

Міністерство освіти і науки України

**Таврійський національний університет
імені В.І. Вернадського**

Кафедра фінансів та обліку

На правах рукопису

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»

УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Студентка Шемонаєва Ольга Миколаївна
Спеціальність 072 «Фінанси, банківська
справа та страхування»

Навчально-науковий інститут економіки,
управління та природокористування

Науковий керівник: Клименко Оксана

Миколаївна, к.н.держ. упр., доцент

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка:

ECTS

КИЇВ – 2023

ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.І. ВЕРНАДСЬКОГО

Навчально-науковий інститут управління, економіки та природокористування

Кафедра «Фінанси та облік»

Освітній ступінь магістр

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
фінансів та обліку

Доц. Путінцев А.В.

“ ” _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ

Шемонаєва Ольга Миколаївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Управління вартістю підприємства»

Науковий керівник роботи к.н.держ.упр., доц. Клименко О.М.

Затверджена наказом № _____ ректора ТНУ від _____

2. Строк подання студентом роботи 15.11.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи: офіційні публікації і матеріали Державної служби статистики України, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, присвячені аспектам управління вартістю підприємства, а також статистичні дані, що відображають фінансову діяльність ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»» за 2018-2022 роки.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) теоретичні основи управління вартістю підприємства, аналіз управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма», удосконалення управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма».

5. Перелік графічного матеріалу таблиці, рисунки

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	к.держ.упр., доц. Клименко О.М.		15.09.2023
Розділ 2	к.держ.упр., доц. Клименко О.М.		02.10.2023
Розділ 3	к.держ.упр., доц. Клименко О.М.		23.10.2023
Вступ	к.держ.упр., доц. Клименко О.М.		30.10.2023
Висновки	к.держ.упр., доц. Клименко О.М.		06.11.2023

7. Дата видачі завдання 30.05.2023**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

Назва етапів магістерської роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1. Складання та затвердження плану керівником	30.05.23 – 15.09.23	
2. Написання 1-го розділу	15.09.23 – 02.10.23	
3. Написання 2-го розділу	02.10.23 – 23.10.23	
4. Написання 3-го розділу	23.10.23 – 30.10.23	
5. Написання вступу та висновків	30.10.23 – 06.11.23	
6. Подання роботи на кафедру	15.11.2023	
7. Проходження попереднього захисту роботи	17. 11.2023	

Магістрант

_____ (підпис)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Шемонасва О.М.

(прізвище та ініціали)

Клименко О.М.

АНОТАЦІЯ

Шемонаєва О.М. Управління вартістю підприємства.

У роботі аналізуються теоретичні положення і практичні заходи щодо управління вартістю підприємства в умовах ринкової економіки України.

Під час написання роботи було визначено теоретико-методичні та практичні аспекти управління вартістю підприємства з метою стабілізації його фінансово стану; досліджено інструменти оцінки вартості підприємства, а також вплив управлінських рішень на фінансові результати підприємства; проаналізовано фінансовий стан досліджуваного підприємства; запропоновано шляхи удосконалення управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»; обрані напрями зростання вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма».

Ключові слова: управління вартістю, конкурентноспроможність, фінансові результати, оцінка вартості, стратегія.

S U M M A R Y

Shemonaieva O.M. Enterprise Value Management.

The paper examines theoretical principles and practical measures regarding enterprise value management in the conditions of Ukraine's market economy. During the writing process, theoretical, methodological, and practical aspects of enterprise value management were identified to stabilize its financial status. This involved exploring tools for assessing enterprise value, as well as the impact of managerial decisions on the financial results of the enterprise. The financial condition of the investigated enterprise was analyzed, and ways to improve the management of the value of 'Optima' Merchandising Agency LLC were proposed. Additionally, directions for increasing the value of 'Optima' Merchandising Agency LLC were selected.

Keywords: value management, competitiveness, financial results, valuation, strategy.

Зміст

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1 Суть і роль управління вартістю підприємства	9
1.2 Методичні засади оцінювання вартості підприємства.....	17
1.3 Механізм управління вартістю підприємства	24
Висновки до розділу 1	32
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ТОВ «АГЕНТСТВО МЕРЧАНДАЙЗИНГУ «ОПТИМА»	33
2.1 Оцінка фінансово-економічного стану підприємства.....	33
2.2 Оцінка вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма».....	47
2.3 Аналіз ефективності управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма».....	65
Висновки до розділу 2	70
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ТОВ «АГЕНТСТВО МЕРЧАНДАЙЗИНГУ «ОПТИМА»	72
3.1 Шляхи удосконалення управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма».....	72
3.2 Вибір та обґрунтування напрямів зростання вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма».....	80
3.3. Прогнозування вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма».....	88
Висновки до розділу 3	93
ВИСНОВКИ	95
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	100
ДОДАТКИ	109

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Управління вартістю компанії стоїть перед керівництвом та інвесторами як одне з важливих завдань, оскільки визначення вартості компанії є ключовим показником її ефективності та конкурентоспроможності на ринку. Цей процес дозволяє оцінювати поточне положення компанії на ринку, визначати її потенційну вартість та розробляти стратегії для її збільшення. Однією з головних причин актуальності управління вартістю компанії є інтенсивна конкуренція на ринку, що змушує компанії шукати нові шляхи для підвищення ефективності та збільшення прибутку. Управління вартістю компанії надає можливість визначити найефективніші методи досягнення цієї мети. Крім того, цей підхід є необхідним у умовах економічної нестабільності, світових криз та зростаючих ризиків у сфері підприємницької діяльності.

Аналіз останніх наукових досліджень. Дослідженню теоретично-методичних та практичних засад управління вартістю підприємства присвячені праці Бурдик О. Ю., Варченко О., Давидова О. І., Дзюра М., Гордієнко Н.І., Єрофєєвої Т.А., Захаркіної Л. С., Ільчук В. П., Карпушенко М. Ю., Кириченко Г. В., Кононова О. І., Кривов'язюк І. В., Костирко Р. О., Кульбач Ю. О., Лейфура М. В., Моїсеєва В.В., Ніколайчук О. А., Однорог М. А., Ромашко О. М., Світовий О. М., Святенко С.В., Стащук О. В., Циган Р., Чуп М.А. та інших авторів.

Мета і завдання дослідження. Метою магістерської роботи є поглиблення теоретичних і методичних положень управління вартістю підприємства та розробка практичних рекомендацій щодо збільшення його вартості.

Завданнями магістерської роботи є:

- розкрити суть і роль управління вартістю підприємства;
- дослідити методичні засади оцінювання вартості підприємства;
- розглянути механізм управління вартістю підприємства;
- оцінити фінансово-економічний стан підприємства;
- виконати оцінку вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»;

- провести аналіз ефективності управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»;
- запропонувати шляхи удосконалення управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»;
- здійснити вибір та обґрунтування напрямів зростання вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»;
- виконати прогнозування вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма».

Об'єктом дослідження є процес управління вартістю підприємства.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та практичні аспекти управління вартістю підприємства.

Методи дослідження. для проведення дослідження теоретичних основ управління вартістю бізнесу було використано методи порівняння, аналізу, системний підхід, метод наукового узагальнення, описовий метод; для аналізу управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» було використано методи фінансових коефіцієнтів, аналітичний метод; методи оцінювання вартості бізнесу; графічний та табличний метод (для наочності динаміки показників); для обґрунтування шляхів збільшення вартості було використано метод моделювання.

Інформаційну базу дослідження становлять наукові публікації, інтернет-джерела, підручники за темою дослідження, статистичні дані Міністерства фінансів України, фінансова звітність за 5 років ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» (дод. Б).

Наукова новизна одержаних результатів. Наукова новизна роботи полягає у комплексному дослідженні проблем управління вартістю підприємства та обґрунтуванні напрямів його удосконалення .

Практичне значення отриманих результатів. Отримані в ході дослідження результати можна ефективно використовувати у практиці підприємств, а також у фінансовій аналітичній роботі та процесі прийняття управлінських рішень.

Апробація результатів магістерської роботи. Основні положення та результати магістерської роботи доповідались на науково-практичній конференції «Теоретичні аспекти та практичні проблеми управління, економіки та природокористування в Україні» (Таврійський національний університет імені В.І.Вернадського, м.Київ, 2-3 листопада 2023 р.), тези доповіді: «Оцінка вартості підприємства».

Структура роботи. Поставлені мета та завдання зумовили структуру магістерської роботи, яка складається зі вступу, трьох основних розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 114 сторінок. Основний зміст дослідження викладено на 105 сторінках з посиланням на 81 літературне джерело. В роботі наведено 23 рисунки та 38 таблиць, 2 додатки на 9 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Суть і роль управління вартістю підприємства

Вивчення аспекту управління вартістю підприємства є ключовим у сфері бізнесу, оскільки зміна вартості підприємства має вагомий вплив на його фінансове здоров'я, конкурентоспроможність та довгострокову стійкість. Ефективне управління вартістю підприємства сприяє розробці стратегій для зростання цінності підприємства за допомогою оптимального використання наявних ресурсів та можливостей.

Уміння управляти вартістю компанії дозволяє приймати успішні рішення в галузі управління, більш результативно перерозподіляти грошові потоки. Оцінка та управління вартістю є одними з найважливіших інструментів ефективного ведення бізнесу та незамінні при прийнятті рішень про придбання або реалізацію активів. Вона служить індикатором успішності прийнятих рішень власниками та керівним персоналом [5].

З економічної точки зору поняття «вартість підприємства» ґрунтується на трьох основних теоріях: трудовій теорії, теорії граничної корисності та теорії ринкової оцінки:

- трудова теорія вартості розглядає вартість підприємства як суму вартостей ресурсів підприємства, включаючи вартість праці персоналу, витрати на придбання та використання підприємства, і вартість капіталу, що охоплює всі ресурси підприємства, такі як людські, матеріальні та фінансові;
- теорія граничної корисності підкреслює, що вартість підприємства вимірюється результатами його діяльності, зокрема прибутком. Проте надати вартість підприємства лише розміру прибутку виявляється недостатнім і нецільовим. Прибуток є важливою частиною власного капіталу, який додає вартості підприємству при умові капіталізації;

- теорія ринкової оцінки вартості розглядає вартість як власність або цінність товару, виражену у грошовому виразі [15].

Економічна суть поняття «вартість підприємства» полягає в тому, що воно віддзеркалює ринкову оцінку всієї фінансової та економічної діяльності підприємства у загальному контексті. Вартість підприємства відображає очікувані перспективи інвесторів стосовно майбутньої прибутковості та ризиків, пов'язаних з функціонуванням компанії [61].

Розглянемо підходи до визначення «вартість підприємства» у вітчизняних публікаціях (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Підходи до визначення «вартість підприємства» у вітчизняних публікаціях

Автор	Визначення	Підхід
1	2	3
Захаркіна Л. С., Салтикова Г. В., Новіков В. М.	Економічна сутність вартості бізнесу полягає в його вразливості щодо впливу внутрішніх і зовнішніх факторів макроекономічної нестабільності та може розглядатись як показник успішності підприємницької діяльності [20]	Показник успішності підприємства
Замазій О.	Вартість підприємства виступає не лише комплексним критерієм, що відображає сукупну характеристику фінансових показників діяльності підприємства, але й свідчить про нарощення обсягів виробництва і посилення конкурентних позицій підприємства на ринку [18, с.23]	
Лесик Л.І.	Ринкова вартість підприємства може розглядатися як інтегральний індикатор його економічних можливостей, що органічно враховує усі наявні у суб'єкта підприємницької діяльності ресурси і компетенції, а також і перспективи його розвитку [40]	
Кривов'язюк І. В., Бурбан О. В.	Грошове вираження справедливої цінності даного підприємства, яка сформувалася на основі вартості його матеріальних і нематеріальних активів, майбутніх грошових потоків, генерованих суб'єктом господарювання, під впливом факторів його ділового середовища [33]	Справедлива вартість під впливом факторів

1	2	3
Моїсєєв В. В., Іоргачова М. І.	Вартість компанії розглядається як вартість майнового комплексу або сума вартостей усіх активів (елементів) компанії, має майнову основу, але не можна назвати це суто майновим підходом [41, с.122]	Вартість майна, що приносить прибуток
Кириченко Г. В.	Вартість підприємства визначається як вартість майнового комплексу, що приносить прибуток його власнику [с.15]	

Отже, вартість підприємства - це комплексний показник, що відображає оцінку економічної цінності підприємства на основі його фінансових показників, майнових активів, потенційних прибутків, конкурентоспроможності, інноваційного потенціалу, ринкових можливостей та інших факторів, враховуючи внутрішні та зовнішні умови, які впливають на його діяльність. Вартість підприємства визначає його економічну стійкість, привабливість для інвесторів, а також можливість генерації прибутку в майбутньому.

Збільшення вартості підприємства відповідає інтересам різних учасників економічного процесу, включаючи державу. Зростання ринкової капіталізації компаній позитивно впливає на репутацію країни в цілому. У власників, інвесторів та менеджерів можуть бути різні мотивації та пріоритети у керуванні підприємством [33]. На багатьох українських підприємствах, зазвичай, відсутні менеджери, які мають навички стратегічного управління та спрямовані на зростання вартості компанії. Тим часом, власники та інвестори постійно цікавляться інформацією щодо поточної вартості їхнього капіталу та яке можлива прогнозована зміна цієї вартості. Наведемо на рисунку 1.1 зацікавлені сторони та види вартості підприємства.

Інтереси різних учасників в підприємницькій діяльності відрізняються за змістом та цілями, але всі вони взаємопов'язані з концепцією вартості підприємства. Наприклад, стратегічний інвестор має зацікавленість у високій прибутковості підприємства, яка перевищує його власні фінансові очікування, і в управлінні ризиками, які можуть вплинути на інвестиції [21].

