Органічне зростання було сильним, з широким збільшенням частки ринку, після дисциплінованого виконання, швидких інновацій і посилення цифровізації. Було обмежено вплив надзвичайної інфляції витрат за допомогою ретельного управління витратами та відповідального ціноутворення.

Надійні базові прибутки зростання на акцію показує стійкість моделі створення вартості. Вся команда «Нестле» продемонструвала зразкову наполегливість і спритність у складному середовищі.

Розвиток портфоліо продовжувався, зосереджуючись на категоріях із привабливими можливостями зростання та диференційованими пропозиціями. Останні приклади включають придбання основних брендів The Bountiful Company та продаж основних брендів води в Північній Америці.

Продовжувала корпорація створювати цінність для своїх акціонерів шляхом дисциплінованого розподілу капіталу, постійного збільшення дивідендів та значних викупів акцій.

Проведемо оцінку прибутку в напрямку органічного росту корпорації.

Органічний приріст становив 7,5%, а акції – 5,5%. Ціни зросли до 2,0%, досягнувши 3,1% у четвертому кварталі, щоб компенсувати значну інфляцію витрат.

Зростання було широким у більшості регіонів і та серед більшості категорій. Органічне зростання досягло 7,2% на розвинутих ринках, що є найвищим рівнем за більш ніж десятиліття, в основному на основі RIG із позитивними цінами. Органічний ріст на ринках, що розвиваються, становив 7,8% із надійною RIG та позитивною ціною. За категоріями продуктів найбільший внесок у органічне зростання внесла кава для трьох основних брендів Nescafé, Nespresso та Starbucks. Продажі продуктів Starbucks зросли на 17,1% і досягли 3,1 мільярда швейцарських франків, що призвело до збільшення продажів на понад 1 млрд. швейц. франків у 2021 р.

Purina PetCare зафіксувала двозначне зростання, лідер Purina PetCare показала двозначне зростання, очолювавши науково обґрунтовані та преміальні бренди Purina Pro Plan, Fancy Feast і Purina ONE. Приготовані страви та кулінарні добавки повідомили про високі однозначні темпи зростання, що ґрунтується на сильному розвитку продажів Maggi, Stouffer's та Lean Cuisine.

Продажі вегетаріанської та рослинної їжі зростали двозначними темпами, досягнувши близько 800 млн. швейц. франків.

Nestle Health Science зафіксувала двозначне зростання, що відображає високий попит на вітаміни, мінерали та харчові добавки, а також продукти для здорового старіння.

Продажі продуктів з олігосахаридами грудного молока (HMOs) продовжували зростати, досягнувши 1,2 млрд. швейц. франків у 2021 р.

За каналами органічного росту показник прибутку від роздрібних продажів склав 6,4% у 2021 р. Прибуток від продажів комерції зросли у 2021 р. на 15,1%, досягнувши 14,3% від загального обсягу продажів.

Чисті продажі в основному зменшилися на 2,9%, беззаперечно пов'язані з транзакціями Nestle Waters North America, Yinlu та Herta. Викупи були частково

компенсовані придбаннями, включаючи основні бренди The Bountiful Company і Freshly. Загальний обсяг продажів збільшився на 3,3% до 87,1 млрд. швейц. франків.

Розглянемо наступний фактор – *основний операційний прибуток від торгівлі*.

Основний операційний прибуток від торгівлі зріс на 1,4% до 15,1 млрд швейц. франків. Базовий операційний прибуток від торгівлі знизився на 30 базисних пунктів до 17,4% у постійній валюті на основі звітності, відображаючи часові затримки між інфляцією витрат і ціноутворенням. Одноразові витрати на інтеграцію, пов'язані з придбанням основних брендів The Bountiful Company, мали негативний вплив приблизно на 10 базисних пунктів.

Валова маржа знизилася на 130 базисних пунктів до 47,8%, що відображає значну широку інфляцію на товари, упаковку, фрахт та витрати на електроенергію. Вплив інфляції витрат, яка сильно зросла у другій половині 2021 р., було частково компенсовано зростанням цін, операційним важелем та ефективністю. Витрати на розповсюдження у відсотках від продажів зменшилися на 20 базисних пунктів, в основному в результаті вибуття брендів Nestle Water в Північній Америці.

Витрати на маркетинг та адміністрування знизилися як відсоток від продажів на 80 базисних пунктів на основі сильного операційного важеля та ефективності. У той же час корпорація продовжувала інвестувати для зростання та збільшила витрати на маркетинг, орієнтовані на споживачів, у незмінній валюті.

Витрати на реструктуризацію та чисті інші торгові об'єкти зросли на 2,3 млрд. швейц. франків до 3,0 млрд. швейц. франків, що значною мірою відображало знецінення, пов'язане з бізнесом Wyeth. Як результат операційний прибуток від торгівлі знизився на 14,6% до 12,2 млрд. швейц. франків, а маржа операційного прибутку знизилася на 290 базисних пунктів до 14,0%.

*Чисті фінансові витрати та податок на прибуток*

Чисті фінансові витрати залишилися без змін і становили 873 млн. швейц. франків, оскільки нижча вартість боргу компенсувала вищий та середній чистий борг.

Корпорація повідомила, що ставка податку знизилася на 330 базисних пунктів до 20,9%, в основному в результаті одноразових статей у 2020 році, включно з продажем бізнесу морозива в США. Основна ставка податку знизилася на 40 базисних пунктів до 20,7%.

Варто розглянути ще один фактор формування та планування прибутку - *зменшення частки L'Oréal*.

15 грудня 2021 р. Nestle продала 22,26 мільйона акцій L'Oréal на загальну суму 9,3 млрд. швейц. франків. Після продажу Nestle володіє 20,1% L'Oréal і продовжує повністю підтримувати стратегію забезпечення вартості компанії.

Оцінка показника «чистий прибуток» у 2021 р.: Чистий прибуток зріс на 38,2% до 16,9 млрд. швейц. франків. Маржа чистого прибутку зросла на 490 базисних пунктів до 19,4%. Прибуток від вибуття акцій L'Oréal більш, ніж компенсував високе знецінення активів та інших одноразових статей.

Базовий прибуток на акцію зріс на 5,8% у постійній валюті та на 5,1% за звітною базою до 4,42 швейц. франків.

Основною причиною зростання стало зростання продажів. Програма викупу акцій Nestle принесла 1,3% збільшення базового прибутку на акцію за вирахуванням фінансових витрат. Прибуток на акцію зріс на 41,1% до 6,06 швейц. франків відповідно до звітів (рис. 2.2).