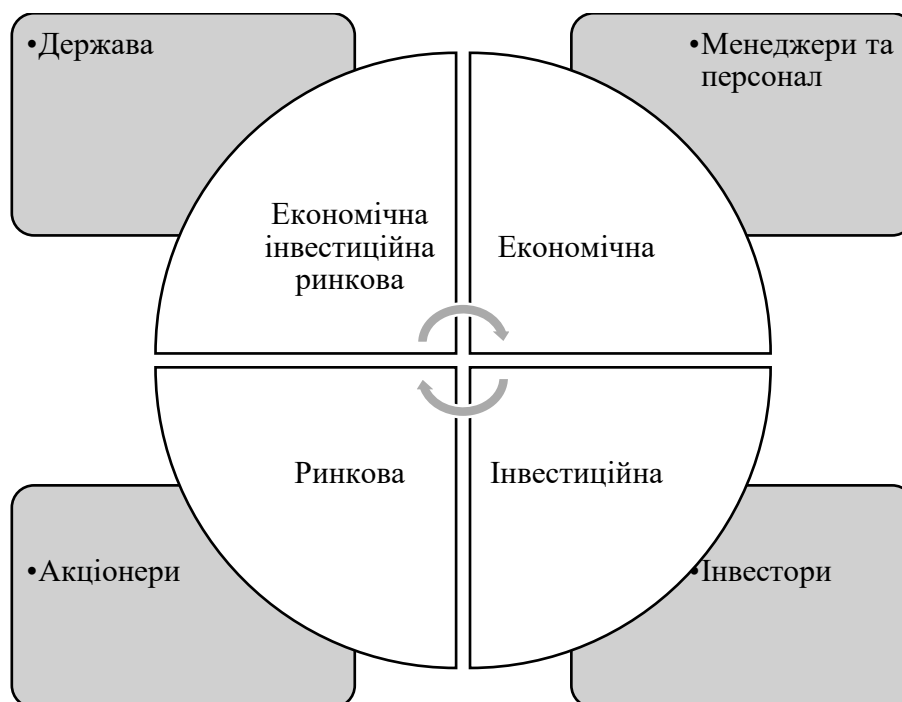


Рис.1.1. Зацікавлені сторони та види вартості підприємства

Джерело: [27;40;41;61]

Власнику доводиться підтримувати та розвивати бізнес, зростати в продажах і оптимізувати витрати, в перспективі збільшуючи вартість підприємства для майбутньої продажу стратегічному інвестору. Менеджерам необхідно ефективно управляти операційною діяльністю підприємства та приймати рішення, що сприяють позитивним результатам. Зважаючи на ці різниці, власникам доводиться балансувати між інтересами менеджерів і інвесторів, але економічна додана вартість, яку генерує підприємство, виступає фактором, що об'єднує всіх учасників, які спільно долучаються до створення вартості підприємства [69].

Тому існують різні підходи до визначення вартості підприємства. Узагальнимо підходи до визначення вартості підприємства за основними напрямками (рис.1.2).



Рис.1.2. Основні напрями до визначення вартості підприємства

Джерело: [30, с.103; 71, с.73]

Кожен із цих підходів має свої переваги та недоліки, і вибір найбільш підходящого залежить від конкретних умов та мети оцінки вартості компанії.

Також, важливо враховувати, що економічна сутність вартості підприємства включає оцінку компанії в контексті її ринкового та конкурентного середовища. Визначення вартості підприємства залежить як від його фінансових показників, так і від ринкових факторів, таких як вартість капіталу, відсоткові ставки, валютні коливання і т. д. [61].

Впровадження управління вартістю націлене на досягнення стійкості зростання інвестиційної вартості компанії та, як будь-яка інновація в її діяльності, передбачає послідовне дотримання командою низки заходів, розробленого в компанії.

Управління вартістю підприємства, також відоме як управління вартістю бізнесу, представляє собою процес визначення, аналізу та контролю всіх чинників, які можуть впливати на вартість компанії. Основною метою цього управління є зростання вартості підприємства для його власників та інвесторів. [80, с.357].

Для ефективного управління вартістю підприємства необхідно враховувати різноманітні чинники, включаючи фінансові результати, управління активами та пасивами, стратегічне планування, керування ризиками, управління персоналом та інші аспекти [59].

Основною метою управління вартістю підприємства є максимізація його вартості для власників. Для досягнення цієї цілі необхідно керувати всіма чинниками, які впливають на цю вартість. Основні завдання управління вартістю підприємства включають наступне (рис.1.3).



Рис.1.3. Основні завдання управління вартістю підприємства

Джерело: [5;27;75]

Зупинимось на розгляді зазначених завдань детальніше. Однією з ключових цілей управління вартістю підприємства є збільшення її вартості для інвесторів. Це досягається шляхом підвищення прибутковості, зменшення ризиків, підвищення ефективності використання ресурсів та покращення якості продукції чи наданих послуг. Однак важливо також оптимізувати структуру капіталу підприємства. Це включає в себе визначення оптимального співвідношення між власним та позиковим капіталом, а також встановлення найбільш вигідних умов для отримання фінансування [14].

Управління ризиками є критично важливим завданням для забезпечення стабільності та надійності функціонування підприємства. Цей процес включає в себе оцінку можливих ризиків, розробку стратегій та заходів для зменшення їх впливу, а також активне управління ризиками під час всіх бізнес-операцій. Паралельно з цим, ефективне управління активами та капіталом є невід'ємною умовою для підвищення вартості підприємства. Це охоплює оптимізацію рівня інвестицій, раціональне управління оборотним капіталом, ефективне використання виробничих ресурсів та інші аспекти управління активами та капіталом підприємства [3].

Синергія між стратегічними напрямками та бізнес-моделями грає ключову роль у підвищенні вартості підприємства. Це включає в себе ретельний аналіз ринкового середовища та конкуренції, визначення найбільш оптимальних стратегічних курсів розвитку, а також розробку та впровадження інноваційних та результативних бізнес-моделей. Паралельно з цим, управління взаємодіями з інвесторами має вагомую важливість у контексті управління вартістю підприємства. Комунікації з інвесторами повинні бути характеризовані прозорістю, точністю та своєчасністю, сприяючи зміцненню довіри інвесторів і підвищенню вартості компанії [17].

Розглянемо основні принципи управління вартістю підприємства (рис.1.4).



Рис.1.4. Основні принципи управління вартістю підприємства

Джерело: [5, с.133]

Отже, управління вартістю підприємства - це процес управління компанією, враховуючи її цінність для власників, який включає в себе визначення вартості компанії, аналіз впливових факторів на цю вартість та заходи для збільшення її. Вартість підприємства формується через взаємодію багатьох чинників, таких як якість управління, рівень конкуренції на ринку, технологічний рівень виробництва, рівень інвестицій та інші. Для збільшення вартості підприємства компанія повинна спрямовувати свої зусилля на поліпшення цих чинників.

1.2 Методичні засади оцінювання вартості підприємства

Оцінка вартості підприємства – це впорядкований, цілеспрямований процес визначення вартості оцінюваного об'єкта в грошовій формі з урахуванням потенційного і реального доходу підприємства.

Організація процесу оцінки в Україні спирається на законодавчу базу, що цілком склалася до теперішнього часу. Рекомендації щодо проведення оцінки майна викладені в Постанові Кабміну «Методика оцінки майна» [2].

Розглянемо такий процес оцінки вартості підприємства, що включає кілька етапів (рис.1.5).

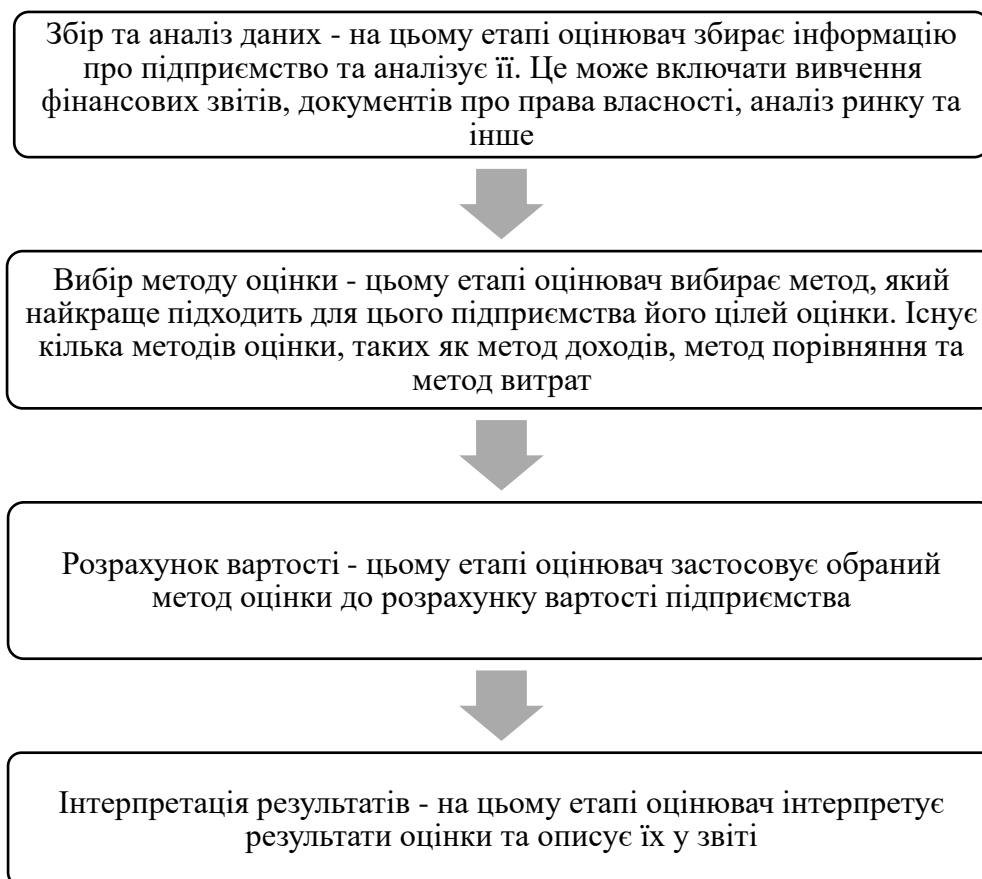


Рис.1.5. Процес оцінки вартості підприємства

Джерело: [5;27;75]

Об'єкт оцінки вартості підприємства може розрізнятися, і це може бути весь бізнес, окремі його частини, окремі активи або частки власності. Оцінка вартості проводиться з різною метою, таких як продаж компанії, оподаткування,

розподіл майна при розлученні або при злитті та поглинанні компаній, а також для управління підприємством та прийняття стратегічних рішень [5]. Предмети оцінки вартості підприємства можуть бути класифіковані за різними ознаками, і нижче наведені найпоширеніші класифікації. (рис.1.6).



Рис.1.6. Класифікація об'єктів оцінки вартості підприємства

Джерело: [57]

Класифікація об'єктів оцінки вартості підприємства може бути різною і залежить від конкретної ситуації та цілей оцінки.

Методи оцінки вартості бізнесу не регламентовані законодавчо як обов'язкові. Вартість компанії є економічною мірою, що відображає ринкову вартість всього бізнесу. За період тривалого функціонування розвиненого ринку, в зарубіжних, особливо західних країнах, накопичено досить великий досвід застосування різних методів і моделей ринкової оцінки вартості компаній [41].

Метод дисконтування грошових потоків (DCF) представляє собою спосіб оцінки вартості підприємства, що ґрунтується на прогнозуванні майбутніх грошових потоків, які можуть бути згенеровані підприємством, та їх подальшому дисконтуванні на поточну вартість.

Суть методу полягає у тому, що майбутні грошові потоки оцінюються з урахуванням прогнозованих грошових надходжень та витрат підприємства протягом певного періоду, який зазвичай становить 5-10 років наперед. Потім ці потоки піддаються дисконтуванню за допомогою відповідної дисконтної ставки, що враховує ризики, пов'язані з інвестуванням у підприємство. Для розрахунку вартості підприємства за методом DCF використовуються такі формули:

Формула розрахунку вільного грошового потоку підприємства (FCF):

$$FCF = \text{ЧОП} - \text{Пп} + \text{А} - \text{ОК зм} - \text{Вк} \quad (1.1)$$

ЧОП - чистий операційний дохід;

Пп - податок на прибуток;

А - амортизація та інші неподаткові витрати;

ОК зм. - зміни в оборотному капіталі;

Вк - капітальні витрати [37].

Формула розрахунку дисконтованого грошового потоку до фірми (Discounted Cash Flow to Firm, DCF):

$$DCF = \frac{FCF}{(1+r)^t} + \frac{FCF}{(1+r)^{t+1}} + \dots + \frac{FCF}{(1+r)^{t+n}} \quad (1.2)$$

де r – дисконтна ставка,

t – поточний рік,

n – період, на який прогноуються грошові потоки.

Формула розрахунку вартості підприємства (ВП):

$$ВП = DCF + \text{Пнад} - \text{БЗ} \quad (1.3)$$

Пнад – обсяг наднормативного прибутку;

БЗ - обсяг боргових зобов'язань [37].

Цей підхід має свої позитивні сторони, включаючи можливість врахування реальних грошових потоків, оцінку ризиків, пов'язаних з інвестиціями в підприємство, і спрогнозування потенційної вартості компанії на основі майбутніх грошових потоків. Однак він також має свої недоліки, такі як залежність від точності прогнозування майбутніх грошових потоків і дисконтної ставки, а також обмежену можливість врахування факторів, які не можуть бути виражені у грошових потоках.

Метод порівняння в оцінці вартості підприємства, також відомий як метод аналогів або метод множників, ґрунтується на аналізі ринкових цін на акції інших компаній, які подібні за бізнес-моделлю, структурою капіталу, ринковою позицією тощо. Далі ці дані використовуються для визначення очікуваної вартості підприємства [73].

Основний етап в цьому методі - визначення відповідного множника, який застосовується до фінансових показників оцінюваної компанії, таких як виручка, чистий прибуток, EBITDA (прибуток до відрахування відсотків, податків, амортизації та амортизації), для отримання очікуваної ринкової вартості компанії.

Для розрахунку множника використовується аналіз мультиплікаторів, який встановлює співвідношення між ринковою вартістю та фінансовими показниками подібних компаній. Наприклад, множник ринкової капіталізації/виручка використовується для оцінки вартості компаній у секторах з високими темпами зростання, а множник EVA / EBITDA – для компаній з високою часткою позикового капіталу [62].

Однією з переваг методу порівняння є його простота та можливість використання актуальних даних про ринкову оцінку компаній-аналогів. Однак метод не завжди точний, оскільки кожна компанія унікальна і може мати індивідуальні особливості, які не враховані в компаніях, які порівнюються.

Метод ринкової капіталізації для оцінки вартості підприємства ґрунтується на аналізі цін акцій аналогічних компаній, які торгуються на фондових ринках, та на встановленні співвідношення між ринковою капіталізацією та фінансовими показниками цих компаній. Цей метод виходить з припущення, що вартість підприємства можна визначити, помноживши середню ринкову ціну акцій аналогів на конкретний коефіцієнт. Коефіцієнт може залежати від різних факторів, таких як особливості галузі, рівень прибутку, ризику та інші фінансові показники [45].

Основні переваги методу ринкової капіталізації включають його простоту, швидкість та низьку вартість, а також можливість враховувати реальну ринкову ситуацію у відповідній галузі. Проте цей метод може бути недостатньо точним через можливу непрезентативність аналогів і вплив на ціну акцій безлічі інших факторів, не пов'язаних з фінансовими показниками компанії.

Метод витрат на відновлення, також відомий як метод вартості відновлення, представляє собою один із методів оцінки вартості підприємства, що базується на визначенні вартості заміни майна, що знаходиться на балансі підприємства [61].

Сутність методу полягає в тому, що вартість підприємства визначається шляхом підрахунку усіх витрат, необхідних для створення аналогічного підприємства з використанням сучасних технологій і матеріалів.