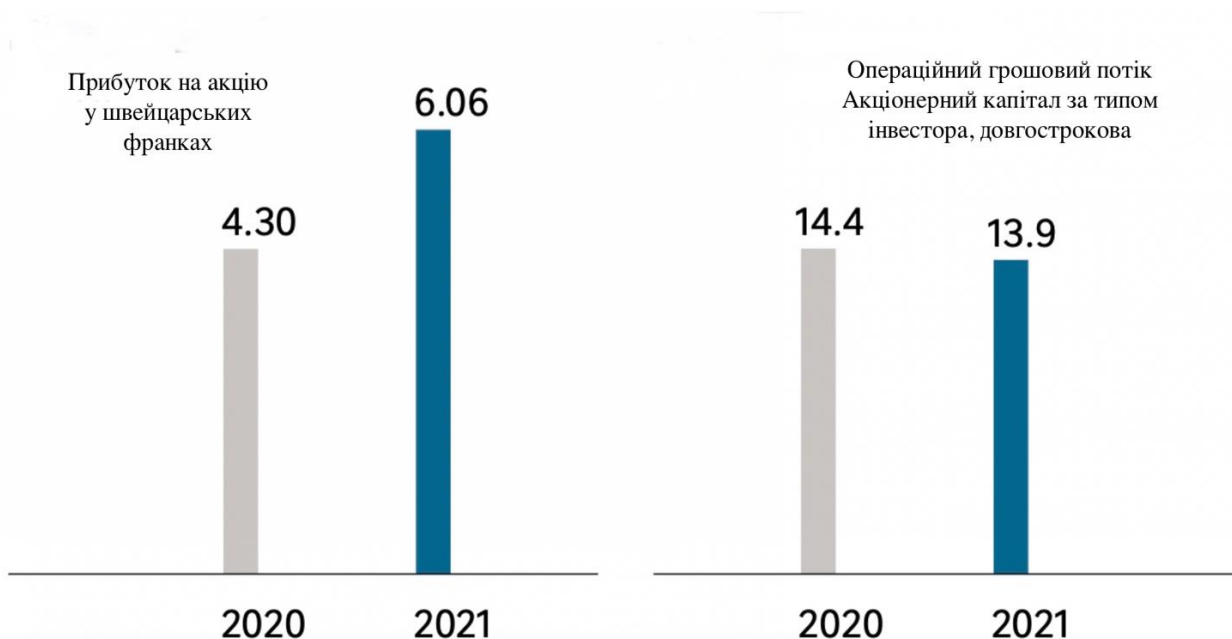


Рис. 2.2. Прибуток на акцію та операційний грошовий потік  
*Джерело:* складено автором на основі [43]

### *Грошовий потік*

Грошові кошти, отримані від операцій, зменшилися з 17,2 млрд. до 16,6 млрд. швейц. франків, головним чином через незначне збільшення оборотного капіталу на кінець року. У контексті значних перебоїв у ланцюжку поставок корпорація тимчасово збільшила рівень запасів. Вільний грошовий потік скоротився з 10,2 млрд. швейц. франків до 8,7 млрд. швейц. франків, в основному через тимчасове збільшення капітальних витрат на задоволення великого попиту, зокрема на Purina PetCare і каву.

### *Ще одним фактором є дивіденди*

На річних загальних зборах 7 квітня 2022 р. Рада директорів запропонувала дивіденди у розмірі 2,80 швейцарських франки за акцію, що на 5 сантимів більше, ніж у 2021 р. У разі схвалення це стане 27-м поспіль щорічним збільшення дивідендів компанії.

Протягом останніх 62 років компанія зберігала або збільшувала свої дивіденди у швейцарських франках. «Нестле» прагне підтримувати цю давню практику щодо збільшення дивідендів у швейцарських франках щороку.

Останній торговий день з правом на отримання дивідендів був 8 квітня 2022 р. Чистий дивіденд буде виплачуватися з 13 квітня 2022 р.

Акціонери, внесені до реєстру акцій з правом голосу 31 березня 2022 року о 12:00 (CEST), мали право реалізувати свої права голосу (рис. 2.3):

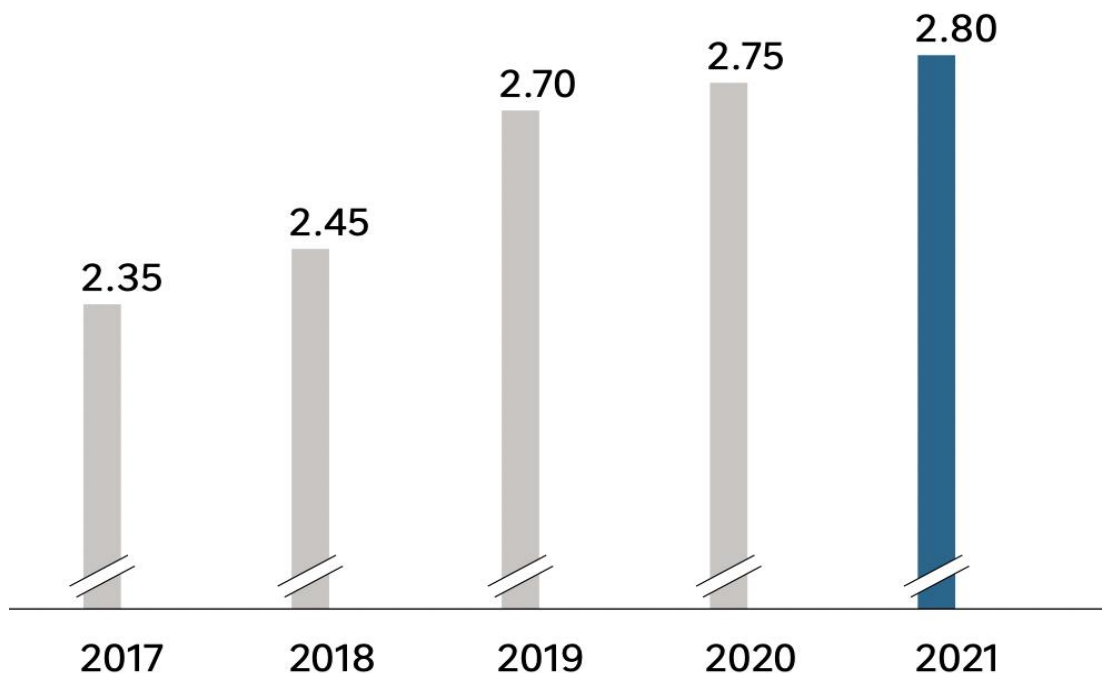


Рис. 2.3. Дивіденди корпорації  
Джерело: складено автором на основі [43]

Ще одним фактором формування прибутку в корпорації Nestle є *програми викупу акцій*

Протягом 2021 р. було викуплено акцій «Нестле» на суму 6,3 млрд. швейц. франків. Програма викупу акцій на суму 20 млрд. швейц. франків розпочата 3 січня 2020 р. З 3 січня 2020 р. по 30 грудня 2021 р. було викуплено 123,1 млн. своїх акцій на загальну суму 13,1 млрд. швейц. франків за середньою ціною 106,08 швейц. франків за акцію.

«Нестле» розпочала нову програму викупу акцій на суму до 20 млрд. швейц. франків 3 січня 2022 р. Компанія очікує придбати близько 10 млрд. швейц. франків акцій протягом перших дванадцяти місяців. Нова програма викупу акцій має бути завершена до кінця грудня 2024 року.

*Чистий борг*

Чистий борг збільшився на 1,6 млрд. швейц. франків, щоб досягти 32,9 млрд. швейц. франків станом на 31 грудня 2021 р. Виплата дивідендів, викуп акцій та чистий відтік грошових коштів від придбання та продажу більше ніж компенсують надходження від продажу акцій L'Oréal та створення вільного грошового потоку.

Отже, як видно із оцінки, формування та планування прибутку корпорації «Нестле», прибуток формується та планується завдяки таким показникам: органічний ріст корпорації, основний операційний прибуток від торгівлі, чисті фінансові витрати та податок на прибуток, зменшення частки L'Oréal, грошовий потік, дивіденди, програми викупу акцій, чистий борг.

### **2.3. Управління прибутком та рентабельність «Нестле»**

Розглянемо та проаналізуємо рентабельність корпорації «Нестле».

Рентабельність інвестованого капіталу (ROIC) корпорації знизилася на 250 базисних пунктів до 12,2% в результаті знецінення, пов'язаного з бізнесом Wyeth. Без урахування знецінення бізнесу Wyeth ROIC корпорації становив 14,2%.

Управління прибутком: у 2021 р. «Нестле» завершила операції з придбання та продажу капіталу на загальну суму близько 9,9 млрд. швейц. франків.

«Нестле» трансформує свій глобальний водний бізнес, зосереджуючи увагу на міжнародних брендах преміальної та мінеральної води та продуктів для здорового зволоження. У березні «Нестле» завершила придбання Essentia Water, функціонального бренду води преміум-класу в США, а також продаж своїх регіональних брендів джерельної води, брендів очищеної води та служби доставки напоїв у США та Канаді.

Nestle Health Science продовжує фокусуватися на створенні провідної глобальної платформи харчування та здоров'я. У липні Nestle завершила придбання Nuun, провідної компанії в області функціональної гідратації, Ця

область дуже швидко зростає на ринку, та уклав угоду з Seres Therapeutics про спільну комерціалізацію SER-109, досліджуваного терапевтичного засобу для орального мікробіома в США та Канаді. У серпні «Нестле» завершила придбання основних брендів The Bountiful Company за 5,75 млрд доларів, що можна вважати ефективним управлінням прибутком.

The Bountiful Company є лідером у зростаючій глобальній категорії харчових продуктів і добавок. Трансакція включає бренди Nature's Bounty, Solgar, Osteo Bi-Flex і Puritan's Pride, а також приватний бізнес компанії в США. Ці бренди будуть інтегровані в Nestle Health Science і доповнять існуючий портфель продуктів охорони здоров'я та харчування з точки зору брендів. Поєднуючи основні активи The Bountiful Company разом із наукою та інноваціями «Нестле» в галузі охорони здоров'я та харчування, Nestle має хороші можливості, щоб прискорити переваги рішень для профілактики та лікування для споживачів у всьому світі. Гудвіл, що виникає в результаті цього придбання, включає в себе такі елементи, як створення лідируючих позицій у сфері вітамінів, мінералів, трав і добавок (VMHS), а також потенціал географічного зростання. Очікується, що він не буде вираховуватись для цілей оподаткування.

Продажі та прибуток за рік діяльності The Bountiful Company, включені до консолідованої фінансової звітності за 2021 рік, становлять відповідно 787 млн. швейц. франків та 29 млн. швейц. франків.

Спираючись на успішний глобальний кавовий альянс, «Нестле» продовжує розширювати охоплення кави та чаю під брендом Starbucks за межами роздрібних магазинів Starbucks. У липні Nestle та Starbucks оголосили про нову співпрацю, щоб вивести готові до вживання кавові напої Starbucks на певні ринки Південно-Східної Азії, Океанії та Латинської Америки.

Прогноз на 2022 рік: управління корпорації «Нестле» очікує зростання органічного обсягу продажів приблизно на 5% і базового операційного прибутку

від 17,0% до 17,5%. Очікується, що базовий прибуток на акцію в незмінній валюті та ефективність капіталу зростуть.

Середньостроковий прогноз: стабільне однозначне зростання органічного обсягу продажів. Продовження помірного підвищення прибутку від операційної діяльності. Продовження обережного розподілу капіталу та підвищення ефективності капіталу.

Корпорація «Нестле» використовує профіль ризику, який відповідає цілям та бізнес-стратегії. Управління прагне створити довгострокову вартість завдяки балансу сталого зростання та ефективності використання ресурсів.

Структура управління ризиками підприємства Nestle Group (ERM) розроблена для оцінки та пом'якшення ризиків з метою мінімізації їх потенційного впливу та підтримки досягнення довгострокової мети та бізнес-стратегії «Нестле». Оцінка зверху вниз проводиться на рівні корпорації один раз на рік. Оцінка знизу вгору відбувається паралельно, що призводить до укрупнення індивідуальних ринкових оцінок. Це створює гарне розуміння ключових ризиків корпорації, щоб розподілити право власності на конкретні дії навколо них і вжити відповідних заходів для їх усунення.

Крім того, «Нестле» співпрацює із зовнішніми зацікавленими сторонами щоб краще зрозуміти проблеми, які найбільше хвилюють. Оцінка суттєвості оцінює ступінь занепокоєння зовнішніх зацікавлених сторін та потенційний вплив на бізнес. Це допомагає гарантувати, що ширші питання стійкості включені до ризиків і можливостей, які розглядаються в усій компанії.

13 жовтня 2020 р. «Нестле» придбала Aimmune, біофармацевтичну компанію, яка розробляє та комерціалізує засоби лікування потенційно небезпечних для життя харчових алергій (Aimmune). Palforzia від Aimmune є першим схваленим FDA лікуванням, яке допомагає зменшити частоту та тяжкість алергічних реакцій на арахіс, включаючи анафілаксію, у дітей віком від 4 до 17 років. Придбання є розширенням портфоліо Nestle Health Science щодо харчової алергії, створюючи ширший спектр рішень для дітей, які живуть з

харчовою алергією. Гудвіл, що виникає в результаті цього придбання, включає в себе такі елементи, як створення лідируючої позиції в області лікування харчової алергії та пов'язаний з цим потенціал зростання в поєднанні з поточним бізнесом Nestle Health Science Medical Nutrition, а також синергію з придбанням Zenper, здійсненим раніше в 2020 рік. Очікується, що він не буде вираховуватись для цілей оподаткування.

30 жовтня 2020 р. «Нестле» придбала Freshly. Freshly доставляє меню свіжих, приготовлених страв клієнтам по всій території Сполучених Штатів. Ця транзакція об'єднує глибоке розуміння Nestle того, що і як люди їдять вдома, з високоспеціалізованою платформою для аналітики споживачів і мережею розповсюдження Freshly, щоб створити можливості для зростання в бізнесі Freshly та в портфелі «Нестле». Управління прибутком, що виникає в результаті цього придбання, включає в себе такі елементи, як частка ринку та потенціал зростання в продуктах харчування безпосереднього споживача в США, а також використання досвіду та присутності «Нестле» у великомасштабному виробництві готової їжі та дослідженнях і розробках. Очікується, що він не буде вираховуватись для цілей оподаткування.

Варто згадати і про придбання та відчуження неконтрольних часток. Корпорація розглядає операції з неконтролюючими частками, які не призводять до збитків контролю як операції з власниками акцій у якості власників акцій. Для придбання акцій у неконтрольних часток різниця між будь-якою сплаченою компенсацією та відповідною придбаною часткою у балансовій вартості чистих активів дочірнього підприємства відображається у власному капіталі. Такий же принцип застосовується до відчуження акцій неконтрольним пакетам акцій.

У 2021 р. корпорація збільшила свою частку в певних дочірніх компаніях, насамперед у Сполучених Штатах, що призвело до зменшення неконтрольної частки на 221 млн. швейц. франків. Компенсація неконтрольним часткам була у формі грошових коштів у розмірі 601 млн. швейц. франків та визнання кредиторської заборгованості в розмірі 446 млн. швейц. франків. Частина

розгляду була записана як зобов'язання в попередні роки на 502 млн. швейц. франків. На власний капітал, що належить акціонерам материнського підприємства, негативно вплинуло 324 млн. швейц. франків.

У 2021 році «Нестле» продала або передала пакети акцій чистою балансовою вартістю 1864 млн. швейц. франків своїй дочірній компанії Société des Produits Nestlé S.A.

Корпорація використовує форвардні валютні контракти, опціони, фінансові ф'ючерси та валютні свопи для хеджування потоків іноземної валюти та позицій. Нереалізовані курсові різниці за інструментами хеджування узгоджуються та враховуються з різницями за базовим активом або зобов'язанням. Довгострокові позики в іноземній валюті, що використовуються для фінансування інвестицій в пакети акцій, як правило, не хеджуються.

Корпорація також використовує процентні свопи для управління процентним ризиком. Свопи обліковуються за справедливою вартістю на кожну дату балансу, а зміни ринкової ціни відображаються у звіті про прибутки та збитки.

Позитивна справедлива вартість форвардних валютних контрактів і процентних свопів включаються до складу передоплат і нарахованих доходів. Від'ємна справедлива вартість форвардних валютних контрактів і процентних свопів включаються до складу нарахувань та доходів майбутніх періодів.

Балансова вартість фінансових активів та пакетів акцій включає вартість інвестицій, за винятком випадкових витрат на придбання, за вирахуванням будь-яких списань. Фінансові активи та пакети акцій списуються на консервативній основі з урахуванням прибутковості відповідної компанії. Корпорація володіє земельними ділянками та будівлями, які в минулому були амортизовані. Офісні меблі та обладнання повністю амортизуються при придбанні.