Оцінка вартості витрат на відновлення проводиться в такій послідовності:

1. Оцінка вартості будівель, споруд та обладнання, необхідних для відновлення підприємства.
2. Оцінка вартості землі та інших природних ресурсів, необхідні для відновлення підприємства.
3. Оцінка вартості додаткових витрат, таких як геологічні, інженерно-технічні, проектні та інші роботи, необхідні для відновлення підприємства.
4. Віднімання з отриманої суми амортизації майна, яке вже перебуває на балансі підприємства [31].

Цей метод оцінки переважно використовується для оцінки вартості нерухомості, земельних ділянок і об'єктів інфраструктури, таких як транспортні системи та комунікації. У той самий час, він рідко застосовується для оцінки вартості підприємств, оскільки не враховує важливі чинники, такі як вартість інтелектуальної власності, бренду, управлінського досвіду та інші фактори, які можуть впливати на загальну вартість підприємства.

Складемо таблицю порівняння методів оцінки вартості підприємства (табл.1.2).

Таблиця 1.2

Переваги та недоліки методів оцінки вартості підприємства

Метод	Переваги	Недоліки
1	2	3
Метод дисконтування грошових потоків (DCF)	Заснований на передбаченнях майбутніх грошових потоків, що підвищує точність оцінки. Бере до уваги фактор часу, що дозволяє враховувати рівень ризику інвестицій. Застосовується до різних видів бізнесу.	Оцінка вимагає значної підготовки та досвіду у прогнозуванні майбутніх грошових потоків. Оцінка може бути перевернена, якщо прогнози майбутніх грошових потоків будуть неточними. Метод вимагає великої кількості даних та інформації про компанію.
Доходний метод	Прибутковий метод, який орієнтований на майбутність, є універсальним і гнучким для оцінки будь-якого підприємства, незалежно від галузі та форми власності. Він також забезпечує об'єктивність оцінки, орієнтуючись на об'єктивні факти та різні фактори, такі як ризики, інфляція та податки	Потреба у прогнозуванні майбутніх доходів Вплив макроекономічних факторів Ускладнене визначення дисконтування Відсутність урахування нематеріальних активів
Метод порівняння	Простий і швидкий у використанні. Застосовується до різних видів бізнесу. Дозволяє провести порівняння ціни на акції чи компанію з іншими компаніями в даній галузі.	Не враховує індивідуальні особливості компанії. Сильно залежить від вибору порівнюваних компаній. Не враховує змін у майбутньому.
Метод ринкової капіталізації	Легкий в застосуванні. Оцінка базується на ринковій ціні акцій, що робить її доступною для всіх гравців ринку.	Не враховує індивідуальні особливості компанії. Ґрунтується на ціні акцій, яка може значно коливатися і бути спотвореною. Не враховує фактор часу.

1	2	3
Метод витрат за відновлення	Простий у використанні і дозволяє швидко провести оцінку. Може бути використаний для компаній з значними фізичними активами.	не враховує вартість інтелектуальної власності компанії. не враховує майбутній прибуток компанії. не враховує змін у вартості активів у майбутньому.

Джерело: [5]

Проаналізувавши всі підходи, можна зауважити, що для України поки що нагальними залишаються два підходи: прибутковий і витратний. Прибутковий зазвичай застосовують для прибуткових підприємств, що характеризуються стабільністю. Слід визнати, що дохідний підхід у порівнянні з іншими найбільш досконалий при оцінці вартості компанії, оскільки при застосуванні його методів відображаються прибутковість для потенційних інвесторів, інтереси акціонерів та можливість компанії до генерування грошових потоків у майбутньому. Він дозволяє оцінити також прибутковість інвестицій у акції компанії. З допомогою методів дохідного підходу можна визначити внутрішню вартість компанії, проте ціну її купівлі-продажу. Як правило, методи прибуткового підходу використовуються при аналізі діяльності компанії з метою подальшого інвестування у неї потенційними інвесторами та акціонерами [3].

Витратний підхід ефективний при оцінці товариств з обмеженою відповідальністю та приватних акціонерних товариств, об'єктів соціального, культурного, історичного спрямування, інвестиційних проєктів. Щодо застосування порівняльного (ринкового) підходу необхідно помітити, що фондовий ринок характеризується нестабільністю, відсутня загальна довіра до ринку акцій як до ризикованого з фондових ринків. Крім того, в Україні складно отримати перевірену інформацію щодо змісту операцій з продажу активів з урахуванням усіх аспектів таких операцій, що робить використання цього походу проблематичним на сучасному етапі розвитку економіки [10].

1.3 Механізм управління вартістю підприємства

Управління та розвиток бізнесу має відповідати меті підтримки ліквідності фірми, інвестор повинен знати, скільки коштує його бізнес і чи вигідно продовжувати його вести. Саме з метою оцінки ефективності бізнесу інвестори повинні визначити для свого підприємства цільову корпоративну функцію, яка не лише відображатиме довгострокову мету існування, а й оцінюватиме, наскільки успішно воно функціонує та наскільки результати її діяльності відповідають очікуванням інвесторів [59].

Стратегія максимізації вартості ставить на чільне місце вартість бізнесу, концентрує увагу менеджменту підприємства на тому, як і наскільки кожне стратегічне рішення може підвищити вартість. Існуючі моделі управління вартістю підприємства припускають виділення факторів створення вартості, але не виступають як інструмент реалізації стратегії максимізації вартості, оскільки не пропонують системного підходу до управління процесом максимізації вартості та не охоплюють усі організаційні рівні підприємства [45].

Під механізмом управління вартістю розуміється елемент системи управління, що визначає алгоритми прийняття рішень та способи реалізації стратегічних завдань, пов'язаних із максимізацією вартості компанії.

Для роботи механізму управління вартістю потрібна наявність таких елементів:

- розроблена стратегічна карта;
- кадрове забезпечення;
- інформаційне забезпечення;
- методичне забезпечення (система вартісних показників, методика їх розрахунку та застосування);
- система контролю за досягненням цілей [6].

Для успішного впровадження механізму управління вартістю необхідно виявити та класифікувати фінансові фактори створення вартості, розробити систему показників, що характеризують зростання вартості компанії, з

урахуванням галузевої специфіки, розробити поетапний механізм впровадження з урахуванням методичного, кадрового та інформаційного забезпечення.

Розглянемо алгоритм управління вартістю підприємства на рисунку 1.7.



Рис.1.7. Алгоритм управління вартістю підприємства

Джерело: [5;21;27;55;75]

На першому етапі проводиться оцінка поточного стану підприємства, виявлення цілей і орієнтирів вартості компанії. Для аналізу необхідності впровадження механізму управління вартістю пропонується провести детальний фінансовий та операційний аналіз поточних процесів з метою виявлення слабких та сильних місць компанії. Важливим кроком є оцінка поточної вартості для

майбутньої порівняльної бази, тобто створення бази відліку, що становить вартість компанії сьогодні.

Для оцінки вартості необхідно керуватися одним із вибраних підходів (прибутковий, порівняльний чи витратний), проте, на наш погляд, саме побудова довгострокової моделі бізнесу та оцінка прибутковим підходом дасть змогу провести детальніший аналіз операційної діяльності [3].

На другому етапі проводиться постановка стратегічних цілей та складання стратегічної карти. Поставлені стратегічні завдання є орієнтиром компанії, на підставі якого прийматимуться проекти та рішення.

До глобальних стратегічних цілей можемо віднести такі:

- зростання вартості підприємства;
- покращення фінансового результату;
- зростання кількості клієнтів;
- покращення операційної діяльності;
- сприяння професійному зростанню працівників [12].

Стратегічна карта компанії визначає стратегічні цілі та механізм їх досягнення.

На третьому етапі проводиться постановка стратегічних завдань. У рамках концепції управління вартістю головною стратегічною метою є максимізація вартості. Також важливим є завдання покращення сприйняття компанії з боку інвесторів [27].

Перелічені стратегічні перспективи декомпонуються на стратегічні цілі:

1. Розробка стратегічних ініціатив компанії означає аналіз поточної ефективності проектів і програм компанії (витрати та прибуток), оцінюється їх внесок у глобальні стратегічні цілі.

Результатом буде реструктуризація поточних проектів та можливий запуск нових, необхідних для досягнення стратегічних цілей. Недоцільні проекти та програми підлягають закриттю.

2. Запропоновані нові ініціативи та проекти підлягають бюджетуванню, виходячи з зразкових витрат на їх реалізацію. З певного раніше обсягу доступних ресурсів деякі пропозиції виключаються.

3. Ті завдання та проекти, які були схвалені, підлягають ретельному плануванню. На цьому етапі вибирається проектна команда, виробляється план реалізації.

4. Моніторинг виконання завдань та ініціатив та оцінка їхнього вкладу у глобальні стратегічні цілі [20].

Четвертий етап включає кадрове забезпечення використання механізму управління вартістю. На сьогоднішній день управління вартістю не повинно здійснюватись лише топ-менеджментом компанії. На наш погляд, для досягнення ефективного управління необхідно задіяти керівників і середньої, і нижчої ланок. Це досягається завдяки розподілу стратегічних завдань та ініціатив на різні рівні управління виходячи з припущень про те, на якому рівні ця мета та завдання буде вирішено максимально ефективно.

У компанії, яка вирішила розпочати процес управління вартістю, на кожному організаційному рівні повинні бути зрозумілі причини змін, що проводяться. Кожен співробітник повинен розуміти суть стратегії та план для її досягнення [3].

Для впровадження механізму управління вартістю необхідно на кожному рівні управління компанією визначити відділ або конкретних осіб, відповідальних за використання і використання механізму управління вартістю.

Ключовими органами, відповідальними за впровадження механізму управління вартістю, є Стратегічна рада, Стратегічний комітет, Стратегічний менеджмент, Група розробки стратегії та безпосередньо виконавців.

Таким чином, реалізація механізму управління вартістю є безперервним циклом, що вимагає створення сукупності інституцій (кадрового забезпечення). Без стратегічних і тактичних розробок та їх виконання успішне впровадження та використання механізму управління вартістю промислового підприємства неможливо [8].

П'ятий етап включає методичне забезпечення механізму управління вартістю. Вартісна-орієнтована система показників виступає як методичне забезпечення механізму управління вартістю. І тому встановлюються цільові орієнтири значень показників вартості. На основі отриманих значень відбувається аналіз плану та факту досягнення цільових значень, виявляються фактори, які стали перешкодою для досягнення цільових значень обраних показників вартості [41].

Шостий етап – це інформаційне забезпечення. Наявність інформаційного забезпечення дозволяє менеджменту компанії зрозуміти основних конкурентів, провести якісний аналіз фінансово-економічних показників, умови фінансово-господарської діяльності. Для цього необхідно мати як розвинені канали внутрішнього зв'язку в компанії, що дозволяють збирати інформацію про внутрішні процеси, так і кадри, які відповідають за аналіз довілля.

Схема дії інформаційної корпоративної системи представлена на рисунку 1.8.

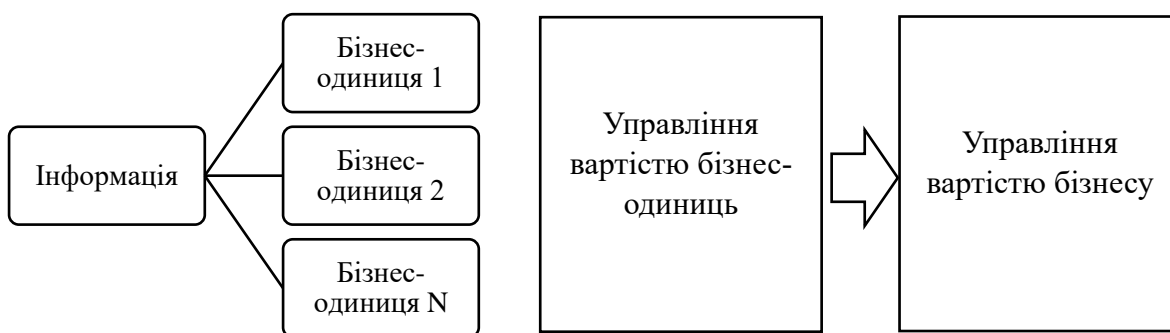


Рис.1.8. Схема дії інформаційної корпоративної системи

Джерело: [10;14;18]

Для ефективного управління вартістю компанії необхідно ідентифікувати джерела необхідної інформації та способи її своєчасної передачі. Система комунікації компанії має охоплювати всі організаційні рівні та всіх співробітників. Пропоновані канали комунікації включають:

- тренінги та програми;

- інформаційні мережі;
- інформаційні бюлетені;
- публічні виступи та конференції [8].

На останньому етапі проводиться моніторинг досягнення цілей та завдань. Моніторинг та аналітика управління вартістю полягають у постійному відстеженні виконання стратегічних завдань та ініціатив, аналізу їх невиконання, аналізу термінів виконання, визначення ступеня їх досягнення. Результатом є перегляд цільових значень та стратегічних ініціатив. Ті завдання та ініціативи, виконання яких пройшло найбільш успішно, залишаються та проводяться у наступних періодах.

Для оцінювання ефективності управління вартістю підприємства доцільно використовувати такі показники:

EVA - це розмір прибутку, який у підприємства залишається після відрахування всіх витрат за капітал, необхідний його функціонування:

$$EVA = NOPAT - (WACC \times \text{Capital Invested}) \quad (1.4)$$

де NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) – це чистий операційний прибуток після оподаткування;

WACC (Weighted Average Cost of Capital) – це виважена середня вартість капіталу;

Capital Invested – це загальна сума інвестованого капіталу [37].

MVA показує на скільки ринкова вартість компанії перевищує капітал, інвестований у неї:

$$MVA = \text{Market Value of Equity} - \text{Capital Invested} \quad (1.5)$$

де Market Value of Equity – ринкова вартість акцій компанії;

Capital Invested – загальна сума інвестованого капіталу.

MVA відображає різницю між ринковою вартістю компанії та вартістю її власного капіталу, що інвестований в неї. Позитивне значення MVA свідчить про

те, що компанія створює додаткову вартість для власника, тоді як негативне MVA означає, що власники понесли збитки. Використання показника MVA допомагає компаніям оцінювати ефективність управління капіталом і порівнювати свою продуктивність з іншими у галузі. Інвестори також використовують MVA для оцінки вартості компанії та прийняття рішень про інвестування в неї [66].

Показник ROIC визначається як співвідношення чистого операційного прибутку (NOPAT) до інвестованого капіталу (Invested Capital). Інвестований капітал охоплює суму грошових та власних коштів, вкладених компанією у її активи та операції. ROIC обчислюється за наступною формулою:

$$\text{ROIC} = \frac{\text{NOPAT}}{\text{Invested Capital}} \quad (1.6)$$

де NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) – чистий операційний прибуток після сплати податків;

Invested Capital – загальна сума інвестованого капіталу.