Як видно з аналізу управління прибутком та рентабельності «Нестле», дана корпорація вдосконалює управління портфелем за рахунок залучення, придбання акцій чи компаній, тим самим збільшуючи свою рентабельність.

## РОЗДІЛ 3

### НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ КОРПОРАЦІЙ

#### 3.1. Проблеми управління прибутком корпорацій

Вимірювання ефективності роботи корпорацій є найважливішою часткою управлінського контролю, що дозволяє оцінити досягнення очікуваних результатів від запланованих дій. Оскільки важливим є те, що вимірюється, параметри ефективності, вибрані організацією для оцінки, є стимулом для дій, спрямованих на вдосконалення цієї оцінки. Такі підсумкові показники, як прибуток, прибуток від реалізації, витрати, зазвичай використовуються з метою оцінки діяльності менеджерів. Проте за умов жорсткої конкуренції насправді потрібні нові стратегії з новими програмами дій та новими системами оцінки [45].

Багато потенційних інвесторів упевнені в тому, що основним фактором, що визначає вартість акцій, є прибуток компанії на акцію. Чи максимальна вартість інвестицій власників звичайних акцій та компанія, метою якої є прибуток і його приріст? Прихильники управління, що базуються на вартості, стверджують, що прибуток компанії не є достатнім показником створення вартості. Зокрема, винагорода керівництва компанії на основі отриманого прибутку та його приросту може сприяти прийняттю рішень, що знижують акціонерну вартість [5].

Прихильники управління, що базуються на вартості, наводять докази того, що дані, підготовлені із застосуванням загальноприйнятих міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, не відображають процесу створення вартості. Для фінансового менеджера, завданням якого є максимізація акціонерної вартості, прибуток не є достовірним показником. Для того щоб

продемонструвати обмеженість показника бухгалтерського прибутку, спочатку розглянемо основні принципи базової моделі оцінки дисконтованого грошового потоку - DCF. Вартість будь-якого доходного активу при використанні моделі DCF є функцією від суми, розподілу в часі та ризику очікуваних майбутніх грошових потоків. Отже, якщо йдеться про управління корпорацією, метою якого є максимізація акціонерної вартості, система оцінки ефективності повинна охоплювати всі три основні фактори, що визначають вартість.

Розглянемо п'ять істотних недоліків оцінки прибутку з використанням міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (далі МСБО) та виявимо причини, чому вона не може бути основою управління, спрямованого на створення акціонерної вартості.

Перший недолік – бухгалтерський прибуток не дорівнює грошовому потоку. На перший погляд, це формулювання дещо оманливе, оскільки, безумовно, можна визначити величину грошового потоку, внісши деякі уточнення в надані дані бухгалтерської звітності. Однак, справа в тому, що звітний прибуток не дорівнює грошовим коштам, які є, а грошові кошти – це саме те, що нас цікавить, коли ми намагаємося управляти корпорацією для створення акціонерної вартості.

Другий недолік – бухгалтерські дані не відбивають ризику. Звітний бухгалтерський прибуток не відображає ризиків отримання цього прибутку. Іншими словами, дані бухгалтерського обліку компанії відображають те, що сталося, а не те, що могло статися. Як наслідок, у звітній прибутку немає жодної інформації про ризики, притаманні діяльності компанії. Оскільки ризик є основним визначальним фактором вартості власного капіталу компанії, цей недогляд є критичним.

Рівень звітного прибутку компанії та її динаміка визначаються комбінацією факторів впливу, невідконтрольних корпорації (наприклад, загальна економічна кон'юнктура, галузева специфіка, рівень інфляції та ін.), а

також політикою, яку проводить керівництво корпорація (наприклад, фінансова, операційна та цінова політика).

Третій недолік – бухгалтерські дані не включають альтернативної вартості власного капіталу. Зв'язок між економічною вартістю та прибутком ще більш невизначений через те, що традиційні розрахунки прибутку не включають альтернативної вартості, пов'язаної з інвестиціями власників у компанію. Відсоткові витрати та дивіденди на привілейовані акції враховуються при розрахунку бухгалтерського прибутку. Але при цьому до уваги не береться необхідна рентабельність власного капіталу. Відсутність вартості наданого власником капіталу означає, що звітний прибуток перебільшує створену вартість за період діяльності компанії.

Четвертий недолік - відмінності методів ведення бухгалтерського обліку у різних компаніях. Фахівець, який вивчає фінансову звітність, знає про вплив методу ведення бухгалтерського обліку на звітну прибуток компанії. Наприклад, різні методи, які може застосувати компанія при обліку товарно-матеріальних запасів (наприклад методи LIFO та FIFO), або правила, встановлені контролюючими організаціями щодо обліку витрат на науково-дослідну діяльність або обліку курсової різниці по валютних операціях. Окрім впливу на грошовий потік ця облікова практика не має особливого значення під час розгляду ефективності діяльності компанії. Проте облікова практика може й істотно впливає на звітний прибуток підприємства.

П'ятий недолік – бухгалтерські показники не враховують тимчасової вартості грошей. Звітний прибуток не враховує аспекти тимчасової вартості грошей. Економічна вартість, що лежить в основі економічної моделі компанії, бере до уваги тимчасовий фактор, суму та ризику майбутніх грошових потоків. А саме: економічна та дійсна вартість компанії дорівнює поточній вартості її майбутніх грошових потоків, дисконтованих за ставкою, що повною мірою відображає притаманні їм ризику. Рівень прибутковості, у якому зацікавлені інвестори, має відбивати як ризику майбутніх грошових потоків, так і очікуваний

рівень інфляції. Оскільки розрахунки бухгалтерського прибутку не враховують тимчасової вартості грошей, ці дані не є достовірними для менеджера, який прагне максимізації акціонерного капіталу.

Дані бухгалтерського обліку готуються із загальноприйнятими МСБО. Оскільки метою підготовки звітності, головним чином, є оцінка ефективності діяльності за минулий період, не дивно, що критерії ефективності, що ґрунтуються виключно на звітній інформації за минулі періоди, мають дещо обмежений характер, коли йдеться про оцінку майбутньої ефективності [11, с. 987-988].

Таким чином, зазначені проблеми із застосуванням критеріїв, що ґрунтуються на бухгалтерському обліку, - це не проблеми самої бухгалтерської системи або методів підготовки облікової інформації, а проблеми з використанням даної інформації для тих цілей, для яких вона ніколи не призначалася.

Проблеми формування прибутку можна звести до наступних основних груп:

1. Відсутність системи планування прибутку та рентабельності, спричинена недоліками в інформаційному та методичному забезпеченні;

2. Неefективна діяльність з пошуку факторів формування прибутку та рентабельності:

– недостатня робота щодо збільшення обсягів виробництва продукції, робіт, послуг. Крім явного ефекту від збільшення обсягів продажів, компанія отримує і додатковий економічний ефект, за рахунок зниження частки умовно-постійних витрат у кожній одиниці продукції;

– відсутність заходів щодо оптимізації витрат. При зниженні витрат, що не вплине на якість продукції та зміну ціни у компанії, збільшується маржа, або підприємство може знизити ціну з метою залучення нових споживачів;

– недостатнє вдосконалення асортименту та якості продукції та послуг. Низькоякісна продукція не дозволяє вигравати на підвищенні цін, а

також не дає можливості збільшення тієї категорії продукції, яка приносить більше прибутку;

– недостатньо ефективний розподіл прибутку та використання ресурсів [7, с. 89].

Зазначені проблеми не дозволяють максимізувати прибуток відповідно до ресурсного потенціалу компанії, а також більш точно розуміти до чого призведе той чи інший напрямок діяльності компанії. Тому в сучасних умовах необхідно здійснювати пошук вирішення проблем та підвищувати фінансові результати.

### **3.2. Шляхи підвищення ефективності діяльності «Нестле»**

Що стосується підвищення ефективності діяльності корпорації «Нестле», то на основі проведеного нами аналізу у попередньому розділі, можемо запропонувати наступне:

*Вдосконалення портфелю*, який постійно повинен розвивається для задоволення споживчих потреб. Довгострокова стратегія «Нестле» повинна бути зосереджена на повазі до майбутнього. Потрібно формувати портфель за допомогою продуктів, які підходять для споживачів, та ставити цілі, які сприяють створенню здоровішого довкілля.

*Вдосконалення стратегічного рішення.*

Варто фокусувати енергію та ресурси «Нестле» там, де розкриття їжі може мати найбільший позитивний вплив на життя людей та домашніх тварин, довкілля, акціонерів та інших зацікавлених сторін. Продукти, які корисні для споживачів та планети, роблять хороший бізнес. Ось чому варто робимо такі дії:

Принести на ринок відмінні інновації преміум-класу, які підживлюються творчими дослідженнями та розумінням споживачів, новаторською наукою про харчування та кулінарною досконалістю.

Задовольнити потреби сучасного споживача здоровими, смачними, зручними продуктами для свідомого, обмеженого життя часом.

Пропонувати більше варіантів продуктів харчування та напоїв на рослинній основі, щоб стати першим вибором споживачів у міру того, як вони диверсифікують свій раціон.

Виконувати доступне, безпечне та якісне харчування для всіх, незалежно від рівня доходу, використовуючи давню присутність компанії «Нестле» у всьому світі.

Довгострокова модель створення вартості повинна ґрунтуватися на збалансованому прагненні до зростання прибутку, а також на підвищенні ефективності капіталу.

#### *Підвищення операційної ефективності*

На порядок денний винести зростання за допомогою дисциплінованого управління витратами, підвищення операційної ефективності на всіх рівнях бізнесу. У поєднанні зі зростанням продажів такий підхід дозволить вивільнити ресурси для реінвестування в інновації у продуктах, створення бренду, цифровізацію та ініціативи у сфері сталого розвитку, створюючи при цьому цінність для акціонерів.

Варто адаптувати організацію, щоб вона була більш гнучкою та оцифрованою. У виробництві продовжувати модернізувати робочу присутність. У сфері закупівель збільшення глобальних закупівель у поєднанні із зменшеною кількістю специфікацій продукту допомогло б знизити витрати та складність, поза як глобальні покупки через три центри закупівель «Нестле» склали 63% у 2021 році. Спростити та стандартизувати процеси, навіть при тому, що середній оборотний капітал за п'ять кварталів у % від продажу був практично стабільним на рівні 0,1% наприкінці 2021 року.

#### *Розумний розподіл капіталу*

Поза як пріоритетами корпорації «Нестле» є інвестиції у довгострокове зростання та розвиток нашого бізнесу, одночасно підвищуючи прибутковість

акціонерів та створюючи спільну цінність. Варто застосувати дисциплінований підхід до розподілу капіталу з розумною фінансовою політикою, спрямованою на досягнення правильного балансу між зростанням, прибутковістю та гнучким доступом до фінансових ринків.

Довгострокове інвестування набуває форми інвестицій у НДДКР, підтримки бренду та капітальних витрат для підтримки органічного прибуткового зростання. Варто розподілити ці ресурси вибагливо, фокусуючись на проєктах з найбільшим потенціалом для отримання економічного прибутку. Прискорити плани капітальних витрат для швидкозростаючих категорій, особливо для догляду за домашніми тваринами.

Ми дисципліновані, коли справа доходить до злиття та поглинання, щоб захистити ROIC. Повинно бути ретельне управління проєктами з чіткою підзвітністю та цілями. Потенційні придбання повинні мати хорошу стратегічну та культурну відповідність організації та забезпечувати привабливу фінансову віддачу. Варто шукати творчі способи структурування транзакцій та побудови партнерських відносин, які розширили б стратегічні можливості.

Продемонструвати відданість підтримці високого рівня реінвестування у бізнес при постійному збільшенні прибутковості капіталу акціонерам. Це можна робити, збільшуючи власні дивіденди з року в рік.

На підставі показників у 2021 році Рада директорів запропонувала збільшити дивіденди на 5 сантимів до 2,80 швейцарських франків на акцію, які мають бути виплачені у квітні 2022 року. Це буде 27-е поспіль щорічне збільшення дивідендів. Внаслідок сильної генерації вільного грошового потоку та утилізації бізнесу корпорація продовжувала повертати надлишкові кошти акціонерам шляхом зворотного викупу акцій. Існуюча програма викупу акцій компанії було припинено 31 грудня 2021 року. У 2020 і 2021 роках «Нестле» викупила 123,1 мільйона своїх акцій на загальну суму 13,1 млрд. швейц. франків за середньою ціною 106,08 швейц. франків за акцію, що становить майже дві третини від очікуваного обсягу програми в 20. Новий план розпочався 3 січня

2022 року. У рамках цієї нової програми «Нестле» планує викупити 20 млрд. швейц. франків своїх акцій у період із 2022 по 2024 рік. Компанія розраховує купити близько 10 млрд. швейц. франків акцій у перші дванадцять місяців.

Отже, для того щоб збільшити ефективність компанії «Нестле», на нашу думку доцільним буде: вдосконалити портфель за допомогою продуктів, які підходять для споживачів, та ставити цілі, які сприяють створенню здоровішого довкілля; удосконалити стратегічне рішення, тобто приносити на ринок відмінні інновації преміум-класу, задовольнити потреби сучасного споживача здоровими, смачними, зручними продуктами, пропонувати більше варіантів продуктів харчування та напоїв на рослинній основі та ін.; підвищити операційну ефективність, мається на увазі звернути особливу увагу на зростання прибутку за допомогою дисциплінованого управління витратами, підвищення операційної ефективності на всіх рівнях бізнесу; розумно розподіляти капітал, тобто застосувати дисциплінований підхід до розподілу капіталу з розумною фінансовою політикою, спрямованою на досягнення правильного балансу між зростанням, прибутковістю та гнучким доступом до фінансових ринків.

## ВИСНОВКИ

Отже, відповідно до виконання сформульованих нами завдань у даній магістерській роботі для досягнення мети, ми прийшли до наступних висновків:

1. Проаналізувавши прибуток як фінансову категорію, ми з'ясували, що існує кілька підходів до визначення прибутку в сучасних реаліях. Проте ми з'ясували, що прибуток – економічна категорія, яка є кінцевим фінансовим результатом підприємницької діяльності підприємств та у загальному вигляді є різницею між сукупним доходом та сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності. Будучи джерелом виробничого та соціального розвитку, прибуток займає чільне місце у забезпеченні самофінансування підприємств та об'єднань, служить основним критерієм вибору інвестиційних проектів та програм оптимізації поточних витрат, витрат, фінансових вкладень. Ми також встановили, що прибуток один із економічних показників оцінки ефективності діяльності підприємства. На основі прибутку проводять фінансування соціального, економічного, технічного та наукового розвитку підприємства, а також збільшує фонд оплати праці працівників підприємства.

2. Охарактеризувати показники оцінки рентабельності, ми прийшли до: показники рентабельності – одні з найважливіших елементів оцінки ефективності та фінансової стійкості організації у світі. Рентабельність показує фінансову ефективність і є кінцевим узагальнюючим показником діяльності підприємства. Вона формується, виходячи з результативності та економічності, але є не простою сумою цих елементів ефективності, а результатом складної взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем. Для показників рентабельності немає нормативних значень.

3. Розглянувши шляхи та інструменти управління прибутком корпорацій, основними шляхами та методами управління прибутком корпорацій можна виділити наступні: операційний аналіз та методи оптимізації прибутку

використовуються в процесі планування та формування прибутку; дивідендна політика та капіталізація прибутку є інструментами розподілу та використання прибутку. Основу корпоративного управління прибутком повинні становити методи прогнозування, планування та контролінгу прибутку. Прогнозування прибутку – це насамперед процес розробки заходів щодо забезпечення її формування в необхідному обсязі та ефективного використання відповідно до завдань розвитку корпорації у майбутньому періоді.