ROIC вимірює, наскільки ефективно компанія використовує свій інвестований капітал для заробітку. Вищий показник ROIC вказує на більшу ефективність компанії в генерації прибутку зі свого капіталу. Цей показник використовується для оцінки продуктивності компанії та порівняння її з іншими у галузі. Крім того, ROIC може служити для оцінки якості інвестицій та визначення повернення на інвестований капітал. За допомогою ROIC компанії можуть виявити галузі, де потрібно покращити ефективність використання капіталу, а також знайти можливості для збільшення рентабельності [73].

Окрім того, розраховують і показники SVA, VaR, DRV, CFROI, ROS.

DRV (Debt Ratio Value) – це вартість відношення боргу:

$$\text{ROIC} = \frac{\text{ПК}}{(\text{ПК} + \text{ВК})} \quad (1.7)$$

де ПК – сума всіх зобов'язань підприємства;

ВК – сума всіх активів підприємства, за вирахуванням зобов'язань.

Показник ROS (Return on Sales) рахується за формулою:

$$\text{ROS} = \frac{\text{ЧП}}{\text{Д}} \quad (1.8)$$

де ЧП – прибуток, отриманий підприємством, за вирахуванням усіх витрат;

Д – загальна сума продажів підприємства [23].

Необхідно враховувати, що точність розрахунків цих показників може варіювати залежно від конкретної галузі або сфери бізнесу, а також від методів бухгалтерського обліку та фінансового аналізу, що використовуються на даному підприємстві.

Показник CFROI (Cash Flow Return on Investment) – прибутковість на кошти. Формула його розрахунку така:

$$\text{CFROI} = \frac{\text{ЧГП}}{\text{Кв} \cdot (1-r)} \quad (1.9)$$

ЧГП – грошовий потік, отриманий від операційної діяльності, за вирахуванням усіх витрат;

де Кв – загальна сума капіталу, інвестованого у підприємство;

r – податок прибуток у відсотках.

SVA (Shareholder Value Added) – це додана вартість для акціонерів. Він рахується за формулою:

$$\text{SVA} = \text{NOPAT} - \text{СС} \quad (1.10)$$

де NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) – чистий операційний прибуток, за вирахуванням податків на прибуток;

СС – вартість капіталу [37].

Висновки до розділу 1

Управління вартістю підприємства полягає в керуванні компанією з урахуванням її цінності для власників. Цей процес включає в себе визначення вартості компанії, аналіз впливових факторів та впровадження заходів для підвищення цієї вартості. Цінність підприємства формується внаслідок взаємодії різноманітних факторів, таких як якість управління, рівень конкуренції на ринку, технологічний розвиток виробництва, рівень інвестицій та інші. Для підвищення вартості підприємства, організація повинна акцентувати свої зусилля на поліпшенні всіх цих аспектів.

Існують різні методи оцінки вартості підприємства, такі як методи DCF, порівняння, ринкової капіталізації, витрат на відновлення та доходний метод. Кожен із цих методів має свої переваги та недоліки, і вибір конкретного методу залежить від ситуації та обставин, особливо враховуючи, що в Україні складно отримати коректну інформацію для проведення частини видів оцінки. Кожен метод взаємодіє та доповнює один одного, тому, використовуючи комплексний підхід до формування вартості підприємства на основі цифрового маркетингу, можна подолати недоліки окремих методів. Цей комплексний підхід в кінцевому підсумку забезпечить отримання достовірних результатів та допоможе ухвалити обґрунтовані управлінські рішення стосовно управління підприємством.

Система фінансового управління вартістю є безперервним циклом, який потребує створення сукупності інститутів (кадрового забезпечення). Без стратегічних і тактичних розробок та їх виконання успішне впровадження та використання системи управління вартістю компанії неможливо. Управління вартістю компанії охоплює різні гілки менеджменту, і кожна з них фокусує увагу на вузьких цілях і завданнях на шляху до максимізації вартості компанії.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ТОВ «АГЕНТСТВО МЕРЧАНДАЙЗИНГУ «ОПТИМА»

2.1 Оцінка фінансово-економічного стану підприємства

ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» спеціалізується на послугах з мерчандайзингу. Основний вид діяльності компанії за КВЕД: 73.20 дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки. Види послуг компанії наведені на рисунку 2.1.

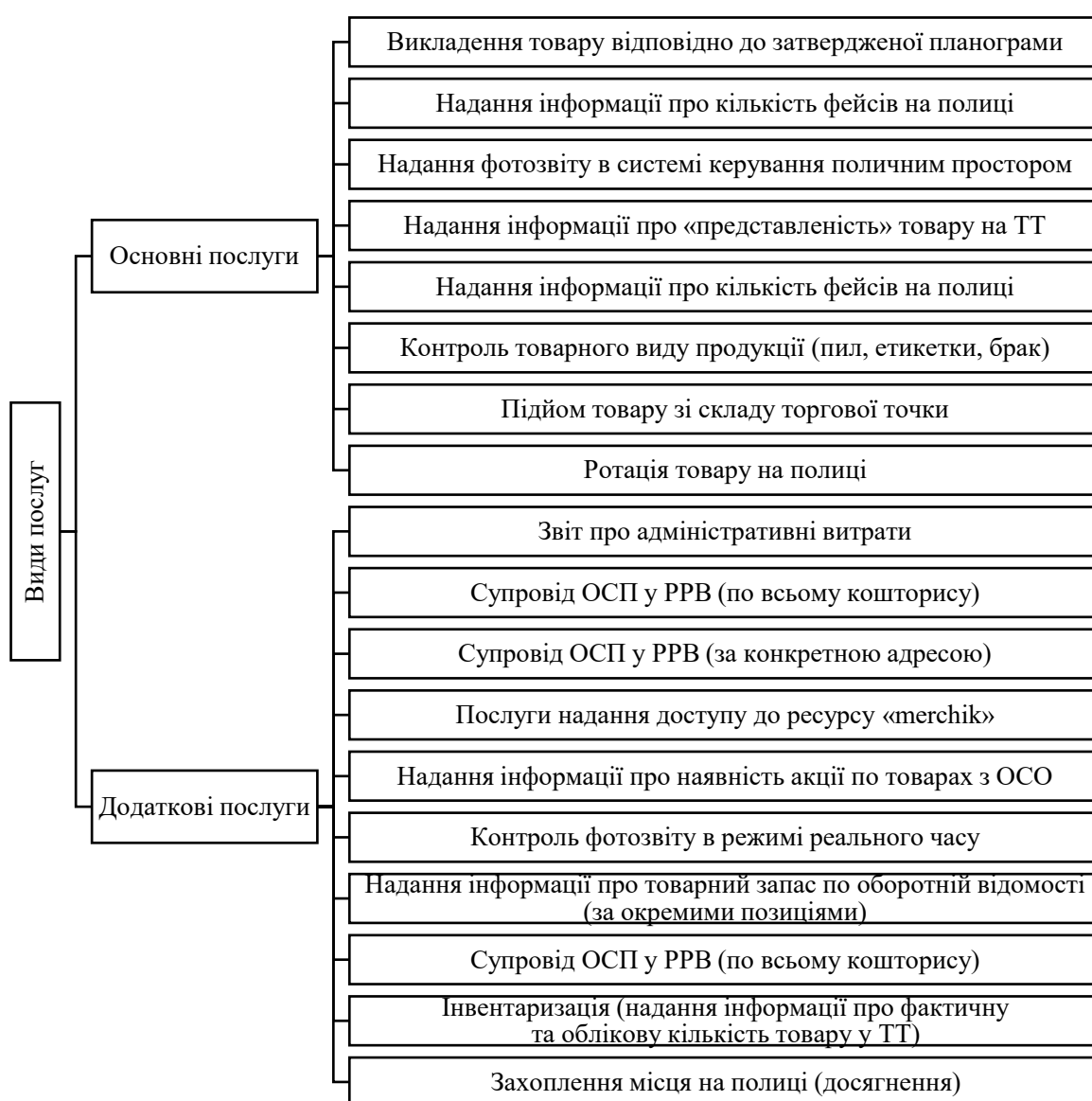


Рис. 2.1. Види послуг ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Джерело: складено за даними ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Управління ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» здійснюється відповідно до його статуту. Організаційна структура підприємства включає як елементи лінійного підпорядкування (директор та начальники відділів), так і функціональні підрозділи (відділи), що робить її лінійно-функціональною. Організаційна структура управління підприємством представлена на рисунку 2.2.

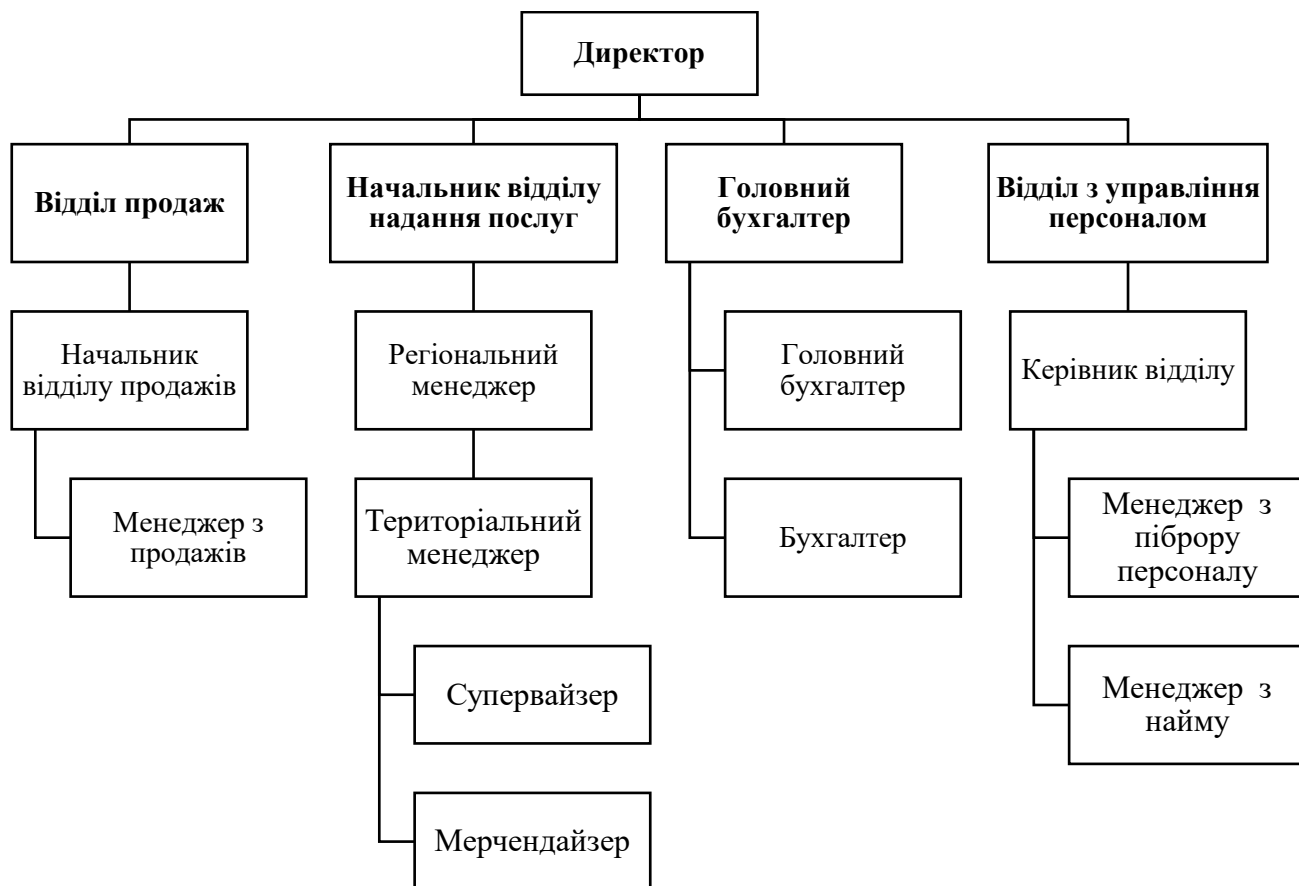


Рис. 2.2. Організаційна структура ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Джерело: складено за даними ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Лінійно-функціональна організаційна структура підприємства характеризується розподілом повної відповідальності та прийняття рішень між лінійними керівниками, а також обмеженою областю відповідальності функціональних керівників. Основною перевагою такої структури управління для ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» є високий рівень контролю над виконанням завдань, оскільки відповідальність керівників за результати роботи є комплексною. Наприклад, кожен наступний лінійний керівник, починаючи з

супервайзерів, перевіряє результати роботи попередніх, і персонал відділу продажу контролюється за допомогою відгуків клієнтів. Однак є певні недоліки, зокрема, відносно низька швидкість передачі інформації через шлях повідомлення через відділи та лінійних керівників.

Проведемо аналіз фінансових результатів ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» за 2018-2022 роки (рис.2.3).

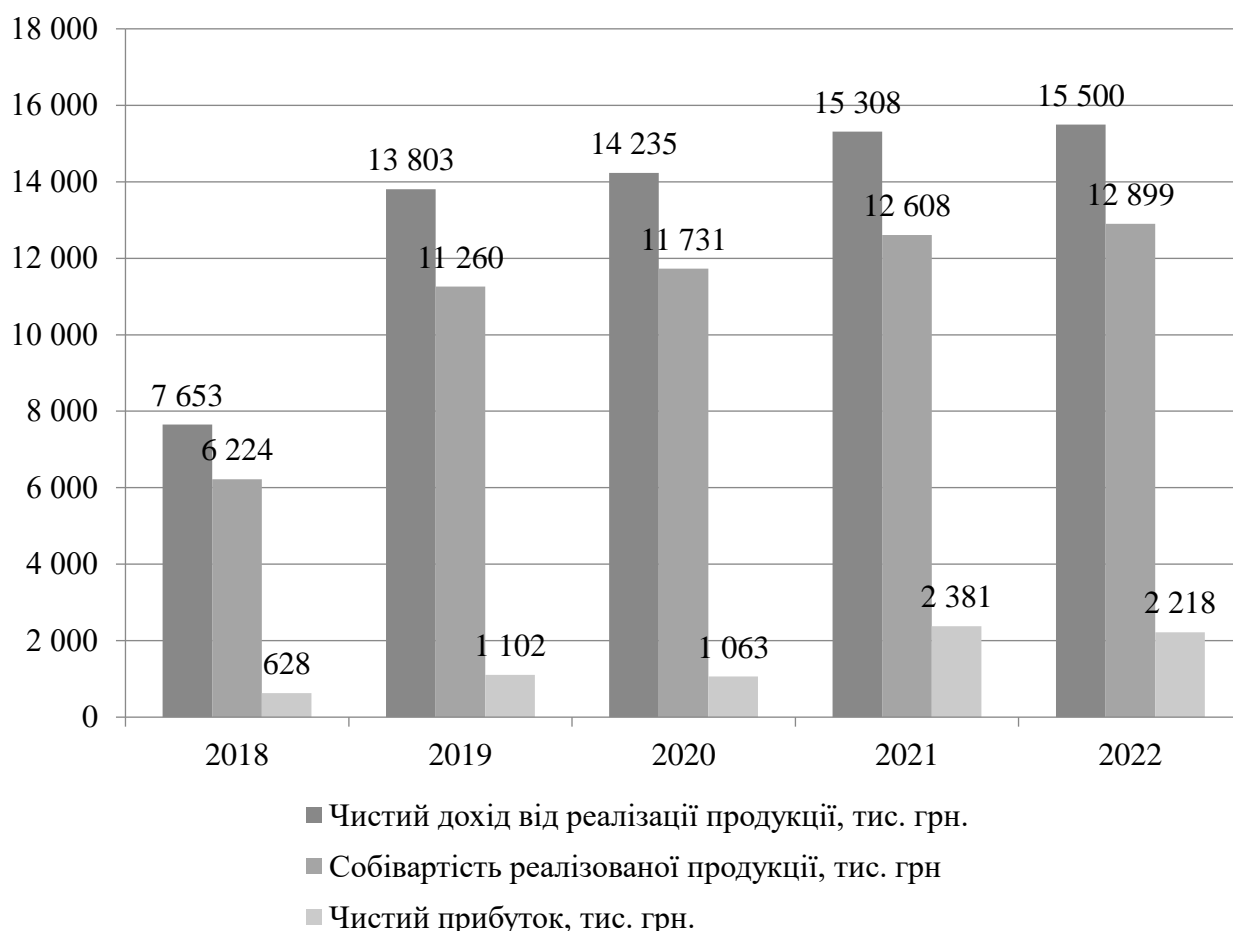


Рис. 2.3. Динаміка фінансових результатів ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках, тис.грн.