4. Проаналізувавши фінансово-господарську діяльність «Нестле», ми встановили, що в основі ведення діяльності корпорації «Нестле» лежить принцип суворого дотримання чинного національного законодавства та міжнародних конвенцій. Штаб-квартира знаходиться в Швейцарії. На сьогоднішній день у світі налічується 461 фабрика у 83 країнах. Кількість філіалів по всьому світу становить 312. Згідно проведеного аналізу фінансових показників, ми прийшли до висновку, що дана корпорація є фінансово стабільною та прибутковою, за останні досліджувані роки динаміка основних показників про прибутки та витрати є позитивною, спостерігається зростання фактично по всіх показниках. Ми дослідили, що корпорація має достатню ліквідність, щоб виплатити свої боргові зобов'язання при необхідності.

5. Провівши оцінку, аналіз формування та планування прибутку «Нестле», ми дослідили, що формування та планування прибутку у даній корпорації здійснюється за рахунок таких факторів: органічний ріст корпорації, поза як зростання було сильним, з широким збільшенням частки ринку, після дисциплінованого виконання, швидких інновацій і посилення цифровізації; основний операційний прибуток від торгівлі, який у 2021 р. зріс на 1,4% до 15,1 млрд швейц. франків; чисті фінансові витрати та податок на прибуток, показники яких залишилися без змін і становили 873 млн. швейц. франків, оскільки нижча вартість боргу компенсувала вищий та середній чистий борг; зменшення частки L'Oréal, що повпливало на те, що базовий прибуток на акцію зріс на 5,8% у постійній валюті та на 5,1% за звітною базою до 4,42 швейц. франків; ще одним

фактором є грошовий потік, який скоротився з 10,2 млрд. швейц. франків до 8,7 млрд. швейц. франків, в основному через тимчасове збільшення капітальних витрат на задоволення великого попиту; дивіденди, поза як протягом останніх 62 років компанія зберігала або збільшувала свої дивіденди у швейцарських франках. Не менш важливим фактором формування та управління прибутком є програми викупу акцій та показник «чистий борг».

6. Дослідивши управління прибутком та рентабельність «Нестле», ми встановили, що рентабельність інвестованого капіталу (ROIC) корпорації знизилася на 250 базисних пунктів до 12,2% в результаті знецінення, пов'язаного з бізнесом Wyeth. Без урахування знецінення бізнесу Wyeth ROIC корпорації становив 14,2%. Управління прибутком: у 2021 р. «Нестле» завершила операції з придбання та продажу капіталу на загальну суму близько 9,9 млрд. швейц. франків. Як показав аналіз, управління прибутком та рентабельності «Нестле», дана корпорація вдосконалює управління портфелем за рахунок залучення, придбання акцій чи компаній, тим самим збільшуючи свою рентабельність.

7. Висвітливши проблеми управління прибутком, ми виділили такі: відсутність системи планування прибутку та рентабельності, спричинена недоліками в інформаційному та методичному забезпеченні та неефективна діяльність з пошуку факторів формування прибутку та рентабельності. Зазначені проблеми не дозволяють максимізувати прибуток відповідно до ресурсного потенціалу компанії, а також більш точно розуміти до чого призведе той чи інший напрямок діяльності компанії. Тому в сучасних умовах необхідно здійснювати пошук вирішення проблем та підвищувати фінансові результати.

8. На основі проведеного аналізу, ми змогли запропонувати напрями підвищення ефективності діяльності «Нестле»: вдосконалити портфель за допомогою продуктів, які підходять для споживачів, та ставити цілі, які сприяють створенню здоровішого довкілля; удосконалити стратегічне рішення, тобто приносити на ринок відмінні інновації преміум-класу, задовольнити потреби сучасного споживача здоровими, смачними, зручними продуктами,

пропонувати більше варіантів продуктів харчування та напоїв на рослинній основі та ін.; підвищити операційну ефективність, мається на увазі звернути особливу увагу на зростання прибутку за допомогою дисциплінованого управління витратами, підвищення операційної ефективності на всіх рівнях бізнесу; розумно розподіляти капітал, тобто застосувати дисциплінований підхід до розподілу капіталу з розумною фінансовою політикою, спрямованою на досягнення правильного балансу між зростанням, прибутковістю та гнучким доступом до фінансових ринків.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Альфред Маршалл. Головні принципи економіки. London: Macmillan and Co., Ltd. 1890. URL: <https://www.econlib.org/library/Marshall/marP.html> (дата звернення: 13.04.2022)
2. Ареф'єва О. В. Корпоративне управління: еволюція, становлення, розвиток: монографія / О. В. Ареф'єва, Н. В. Васюткіна. Київ: Ліра-к, 2018. 180 с.
3. Бланк І.А. Управління фінансовими ресурсами. Одеса: Омега-Л, 2017. 504 с.
4. Болюх М.А., Бурачеський В.З. Економічний аналіз. Київ. 2018. 540 с.
5. Бондаренко Н.С. Удосконалення управління прибутком на підприємстві / Н.С. Бондаренко, Ю.В. Тюленева. Збірник наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. І. Сікорського «Актуальні проблеми економіки та управління» 2017. Вип. 11. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102586> (дата звернення: 03.05.2022)
6. Воронкова Т.Є. Шляхи підвищення прибутковості підприємства в умовах нестабільного середовища / Т.Є. Воронкова, Н.Ю. Безпалько. Інвестиції: практика та досвід. Київ, 2016. № 19. С. 42–44.
7. Гелета І. В., Щербак А. А. Шляхи підвищення рентабельності підприємства. Сучасні наукові дослідження та інновації. 2016. №4. С. 86–89.
8. Говорушко Т.А. Теоретичні аспекти сутності управління фінансово-економічними результатами діяльності підприємства / Т.А. Говорушко, М.І. Арич // Економічний аналіз: збірник наукових праць. 2012. № 11. С. 117–121.
9. Гуменюк В.С. Фактори зростання прибутку підприємства / В.С. Гуменюк, І.Ю. Єпіфанова. Молодий вчений. 2016. № 7(34). С. 46–49.

10. Жигалевич Ж.М. Система управління прибутком як умова ефективного функціонування підприємства / Ж.М. Жигалевич, Е.С. Фісенко // Економіка і суспільство. 2016. №4. С. 145-148.
11. Зайцев С. В. Сучасні проблеми розробки та впровадження системи бюджетування в організації. Міжнародний бухгалтерський облік. 2017. №17 (431). С. 978-990.
12. Казакова Н.А. Фінансовий аналіз: підручник та практикум для бакалавра та магістратури. Одеса: Видавництво Юрайт, 2018. 470 с.
13. Кларк Джон Бейтс. Розподіл багатства / Кларк Джон Бейтс; Асоціація російських вузів / Д. Страшунський (пер.), А. Бесчинський (пер.). Геліос АРВ, 2000. 367 с.
14. Корпорація «Nestle S. A.». Офіційний сайт в Україні. URL: <https://www.nestle.ua> (дата звернення: 02.05.2022)
15. Корпорація «Nestle S. A.». Офіційний сайт. URL: <https://www.nestle.com> (дата звернення: 02.05.2022)
16. Кучерява А.С. Прибутковість підприємства та шляхи її підвищення. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. 2019. № 40. С. 38–44.
17. Лойко В.В. Шляхи збільшення обсягу прибутку та підвищення дієвості управління прибутком промислового підприємства в сучасних умовах господарювання / В.В. Лойко, Є.С. Несенюк // Міжнародний науковий вісник (International Scientific Journal). 2015. № 7.
18. Маркс К. Капітал. Критика політичної економії. Процес виробництва капіталу / К. Маркс і Ф. Енгельс. Київ: Держ. вид-во політ, літ-ри УРСР, 1963. Т. 23. 847 с.
19. Мелень О.В., Гарібян Т.А. Актуальність питань розробки напрямів підвищення прибутковості підприємства. Наук. Вісн. Херсонського держ. у-ту. 2020. № 8. Ч. 3. С. 91–94.
20. Міщенко К. Г. Прибутковість підприємства та шляхи її підвищення. Міжнародний науковий журнал. «Інтер наука». 2018. № 2 (24). С. 105–107.