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

З рисунку 2.3 бачимо, що чистий дохід підприємства зростає щорічно (відповідно на 80,36% в 2019 році, на 3,13% в 2020 році, на 7,54% в 2021 році, в 2022 році на 1,25%), загалом за 5 років обсяг продаж виріс на 12,54%. Збільшенню доходів сприяло розширення діяльності, збільшення представленості в різних містах України. Собівартість надання послуг також

щорічно зростає та за 5 років виросла на 107,27%. Чистий прибуток підприємства зростав в 2019 році та 2022 році завдяки збільшенню обсягів продаж, але в 2020 році та в 2022 роках знижувався, так як темп зростання доходів був меншим, ніж темп зростання витрат. За 5 років чистий прибуток виріс на 252,97%.

Проаналізуємо динаміку та структуру витрат ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках (табл.2.1).

Таблиця 2.1

**Динаміка та структура витрат ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»
в 2018-2022 роках**

Показники	роки					Відхилення, 2022/2018	
	2018	2019	2020	2021	2022	+/-	%
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	6 224	11 260	11 731	12 608	12 899	6 676	107,27
частка, %	89,16	89,61	89,41	84,36	84,84	-4,32	
Адміністративні витрати	151	241	285	451	509	358	237,09
частка, %	2,16	1,92	2,17	3,02	3,35	1,18	
Витрати на збут	541	981	1 002	1 841	1 675	1 134	209,61
частка, %	7,75	7,81	7,64	12,32	11,02	3,27	
Інші операційні витрати	65	84	102	45	121	56	86,15
частка, %	0,93	0,67	0,78	0,30	0,80	-0,14	
Всього операційних витрат	6 981	12 566	13 120	14 945	15 204	8 224	117,81

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

За 5 років витрати виросли на 117,81%, при цьому собівартість надання послуг виросла на 107,27%, а їх частка зменшилась з 89,16% у 2018 році до 84,84% у 2022 році (за рахунок збільшення обсягів діяльності та завдяки скороченню постійних витрат на одиницю послуг). Адміністративні витрати, які включають у тому числі витрати на оренду офіса, виросли на 237,09% (через збільшення штату постійного персоналу), а їх частка зросла з 2,16% у 2018 році

до 3,35% у 2022 році. Витрати на збут надзвичайно важливі для просування послуг компанії, за 5 років вони виростили на 209,61% та їх частка виростила з 7,75% у 2018 році до 11,02%. У 2022 році. Інші операційні витрати за 5 років виростили на 86,15%, а їх частка зменшилась з 0,93% до 0,8% за 5 років.

Розглянемо динаміку активів ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Динаміка активу балансу ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках, тис.грн.

Актив	Роки					Відхилення, 2022/2018	
	2 018	2 019	2 020	2 021	2 022	тис.грн.	%
Основні засоби:	4	4	3	3	2	-2	-54,55
Усього необоротні активи	4	4	3	3	2	-2	-54,55
II. Оборотні активи							
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	445	1 581	1 809	1 902	1 956	1 511	339,65
Дебіторська заборгованість за розрахунками:							
Інша поточна дебіторська заборгованість	1 245	2 796	2 940	3 126	3 214	1 969	158,15
Гроші та їх еквіваленти	210	451	251	306	201	-9	-4,29
Інші оборотні активи	124	384	421	411	462	338	272,58
Усього за розділом II	2 024	5 213	5 422	5 745	5 833	3 809	188,21
Баланс	2 028	5 217	5 425	5 748	5 835	3 807	187,68

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Обсяг активів підприємства виріс за 5 років на 187,68% (3807 тис.грн.). Збільшення відбулось за рахунок зростання дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги на 1511 тис.грн. (339,65%), іншої поточної дебіторської заборгованості на 1969 тис.грн. (158,15%), інші оборотні активи виростили на 338 тис.грн. (272,58%).

Структура активів ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках (рис.2.4).



Рис. 2.4. Структура активів ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках, %

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

З рисунку 2.4 бачимо, що найбільшу частку в активах займає інша поточна дебіторська заборгованість, але її частка знизилась з 61,38% в 2018 році до 55,08% в 2022 році. Також значною є частка дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги, її частка виросла з 21,93% у 2018 році до 33,52% в 2022 році. Інші активи в 2022 році займали менше 10%.

Проаналізуємо динаміку пасиву балансу ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках в таблиці 2.3.

Власний капітал за 5 років виріс на 218 тис.грн. (83,52%) за рахунок зростання нерозподіленого прибутку підприємства. Кредиторська

заборгованість за товари, роботи, послуги виросла на 246,06%, так як збільшились обсяги надання послуг.

Таблиця 2.3

Динаміка пасиву балансу ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках, тис.грн.

Пасив	Роки					Відхилення, 2022/2018	
	2 018	2 019	2 020	2 021	2 022	тис.грн.	%
1	2	3	4	5	6	7	8
I. Власний капітал							
Зареєстрований (пайовий) капітал	100	100	100	100	100	0	0,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	161	213	103	167	379	218	135,40
Усього за розділом I	261	313	203	267	479	218	83,52
III. Поточні зобов'язання і забезпечення							
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1 344	4 620	4 800	5 016	4 651	3 307	246,06
Кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	74	110	247	270	294	220	298,37
Кредиторська заборгованість за розрахунками зі страхування	17	8	26	30	30	13	75,44
Кредиторська заборгованість за розрахунками з оплати праці	75	3	42	45	75	0	-0,40
Інші поточні зобов'язання	257	161	106	120	306	49	19,02
Усього за розділом III	1 767	4 903	5 222	5 481	5 356	3 589	203,06
Баланс	2 028	5 217	5 425	5 748	5 835	3 807	187,68

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом зросла на 298,37% за 5 років. Кредиторська заборгованість за розрахунками зі страхування виросла на 75,44% за 5 років. Кредиторська заборгованість за розрахунками з оплати праці зменшилась на 0,4% за 5 років. Інші поточні зобов'язання виросли на 19,02% за 5 років.

Структура пасивів ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках (рис.2.5). Частка кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги виросла з 66,26% до 79,71% за 5 років. Частка інших поточних зобов'язань зменшилась з 12,678% до 5,24% за 5 років. Частка власного капіталу в 2022 році склала 8,21%.



Рис. 2.5. Структура пасивів ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках, %

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Проаналізуємо показник продуктивності праці ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках на рисунку 2.6.

Як бачимо, продуктивність праці за 5 років виросла на 40,65% за рахунок збільшення масштабів діяльності (на даний час підприємство надає послуги в більше 50 населених пунктах України). Зростання продуктивності праці в 2022 році, в період війни, вказує на ефективне управління персоналом.



Рис. 2.6. Динаміка продуктивності праці ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках, тис.грн./чол.

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Проаналізуємо показники рентабельності ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках (рис.2.7).

Рентабельність активів за 5 років зросла з 30,98% у 2018 році до 38,95% в 2022 році, зростання цього показника свідчить про те, що компанія стала більш ефективно використовувати свої активи для генерації прибутку в 2018-2022 роках. Рентабельність продукції за 5 років зросла з 10,1% у 2018 році до 17,19% в 2022 році, зростання рентабельності стало можливим завдяки зростанню попиту на послуги компанії. Рентабельність продажу за 5 років зросла з 8,21% у

2018 році до 14,31% в 2022 році завдяки підвищенню цін на послуги компанії, а також збільшенню обсягів надання послуг. Отже, за 5 років компанії суттєво покращила показники рентабельності.

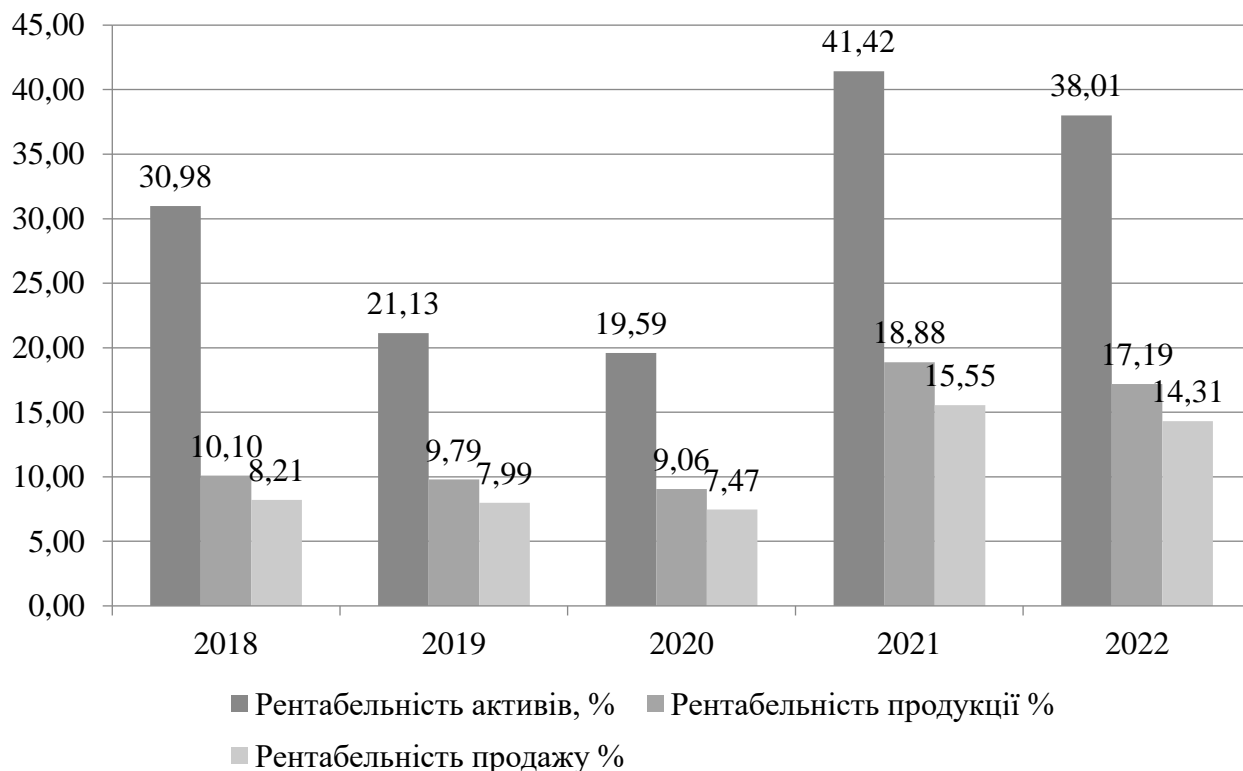


Рис. 2.7. Динаміка показників рентабельності ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках, %

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Проаналізуємо показники ділової активності ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках (рис.2.8).

Коефіцієнт оборотності активів є фінансовим показником, який визначає, наскільки ефективно компанія використовує свої активи для генерації прибутку. Коефіцієнт оборотності активів за 5 років виріс на 0,97 та склав 8,16 оборотів. Зростання коефіцієнта оборотності активів свідчить про те, що компанія змогла підвищити ефективність використання своїх активів для генерації валового доходу. Коефіцієнт оборотності оборотних засобів є фінансовим показником, що вказує на ефективність використання оборотних активів компанії для

забезпечення обсягу виробництва та продажу. Коефіцієнт оборотності оборотних засобів зменшився на 1,12 за 5 років та склав 2,66 оборотів. Зниження цього показника свідчить про те, що компанія стала менш ефективно використовувати свої оборотні активи для генерації валового доходу.