21. На що піде капіталіст заради прибутку. Карл Маркс цитати. Війна - найкращий у світі бізнес. URL: <https://newpresnya.ru/uk/na-chto-poidet-kapitalist-radi-pribyli-karl-marks-citaty-voina---luchshii-v/> (дата звернення: 13.04.2022)

22. Нагайчук В.В. Показники оцінки якості прибутку підприємства та їх залежність від обраної стратегії. Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Сер. Економічні науки. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2011. № 2 (42), ч. 1. С. 139–146.

23. Назарова Г. В. Організаційні структури управління корпораціями: монографія. Харків: Інжек, 2018. 420 с.

24. Найт Ф. Ризик, невизначеність та прибуток / Ф. Найт; перекл. з англ. М. Я. Кождана; Центр еволюції економіки. Харків: Справа, 2014. 359 с.

25. Николишин С.Є. Прибуток підприємства та особливості управління ним. Молодий вчений. 2017. №2. С. 299–303.

26. Пігуль Н.Г. Управління прибутком підприємства. Проблеми і перспективи розвитку системи управління прибутком в Україні. 2020. № 28. С. 125-132.

27. Підгірна В.С. Теоретико-методологічні засади розподілу і використання прибутку суб'єктів господарювання. Науковий журнал Луцького нац. техн. У-ту «Економічний форум». 2019. № 4. С. 241-248.

28. Податковий кодекс України: Кодекс України; Закон, Кодекс від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 13.04.2022)

29. Попович О.М. Прибуток як чинник ринкової самоорганізації. Економіка і прогнозування. 2021. № 1. С. 77-85.

30. Приймук О., Салієнко О. Діагностика фінансового стану та підвищення рентабельності підприємства. Зб. Наук. праць ДЕТУТ. Серія «Економіка і управління». 2018. № 36. С. 223–230.

31. Романова Т.В. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах / Т.В. Романова, Є.О. Даровський.

Ефективна економіка. 2015. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3976> (дата звернення: 03.05.2022)

32. Савицька Г.В. Економічний аналіз: 11-е вид., випр. та дод. Дніпропетровськ: Нове знання, 2019, 651 с.

33. Свірідова С.С., Пожар О.О. Оцінка факторів впливу на рентабельність підприємства. Молодий вчений. 2019. № 11 (14). С. 93–96.

34. Сей Ж. Б. Трактат з політичної економії // Сей Ж. Б. Трактат з політичної економії. Бастіа Ф. Економічні софізми. Економічні гармонії. Харків: «Справа», 2000.

35. Семенова О. М., Середа І. В. Резерви підвищення рентабельності підприємства на основі факторного моделювання. Наук. вісн. Полтавського у-ту економіки і торгівлі. 2020. № 1 (63). С. 162–167.

36. Сковородкина Л.В. Фінансовий менеджмент: навч.-метод. посібн. для самостійного вивч. дисципліни. 2011. Ч.2. 137 с.

37. Ступницька Т.М., Гула О.С. Аналіз факторів, що впливають на зміну рентабельності основного капіталу, за методом корпорації «Дюпон». Економіка харчової промисловості. 2018. № 3(19). С. 21–23.

38. Фаріон В. Я. Аналітична оцінка ділової активності та рентабельності підприємств. Інноваційна економіка. 2018. № 10(48). С. 27–33.

39. Фінансовий аналіз та звітність: практикум / І.Ю. Єпіфанова, В.В. Джеджула. Вінниця: ВНТУ, 2017. 143 с.

40. Фінансовий менеджмент. URL: [http://pidruchniki.com/1652020564634/finansii/upravlinnya\\_pribytkom](http://pidruchniki.com/1652020564634/finansii/upravlinnya_pribytkom) (дата звернення: 03.05.2022)

41. Цал-Цалко Ю.С. Фінансовий аналіз: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 566 с.

42. Школьник І.О. Фінансовий менеджмент: навч. посібник / І.О. Школьник, І.М. Боярко, Б.І. Сюркало; за ред. І.О. Школьник. Суми: Університетська книга, 2019. 301 с.

43. Financial Statements 2021. Consolidated Financial Statements of the Nestlé Group 2021. 155th Financial Statements of Nestlé S.A. URL: <https://www.nestle.com/sites/default/files/2022-02/2021-financial-statements-en.pdf> (дата звернення: 02.05.2022)

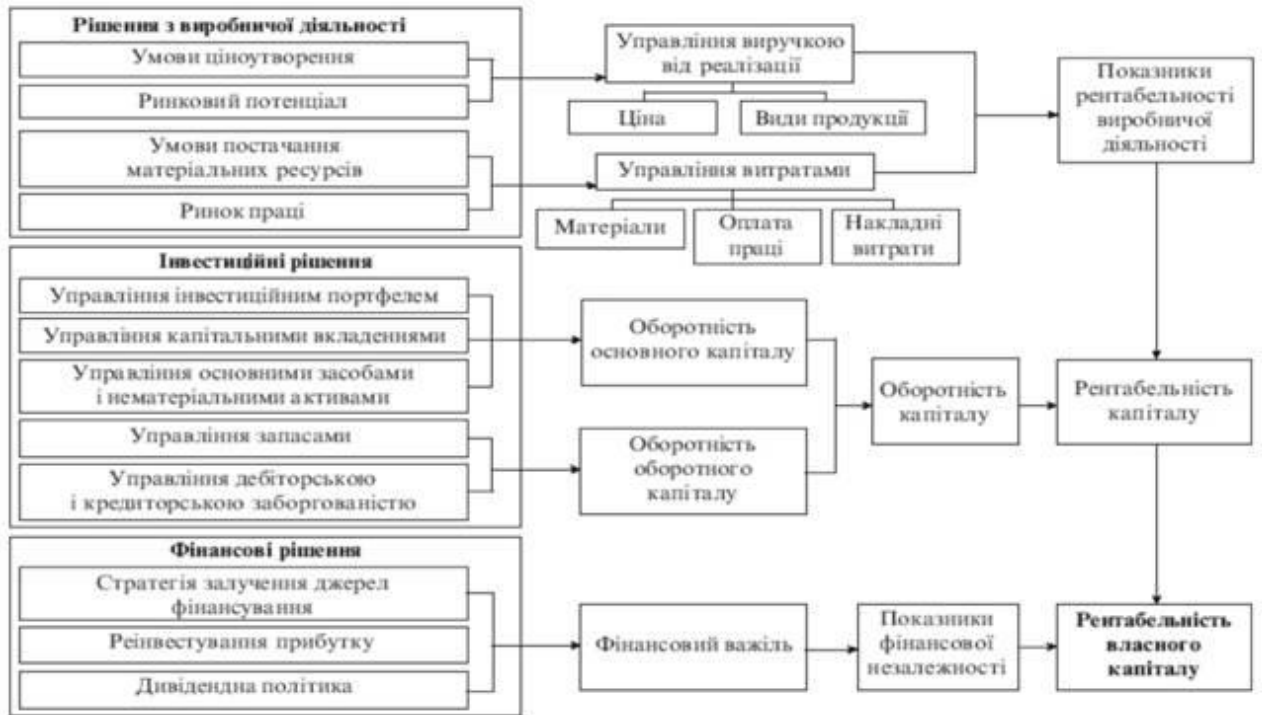
44. Kogut B. Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology / B. Kogut, U. Zander. Organization Science. 2019. № 3(3). p. 383–397.