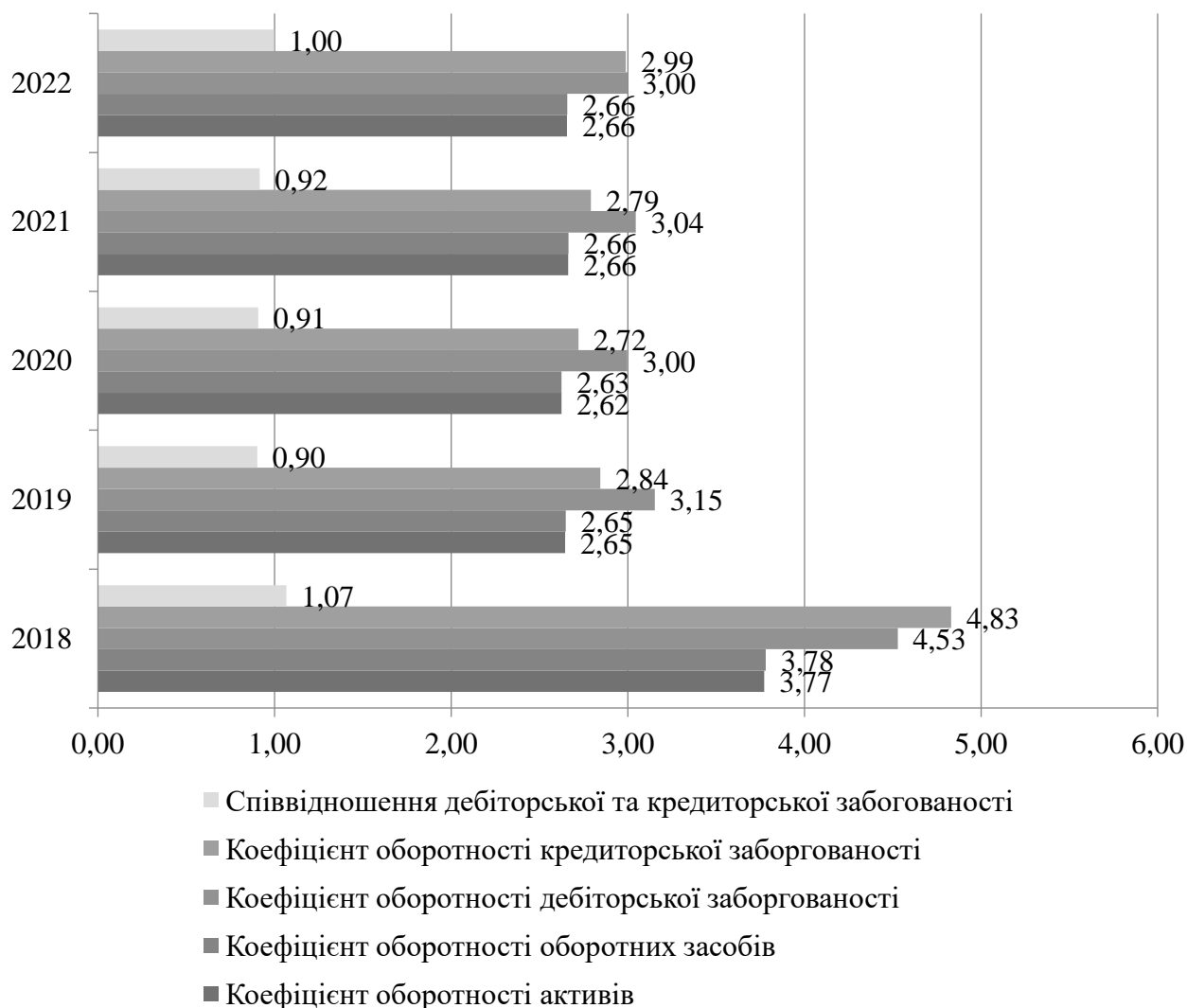


Рис. 2.8. Динаміка показників ділової активності ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості вказує на швидкість, з якою компанія збирає гроші від своїх клієнтів або дебіторів. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості зменшився на 1,53 обороти за 5 років та склав 3 обороти. Зниження цього показника свідчить про те, що компанія стала менш ефективно збирати кошти від своїх дебіторів за рахунок покращення

управління дебіторською заборгованістю. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості вказує на те, як швидко компанія вирішує свої зобов'язання перед кредиторами або постачальниками. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості зменшився на 1,84 за 5 років та склав 2,99 оборотів. Зменшення цього показника свідчить про те, що компанія стала менш швидко вирішувати свої фінансові зобов'язання перед кредиторами. Однак, швидкість сплати кредиторської заборгованості вище, ніж дебіторської. Співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості зменшилось на 0,07 за 5 років та склало 1. Зменшення співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості вказує на залежність між сплатою кредиторської заборгованості від надходжень дебіторської заборгованості. Отже, за 5 років компанія знизила ефективність управління діловою активністю.

Проаналізуємо показники фінансової стійкості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках на рисунку 2.9.

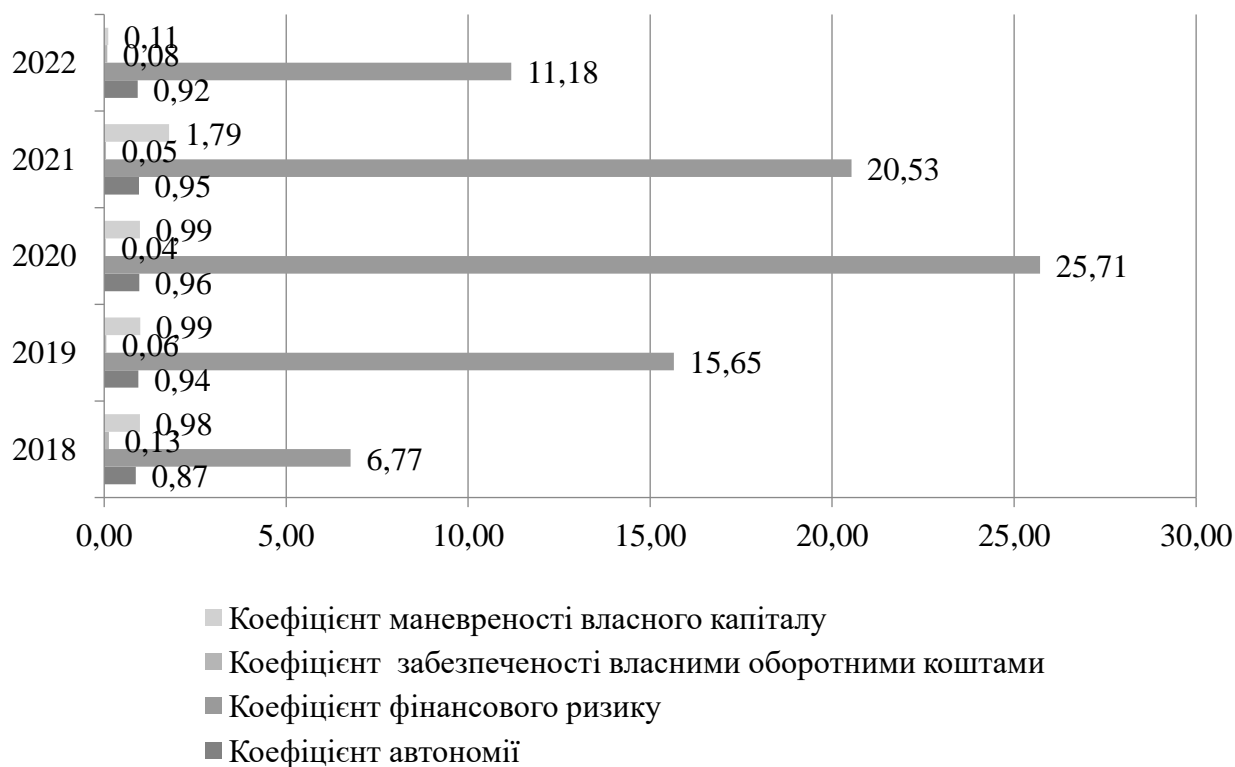


Рис. 2.9. Динаміка показників фінансової стійкості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках, %

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Коефіцієнт автономії виріс на 0,05 за 5 років та склав 0,95, що відповідає нормативному значенню (більше 0,5). Зростання коефіцієнта автономії свідчить про те, що компанія збільшила частку власних засобів у своєму капіталі, що може вказувати на більшу стійкість до фінансових труднощів. Коефіцієнт фінансового ризику виріс на 4,41 за 5 років, що є негативною тенденцією. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами зменшився на 0,05 за 5 років та склав 0,08 в 2022 році. Зменшення цього показника вказує на те, що компанія має погіршення у виробничій та фінансовій діяльності, оскільки власні оборотні кошти стали менше відносно потреб компанії. Коефіцієнт маневреності власного капіталу зменшився на 0,87 за 5 років та склав 0,11. Зменшення цього показника вказує на те, що компанія зменшила свої можливості для маневрування та інвестування в нові проєкти. Тож, за 5 років компанія знизила свою фінансову стійкість, але все ще є фінансово стійкою.

Визначимо тип фінансової стійкості ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках (табл.2.4).

Таблиця 2.4

**Показники фінансової стійкості ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу
«Оптіма» в 2018-2022 роках, тис.грн.**

Показники	2018	2019	2020	2021	2022
Надлишок (+) або нестача (-) власних оборотних коштів	257	309	200	264	477
Надлишок (+) або нестача (-) власних оборотних коштів і довгострокових джерел формування запасів	257	309	200	264	477
Надлишок (+) або нестача (-) загальної величини основних джерел формування запасів	2 024	5 213	5 422	5 745	5 833
Тип фінансової стійкості	Абсолютна фінансова стійкість				

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

З таблиці 2.2 бачимо, що в 2018-2022 роках компанія мала абсолютну фінансову стійкість, тож управління фінансовою діяльністю здійснюється ефективно.

На рисунку 2.10 наведемо показники ліквідності ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках.

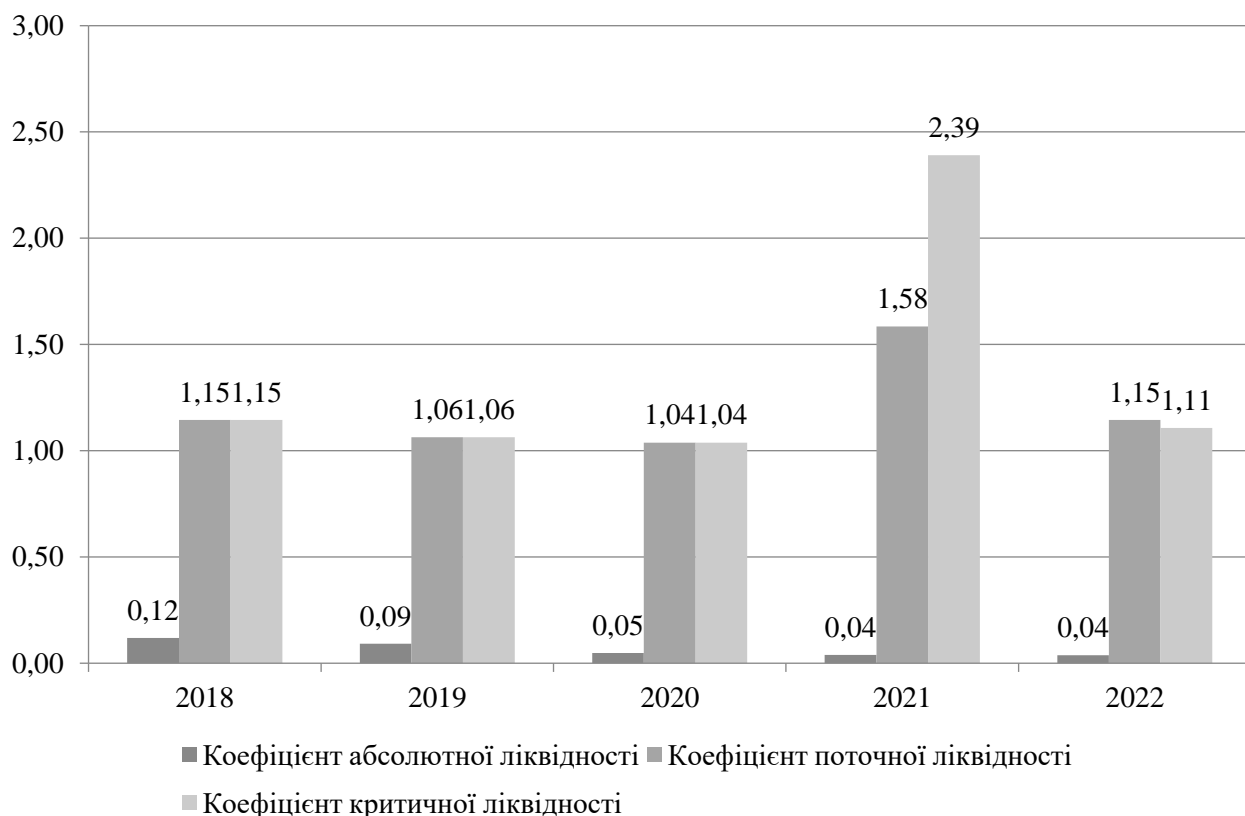


Рис. 2.10. Динаміка показників ліквідності ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Коефіцієнт абсолютної ліквідності зменшився з 0,12 до 0,04 за 5 років, тож в 2020-2022 роках він був нижче нормативного значення. Коефіцієнт поточної ліквідності складав 1,15 в 2018 році і склав 1,15 в 2022 році. Коефіцієнт критичної ліквідності зменшився з 1,15 за 5 років до 1,11 також відповідає нормативу. Отже, в 2018-2022 роках підприємство не мало абсолютної ліквідності.

Проведена оцінка фінансово-економічного стану ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» показала, що за 5 років підприємство збільшило свої доходи на 12,54% та чистий прибуток на 252,97%. Продуктивність праці персоналу виросла на за 5 років на 40,65%. Показники ділової активності та фінансової стійкості за 5 років погіршились, проте, підприємство має абсолютну

фінансову стійкість, а показники рентабельності за 5 років вирости. Отже, в цілому підприємство здійснює успішну діяльність та ефективно управляє своїми фінансовими ресурсами.

2.2 Оцінка вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Оцінка поточної вартості компанії здійснюється на підставі аналізу минулих витрат, прогнозування майбутніх прибутків, вивчення впливу зовнішнього середовища та внутрішніх умов її функціонування. Точність висновків залежить від надійності зібраної інформації, правильності визначення конкретних показників, достовірності та достатності отриманих даних, а також розгляду оцінюваної компанії як сукупності взаємодії зовнішніх економічних умов та внутрішніх факторів діяльності.

Проаналізуємо фактори впливу на діяльність і вартість ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках.

Розпочнемо аналіз макросередовища підприємства з вивчення структури галузі, в якій воно діє. Один із обґрунтованих підходів у цьому контексті є методологія, представлена американським науковцем М. Портером, відома як модель п'яти конкурентних сил.

Проаналізуємо ризики зі сторони послуг-замінників наведена в таблиці 2.5.

Замість використання послуг мерчандайзингу підприємства можуть використовувати контент-маркетинг, програми лояльності, рекламу тощо.

Тому, хоча сама послуга і є унікальною, але замість мерчандайзингу можна використовувати інші засоби просування товарів та рівень загрози високий.

**Оцінка ризиків зі сторони послуг-замінників для ТОВ «Агентство
мерчандайзингу «Оптіма»**

Параметри оцінки	Оцінка параметрів		
	3	2	1
Послуги-замінники «ціна-якість»»	Існують і займають високу долю на ринку	Існують, але тільки ввійшли на ринок	Не існують
	3		
Підсумковий бал	3		
1 бал	Низький рівень загрози зі сторони послуг-субститутів		
2 бали	Середній рівень загрози зі сторони послуг субститутів		
3 бали	Високий рівень загрози зі сторони послуг -субститутів		

Джерело: складене автором

Оцінка рівня внутрішньогалузевої конкуренції на ринку мерчандайзингових послуг м. Черкаси наведена в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

**Оцінка рівня внутрішньогалузевої конкуренції для ТОВ «Агентство
мерчандайзингу «Оптіма»**

Параметри оцінки	Оцінка параметрів		
	3	2	1
1	2	3	4
Кількість гравців	Високий рівень насиченості ринку	Середній рівень насиченості ринку (3-10)	Невелика кількість гравців (1-3)
	3		
Темп росту ринку	Стагнація або зниження об'ємів ринку	Той, що сповільнюється, але росте	Високий
			1
Рівень диференціації послуг на ринку	Компанії надають стандартизовані послуги	Послуги на ринку стандартизовані за ключовими властивостями, але відрізняються за додатковими перевагами	Послуги компанії значимо відрізняються один від одного
	3		
Обмеження в підвищенні цін	Жорстка цінова конкуренція на ринку, відсутні можливості в підвищенні цін	Є можливість підвищення цін тільки у рамках покриття витрат	Завжди є можливість підвищення цін для покриття росту затрат та підвищення прибутку
		2	

Продовження табл.2.6

1	2	3	4
Підсумковий бал	9		
4 бали	Низький рівень внутрішньогалузевої конкуренції		
5-8 балів	Середній рівень внутрішньогалузевої конкуренції		
9-12 балів	Високий рівень внутрішньогалузевої конкуренції		

Джерело: складене автором

Високий рівень внутрішньогалузевої конкуренції зумовлюється тим, що на ринку існують пропозиції як від аналогічних фірм, так і від приватних осіб, які надають послуги мерчайдазингу.

Оцінка загрози появи на ринку послуг мерчайдазингу в м. Черкаси нових гравців наведена в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Оцінка загрози появи на ринку послуг мерчайдазингу в м. Черкаси нових гравців

Параметри оцінки	Оцінка параметрів		
	3	2	1
1	2	3	4
Економія на масштабах при наданні послуг	Відсутня	Існують тільки у деяких гравців	Значуща
Сильні торгові марки з високим рівнем лояльності	Відсутні великі гравці	2-3 великих гравців тримають до 50% ринку	2-3 великих гравців тримають понад 80% ринку
Диференціація послуг	Низький рівень різноманітності послуг	Існують мікро-ніші	Усі можливі ніші зайняті гравцями
Рівень інвестицій і затрат для входу в галузь	Низький (окупається за 2-3 місяці роботи)	Середній (окупається за 6-12 місяці роботи)	Високий (окупається більш ніж з 1 рік роботи)
Доступ до каналів розподілу	Доступ до каналів розподілу повністю відкритий	Доступ до каналів розподілу потребує помірних інвестицій	Доступ до каналів розподілу обмежений
Політика держави	Не має обмежувальних аспектів зі сторони держави	Держава втручається в діяльність галузі, але на низькому рівні	Держава повністю регламентує галузь та встановлює обмеження

Продовження табл.2.7

1	2	3	4
---	---	---	---

Готовність існуючих гравців до зниження цін	Гравці не підуть на зниження цін	Великі гравці не підуть на зниження цін	За будь-якої спроби введення більш дешевої пропозиції існуючі гравці знижують ціни
		2	
Темп зростання галузі	Високий та зростаючий	Уповільнюється	Стагнація чи спад
	3		
Підсумковий бал	20		
8 бали	Низький рівень загрози входу нових гравців		
9-16 балів	Середній рівень загрози входу нових гравців		
17-24 балів	Високий рівень загрози входу нових гравців		

Джерело: складене автором

Отже, загрози появи нових гравців на ринку послуг мерчайдазингу в м. Черкаси дуже висока, оскільки майже відсутні бар'єри та обмеження. Однак, більшість учасників ринку або працюють самі на себе або є малими компаніями, а великих фірм всього декілька. Для утримання великої фірми необхідно забезпечувати гарні умови праці для персоналу та високу якість послуг для клієнтів, а тому собівартість витрат також достатньо висока. Проведемо оцінку втрати замовників послуг на ринку (табл.2.8).

Таблиця 2.8

Оцінка втрати замовників послуг на ринку послуг мерчайдазингу в м. Черкаси нових гравців

Параметри оцінки	Оцінка параметрів		
	3	2	1
1	2	3	4
Частка замовників послуг з великим об'ємом замовлення	Більш ніж 80% продажів припадає на декількох клієнтів	Незначна частина клієнтів тримає близько 50% продажів	Об'єм продажів рівномірно розподілений між усіма клієнтами
Схильність до переключення на послуги-замінники	Послуги компанії не унікальні, існують повні аналоги	Послуги компанії частково унікальні, є відмінні характеристики, важливі для клієнтів	Послуги компанії повністю унікальні, аналогів немає
	3		

Продовження табл.2.8

1	2	3	4
---	---	---	---

Чутливість до ціни	Замовники завжди будуть обирати послуги з більш низькою ціною	Замовники будуть обирати інші послуги тільки при великій різниці у ціні	Покупці абсолютно не чутливі до ціни
		2	
Споживачі задоволені якістю, яка існує на ринку	Незадоволеність ключовими характеристиками послуг	Незадоволеність другорядними характеристиками послуг	Повне задоволення послугами
			1
Підсумковий бал	8		
4 бали	Низький рівень загрози втрати замовників		
5-8 балів	Середній рівень загрози втрати замовників		
9-12 балів	Високий рівень загрози втрати замовників		

Джерело: складене автором

Отже, ризик втрати замовників середній і залежить, в першу чергу, від якості наданих послуг, а також від цін на послуги.

Проведемо оцінку загрози для бізнесу зі сторони постачальників (але в нашому випадку постачальником послуг є персонал, який працює безпосередньо на об'єктах та є надавачем послуг) наведена в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Оцінка загрози для бізнесу зі сторони постачальників (персоналу компанії)

Параметри оцінки	Оцінка параметрів	
	2	1
Кількість постачальників	Незначна кількість постачальників або монополія	Великий вибір постачальників
		1
Обмеженість ресурсів постачальників	Обмеження в об'ємах	Необмеженість в об'ємах
		1
Витрати на зміну постачальників	Великі витрати при зміні постачальників	Низькі витрати на зміну постачальників
		1
Пріоритетність напряму для постачальника	Низька пріоритетність галузі для постачальника	Велика пріоритетність галузі для постачальника
		1
Підсумковий бал	4	
4 бали	Низький рівень впливу постачальників	
5-6 балів	Середній рівень впливу постачальників	
7-8 балів	Високий рівень впливу постачальників	

Джерело: складене автором

Отже, загроза зі сторони постачальників є низькою, оскільки персонал сам зацікавлений в роботі на агенцію та отриманні постійних замовлень. Наведемо отримані результати за різними параметрами аналізу (табл.2.10).

Таблиця 2.10

Аналіз ринкових сил за методом М. Портера

Параметр	Значення	Опис
Загроза зі сторони послуг-замінників	Висока	Компанія не має унікальної торгової пропозиції. Всі компанії-конкуренти надають аналогічні послуги
Загроза внутрішньогалузевої конкуренції	Висока	Ринок компанії є висококонкурентним та перспективним. Послуги можуть надавати не тільки великі гравці, а й індивідуальні підприємці
Загроза зі сторони нових гравців	Висока	Ринок є привабливим для нових гравців, оскільки обмежень майже немає
Загроза втрати поточних замовників	Середня	Частка великих замовників розподілена рівномірно, однак, втрата замовника може привести до втрати прибутків
Загроза нестабільності постачальників	Низька	Постачальниками послуг є персонал (фахівці), які також зацікавлені працювати через агенцію

Джерело: складене автором

Отже, на ринку надання послуг ТОВ «Агентство мерчайдазингу «Оптіма» має високі ризики щодо послуг-замінників, конкурентів та нових гравців, середній рівень ризиків щодо втрати поточних замовників та низький рівень ризику щодо нестабільності постачальників послуг. Найбільше на діяльність підприємства та формування його доходів впливає попит замовників.

Проаналізуємо фактори мікро- та макросередовища ТОВ «Агентство мерчайдазингу «Оптіма» за методом SWOT-аналізу. Для цього визначимо основні можливості та загрози з боку зовнішнього середовища. На підприємство впливають політичні, економічні, соціально-демографічні, технологічні фактори, вплив екологічних факторів неістотний, а тому їх розглядати не будемо.

Передусім, на формування вартості підприємства впливають економічні фактори: темп інфляції, курс національної валюти та інші. Темп інфляції відобразимо на рисунку 2.11.

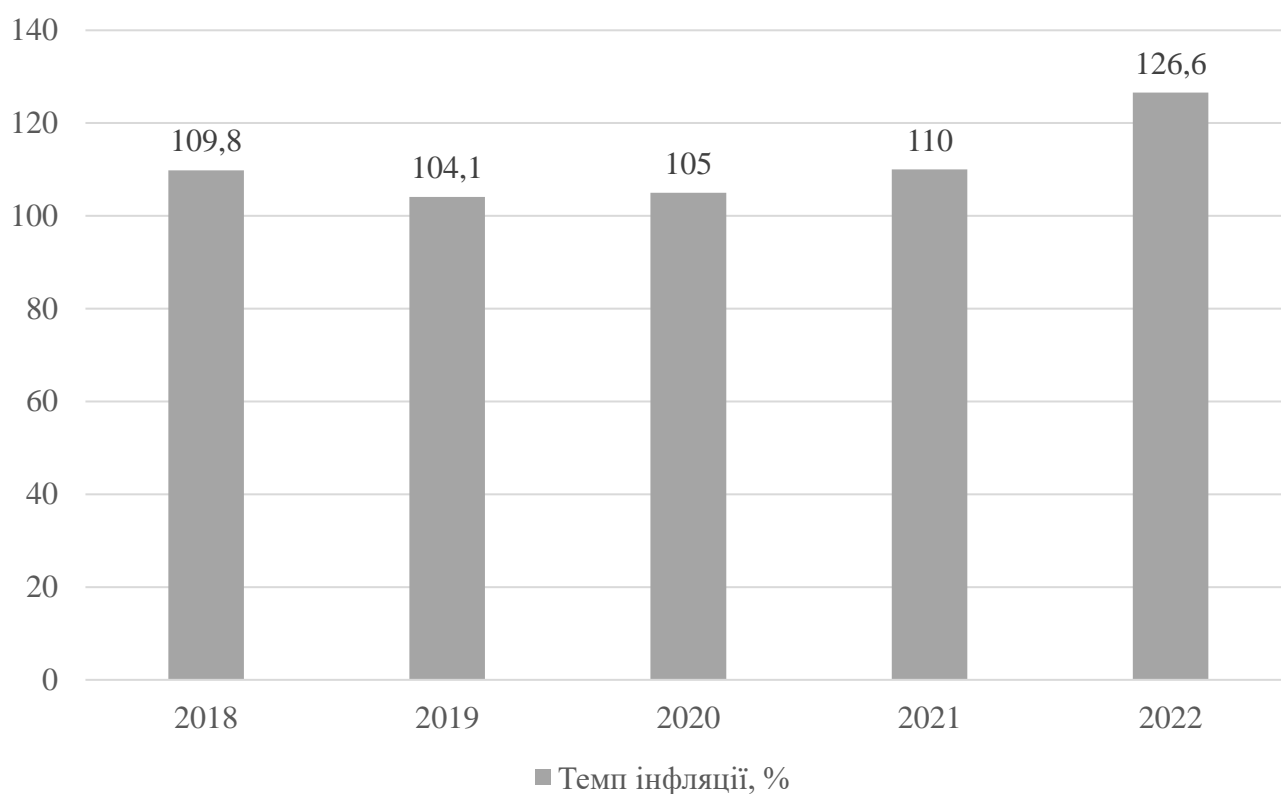


Рис.2.11. Темп інфляції в Україні в 2018-2022 роках, %

Джерело: [53]

Зростання темпу інфляції за 5 років з 109,8% у 2018 році до 126,6% у 2022 році вплинуло на вартість грошових коштів, які є у розпорядженні підприємства, окрім того, зниження вартості грошей приводить до потреби підвищувати рівень оплати праці персоналу, а оплата праці персоналу в галузі послуг мерчайдаїзингу є основною складовою формування собівартості послуг.

Розглянемо курс долара для визначення стабільності національної валюти на рисунку 2.12.

Зростання курсу долара за 5 років з 27,45 грн. до 40,8 грн. вказує на знецінення національної валюти, яке призводить до підвищення ринкових цін, зниження купівельної спроможності населення, а це, в свою чергу впливає на фінансові можливості замовників послуг ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма».

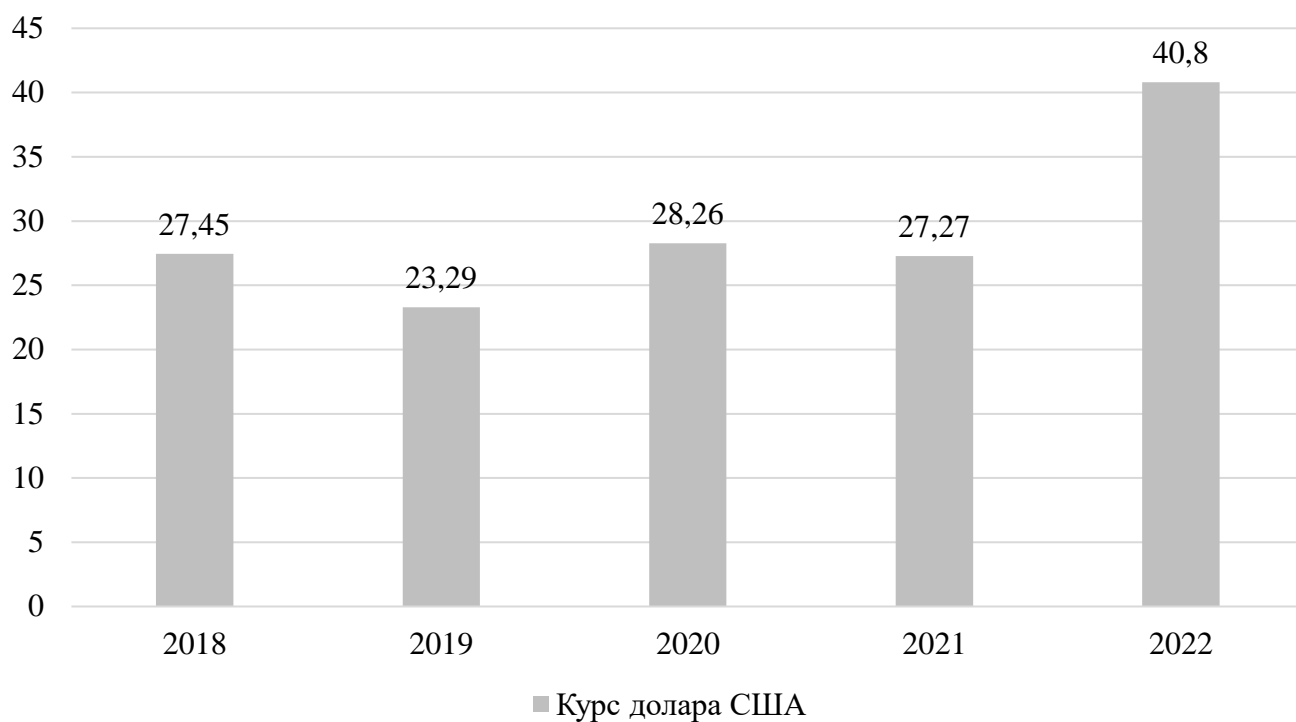


Рис.2.12. Курс долара США в 2018-2022 роках, грн.