45. Verma K. Total-Factor Productivity Measurement, Pertinent or Passe? // Chap. 10 in Performance Measurement, Evaluation, and incentives, ed. William J. Bruns, Jr. - Boston: Harvard Business School Press, 1992.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Рентабельність капіталу



Додаток Б  
Корпорація «Nestle S. A.»



## HISTORY



### Nestlé logo

Learn about the evolution of our iconic 'nest' logo

[READ MORE →](#)



### Vintage images

Explore classic images and posters from the Nestlé archives

[READ MORE](#)



### Henri Nestlé

Meet the entrepreneur who founded the world's largest food business

[READ MORE →](#)



Our R&D home for coffee innovation in Orbe, Switzerland, is where our experts develop innovative products and systems across all coffee brands.

# Executive Board of Nestlé S.A.

Executive Board of Nestlé S.A.  
at December 31, 2021

- 1 **U. Mark Schneider**  
Chief Executive Officer
- 2 **Laurent Freixe**  
EVP, CEO Zone Americas
- 3 **Chris Johnson**  
EVP, CEO Zone Asia, Oceania,  
sub-Saharan Africa
- 4 **Marco Settembri**  
EVP, CEO Zone Europe,  
Middle East, North Africa
- 5 **François-Xavier Roger**  
EVP, Chief Financial Officer
- 6 **Magdi Batato**  
EVP, Operations
- 7 **Stefan Palzer**  
EVP, Innovation Technology,  
Research and Development
- 8 **Béatrice Guillaume-Grabisch**  
EVP, Human Resources  
and Business Services
- 9 **Leanne Geale**  
EVP, General Counsel,  
Corporate Governance  
and Compliance
- 10 **Bernard Meunier**  
EVP, Strategic Business Units,  
Marketing and Sales
- 11 **Greg Behar**  
Deputy EVP, CEO,  
Nestlé Health Science
- 12 **Sanjay Bahadur**  
Deputy EVP, Group Strategy  
and Business Development
- 13 **David Rennie**  
Deputy EVP, Nestlé Coffee  
Brands



EVP: Executive Vice President  
CEO: Chief Executive Officer

For further information on the  
Executive Board, please refer to the  
*Corporate Governance Report 2021*.

# Connecting through our brands

Our brands create experiences and are enjoyed by people around the world.

## Powdered and Liquid Beverages

NESCAFÉ



NESPRESSO



## PetCare



**Nutrition and Health Science**



**Prepared dishes and cooking aids**



**Milk products and Ice cream**



**Confectionery**



**Water**



## Додаток В

## Key figures (consolidated)

In millions of CHF (except for data per share and employees)

	2020	2021
<b>Results</b>		
Sales	84 343	87 088
Underlying trading operating profit <sup>(a)</sup>	14 903	15 119
as % of sales	17.7%	17.4%
Trading operating profit <sup>(a)</sup>	14 233	12 159
as % of sales	16.9%	14.0%
Profit for the year attributable to shareholders of the parent (Net profit)	12 232	16 905
as % of sales	14.5%	19.4%
<b>Balance sheet and Cash flow statement</b>		
Total Equity	46 514	53 727
Net financial debt <sup>(a)</sup>	31 319	32 917
Ratio of net financial debt to total equity (gearing)	67.3%	61.3%
Operating cash flow	14 377	13 864
as % of net financial debt	45.9%	42.1%
Free cash flow <sup>(a)</sup>	10 245	8 715
Capital additions	11 367	12 977
as % of sales	13.5%	14.9%
<b>Data per share</b>		
Weighted average number of shares outstanding (in millions of units)	2 845	2 788
Basic earnings per share	CHF 4.30	6.06
Underlying earnings per share <sup>(a)</sup>	CHF 4.21	4.42
Dividend as proposed by the Board of Directors of Nestlé S.A.	CHF 2.75	2.80
<b>Market capitalization, end December</b>		
	293 644	351 682
<b>Number of employees (in thousands)</b>		
	273	276










**Principal key figures <sup>(b)</sup> (illustrative) in CHF, USD, EUR**

In millions (except for data per share)	Total CHF		Total USD		Total EUR	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Sales	84 343	87 088	89 982	95 212	78 801	80 564
Underlying trading operating profit <sup>(a)</sup>	14 903	15 119	15 900	16 530	13 924	13 987
Trading operating profit <sup>(a)</sup>	14 233	12 159	15 185	13 293	13 298	11 248
Profit for the year attributable to shareholders of the parent (Net profit)	12 232	16 905	13 050	18 481	11 428	15 638
Total Equity	46 514	53 727	52 806	58 747	42 939	51 961
Market capitalization, end December	293 644	351 682	333 364	384 542	271 072	340 122
<b>Data per share</b>						
Basic earnings per share	4.30	6.06	4.59	6.63	4.02	5.61

(a) Certain financial performance measures are not defined by IFRS. For further details, see Foreword on page 46.

(b) Income statement figures translated at weighted average annual rate; Balance sheet figures at year-end rate.

## Product category and operating segment review

In millions of CHF					
	2020 *	2021	Proportion of total sales (%)	RIG (%)	OG (%)
<b>Powdered and Liquid Beverages</b>					
Soluble coffee/coffee systems **	15 842	17 120	 71.4%		
Other **	6 414	6 855	 28.6%		
<b>Total sales</b>	<b>22 256</b>	<b>23 975</b>		<b>+7.8%</b>	<b>+8.9%</b>
Underlying trading operating profit	5 035	5 631	23.5%		
Trading operating profit	4 851	5 406	22.5%		
<b>Water</b>					
<b>Total sales</b>	<b>6 421</b>	<b>4 040</b>		<b>+3.0%</b>	<b>+6.8%</b>
Underlying trading operating profit	639	364	9.0%		
Trading operating profit	522	257	6.4%		
<b>Milk products and Ice cream</b>					
Milk products	10 087	9 778	 91.4%		
Ice cream	920	922	 8.6%		
<b>Total sales</b>	<b>11 007</b>	<b>10 700</b>		<b>+3.0%</b>	<b>+5.9%</b>
Underlying trading operating profit	2 652	2 707	25.3%		
Trading operating profit	2 615	2 642	24.7%		
<b>Nutrition and Health Science</b>					
<b>Total sales</b>	<b>12 160</b>	<b>13 157</b>		<b>+0.4%</b>	<b>+1.4%</b>
Underlying trading operating profit	2 640	2 307	17.5%		
Trading operating profit	2 490	243	1.8%		
<b>Prepared dishes and cooking aids</b>					
Frozen and chilled	5 694	5 871	 48.3%		
Culinary and other	5 829	6 275	 51.7%		
<b>Total sales</b>	<b>11 523</b>	<b>12 146</b>		<b>+4.6%</b>	<b>+6.6%</b>
Underlying trading operating profit	2 171	2 040	16.8%		
Trading operating profit	2 147	1 931	15.9%		
<b>Confectionery</b>					
Chocolate	5 265	5 716	 76.1%		
Sugar confectionery	585	651	 8.6%		
Snacking and biscuits	1 125	1 147	 15.3%		
<b>Total sales</b>	<b>6 975</b>	<b>7 514</b>		<b>+6.3%</b>	<b>+7.9%</b>
Underlying trading operating profit	990	1 205	16.0%		
Trading operating profit	874	1 093	14.5%		
<b>PetCare</b>					
<b>Total sales</b>	<b>14 001</b>	<b>15 556</b>		<b>+9.4%</b>	<b>+12.7%</b>
Underlying trading operating profit	3 081	3 282	21.1%		
Trading operating profit	3 089	3 241	20.8%		

\* 2020 comparatives adjusted, see Foreword on page 46.

\*\* 2020 comparatives adjusted following a new product grouping between Soluble coffee/coffee systems and Other.