Джерело: [52]

Також, політичні фактори також вплинули на діяльність ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма», оскільки з початком повномасштабної війни почалися ракетні обстріли. Під час повітряної тривоги, яка вмикається через обстріли, більшість торговельних центрів зачиняється. В таких умовах, по-перше, складно працювати персоналу підприємства, яким необхідно обійти за день багато торгових точок. По-друге, через зменшення часу роботи торговельних центрів знижуються доходи торгових компаній, які є замовниками послуг ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма».

Соціально-демографічними факторами впливу на формування вартості ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» є: скорочення населення (Чернігів знаходиться в зоні активних обстрілів та високого рівня небезпеки. Інші соціально-демографічні фактори не мають суттєвого впливу, тому їх не розглядаємо. Точні дані щодо скорочення чисельності населення м. Чернігів та Чернігівської області не оприлюднені, однак негативний вплив від зменшення чисельності населення полягає як в зниженні попиту, так і зменшенні числа фахівців, які могли б працювати на ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма».

Технологічними факторами впливу є застосування сучасного програмного забезпечення в роботі підприємства, що дозволяє скоротити час формування звітів для клієнтів та удосконалити якість надання послуг. ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» використовує обмін даними з клієтом за допомогою API.

Таблиця 2.11

Матриця SWOT- аналізу ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

	Можливості	Загрози
Сильні сторони	1. Збільшення попиту на послуги мерчайдаїзингу 2. Розвиток сфери роздрібної торгівлі 3. Поява нових технологій	1 Зростання конкуренції на ринку послуг 2. Зростання темпу інфляції, знецінення національної валюти 3. Зниження попиту через скорочення населення та зниження його платоспроможності, що призводить до зниження фінансових можливостей замовників ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» 4. Зменшення населення через війну
1	2	3
1. Щорічне зростання доходів, високі показники фінансового стану 2. Наявність постійних клієнтів 3. Наявність власного сайту 4. Широкий асортимент послуг 5. Гарна репутація 6. Використання сучасного програмного забезпечення	Стратегія розширення ринку збуту (за межі Чернігівської області)	Стратегія утримання існуючого положення шляхом стимулювання попиту на послуги, оптимізації витрат
Слабкі сторони		
1. Залежність від персоналу (фахівці: мерчайдаїзери, супервайзери) 2. Залежність від попиту на ринку роздрібної торгівлі	Стратегія диференціації (розширення асортименту послуг компанії)	Стратегія скорочення

Джерело: побудовано автором

Зважаючи на вплив факторів мікро- та макросередовища можна зробити висновки, що на формування вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» вплинули негативні фактори (економічні, політичні, демографічні), тому хоча компанія і збільшувала обсяг доходів, але чистий прибуток в 2022 році відносно 2021 року знизився.

Для визначення вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» проведемо розрахунок за декількома методами оцінювання вартості підприємства.

Спочатку визначимо економічну додану вартість підприємства (EVA) (формула 1.4). Проведемо розрахунок показників NOPAT, WACC та IC, які є складовими показника EVA в таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

Динаміка показника NOPAT ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках, тис.грн.

Показники	роки					Відхилення, 2022/2018	
	2018	2019	2020	2021	2022	+/-	%
Дохід від операційної діяльності	1 429	2 543	2 504	2 701	2 601	1 172	81,97
Фінансові витрати	0	0	0	0	0	0	-
Витрати на податок на прибуток	138	242	233	234	235	97	70,35
NOPAT	1 567	2 785	2 737	2 935	2 836	1 269	80,94

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Показник NOPAT є фінансовим показником, який вимірює чистий операційний прибуток компанії після оподаткування. NOPAT вказує на ефективність операційної діяльності компанії та представляє чистий прибуток, який вона генерує від своїх основних операцій.

Зростання показника на 80,94% за 5 років вказує на збільшення операційного прибутку ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках. В 2022 році показник склав 2836 тис.грн.

Розрахуємо показник WACC ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках в таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

Динаміка показника WACC ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках, %

Показник	2018	2019	2020	2021	2022	Відхилення, 2022/2018, абс.
Частка ВК	12,87%	6,01%	3,74%	1,66%	0,72%	-12,15%
Частка ПК	87,13%	93,99%	96,26%	98,34%	99,28%	12,15%
Вартість ВК	17,78%	13,34%	5,93%	8,89%	24,70%	6,92%
Вартість ПК	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
WACC	2,29%	0,80%	0,22%	0,15%	0,18%	-2,11%

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Через зниження частки власного капіталу в пасиві компанії з 2,29% у 2018 році до 0,18% в 2022 році середньозважена вартість капіталу підприємства знизилась за 5 років на 2,11%. Зменшення власного капіталу та збільшення інших джерел фінансування мали вплив на загальну вартість капіталу компанії, зробивши її менш вартісною.

Показник ІС є однією з ключових складових показника EVA ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма», який використовується для оцінки фінансової продуктивності компанії (табл.2.14).

Таблиця 2.14

Динаміка показника ІС ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках, %

Показник	роки					Відхилення, 2022/2018, абс.	
	2018	2019	2020	2021	2022	+/-	%
1	2	3	4	5	6	7	8
Необоротні активи	4	4	3	3	2	-2	-54,55
Довгострокові зобов'язання	0	0	0	0	0	0	-
Поточна кредиторська заборгованість	1 567	4 844	5 206	5 454	5 158	3 591	229,19

Продовження табл.2.14

1	2	3	4	5	6	7	8
Інші зобов'язання, на які не нараховуються % за їх використання	257	161	106	120	306	49	19,02
ІС	-1 820	-5 001	-5 309	-5 571	-5 462	-3 642	200,18

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

ІС представляє собою частину капіталу компанії, яка вкладається в її операційну діяльність. Цей показник важливий для EVA, оскільки він визначає обсяг капіталу, який компанія використовує для генерації прибутку. Так як підприємство має дуже малі суми необоротних активів, то показник ІС в 2018-2022 роках мав від'ємне значення, яке збільшилось за 5 років на 200,18%.

Після розрахунку показників NOPAT, ІС та WACC визначимо економічну додану вартість ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» за показником EVA (табл.2.15).

Таблиця 2.15

Динаміка показника EVA ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках

Показник	роки					Відхилення, 2022/2018	
	2018	2019	2020	2021	2022	+/-	%
NOPAT	1 567	2 785	2 737	2 935	2 836	1 269	80,94
ІС	-1 820	-5 001	-5 309	-5 571	-5 462	-3 642	200,18
WACC	2,29%	0,80%	0,22%	0,15%	0,18%	-2,11%	-92,20
EVA	1 609	2 825	2 749	2 943	2 846	1 237	76,87

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Вартість компанії за показником EVA виросла на 1237тис.грн. (76,87%) за 5 років завдяки зростанню операційних доходів підприємства та склала 2846 тис.грн. Так як зростання EVA відбулося при покращенні рентабельності активів (рис.2.5), то можна зробити висновки про ефективне використання ресурсів ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» для генерації прибутку.

Розрахуємо ринкову вартість ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» за показником MVA в табл.2.16.

Таблиця 2.16

Динаміка показника MVA ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках

Показник	роки					Відхилення, абс.	
	2018	2019	2020	2021	2022	+/-	%
Ринкова вартість	3 637	8 042	8 173	8 691	8 681	5 043	138,66
Інвестований капітал (власний+позиковий)	2 028	5 217	5 425	5 748	5 835	3 807	187,68
MVA	1 609	2 825	2 749	2 943	2 846	1 237	76,87

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Отже, вартість підприємства за показником MVA складає 15849 тис.грн. в 2022 році. Показник MVA за 5 років збільшився на 76,87% за рахунок збільшення ринкової вартості бізнесу на 138,66%. Загальною метою використання показника MVA є вимірювання того, наскільки компанія створює вартість для власника. У даному випадку, позитивна динаміка MVA свідчить про успішний розвиток та зростання вартості компанії на ринку.

Розрахуємо показник CVA ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках (табл.2.17).

Таблиця 2.17

Динаміка показника CVA ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках

Показник	роки					Відхилення, 2022/2018	
	2018	2019	2020	2021	2022	+/-	%
Чистий грошовий потік до виплати %	503	1 145	1 130	1 137	1 144	641	127,50
Чисті активи за первісною вартістю	2 028	5 217	5 425	5 468	5 512	3 484	171,77
WACC	2,29%	0,80%	0,22%	0,15%	0,18%	-2,11%	-92,20
CVA	457	1 103	1 118	1 129	1 134	678	148,47

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Як бачимо, вартість підприємства за показником CVA збільшилась за 5 років на 148,47% та склала 1134 тис.грн. Зростання показника відбулось за рахунок збільшення чистого грошового потоку на 127,5% та чистих активів за первісною вартістю на 171,77%.

Загальною метою використання показника CVA є вимірювання того, як ефективно підприємство генерує грошові потоки та використовує свої активи для створення вартості. Тому, позитивна динаміка CVA свідчить про успішне фінансове управління та зростання фінансової стійкості підприємства.

Розрахуємо показник SVA ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках (табл.2.18).

Зниження вартості капіталу відносно NOPAT є індикатором ефективного використання капіталу. Показник SVA виріс за 5 років на 1569 тис.грн. (167,12%) та склав 2508 тис.грн. Це свідчить про успішну генерацію вартості та позитивний вплив стратегічних рішень.

Таблиця 2.18

Динаміка показника SVA ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках

Показник	роки					Відхилення, 2022/2018	
	2018	2019	2020	2021	2022	+/-	%
NOPAT	1 567	2 785	2 737	2 935	2 836	1 269	80,94
Капітал	2 028	5 217	5 425	5 748	5 835	3 807	187,68
Вартість капіталу	30,98%	21,13%	19,59%	8,08%	5,62%	-25,36%	
SVA	939	1 683	1 674	2 470	2 508	1 569	167,12

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Отже, позитивна динаміка NOPAT, ефективне використання капіталу та високий рівень зростання SVA свідчать про ефективність стратегії підприємства у створенні вартості.

Визначимо середній темп росту чистого грошового потоку (рис.2.13).

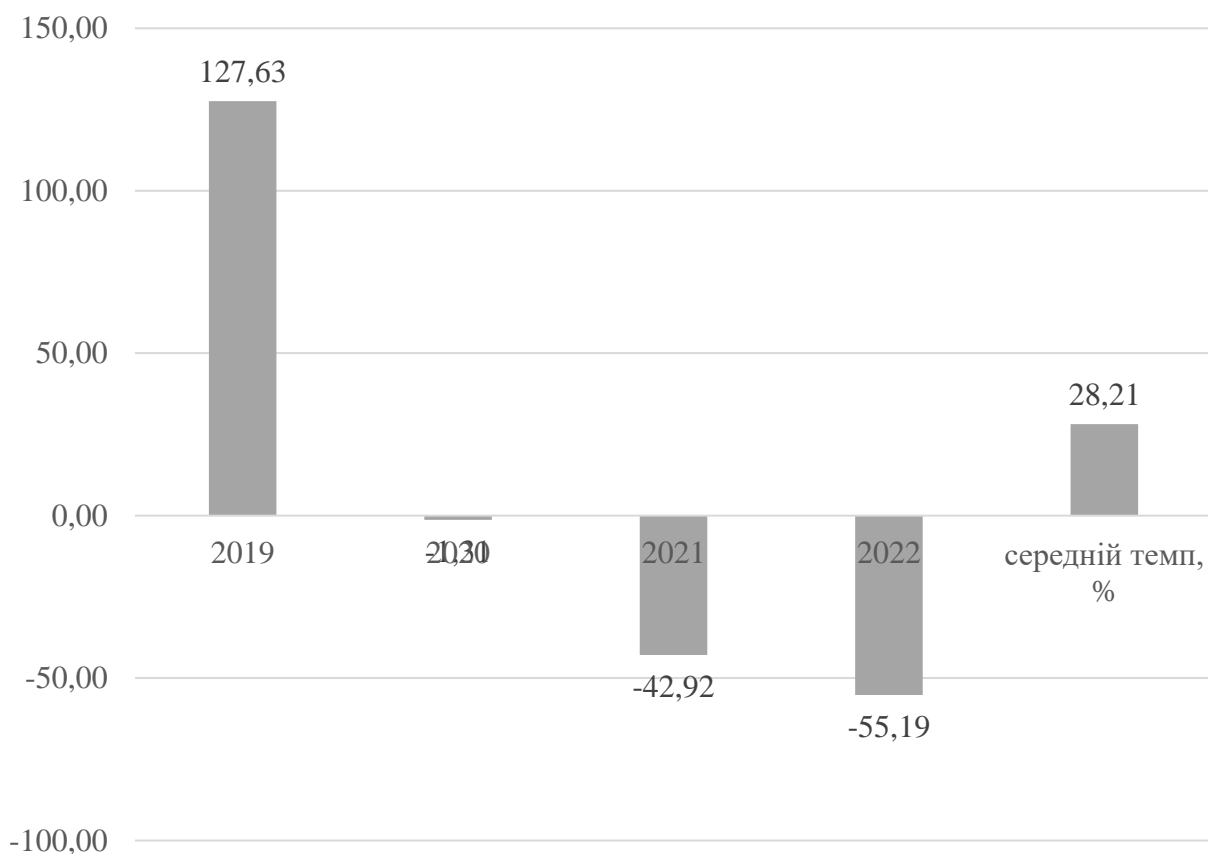


Рис.2.13. Динаміка росту чистого грошового потоку ТОВ «Агентство мерчайдайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках, %

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдайзингу «Оптіма»

Отже, в середньому за 2018-2022 роки чистий грошовий потік зростав в середньому на 28,21% за рік.

Розрахунок ставки дисконтування проводився з урахуванням безризикової ставки (за даними НБУ) та надбавки за ризик (темп інфляції) в таблиці 2.19.

Таблиця 2.19

Розрахунок ставки дисконту, %

Показник	2018	2019	2020	2021	2022	Прогноз 2023	Прогноз 2024
Безризикова ставка, %	18	13,5	6	9	25	25	25
Надбавка за ризик, %	9,8	5	6	10	26,8	20	20
Ставка дисконтування %	27,8	18,5	12,0	19,0	51,8	45,0	45,0

Джерело: розраховано автором

Розрахуємо вартість ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» за доходним методом (табл.2.20).

Таблиця 2.20

Розрахунок вартості ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» за доходним методом в 2018-2022 роках, тис.грн.

Показник	2022	Прогноз 2023	Прогноз 2024
Free Cash-Flow	289	291	293
Ставка дисконтування	51,8	45,0	45,0
Коефіцієнт дисконтування	0,03	0,05	0,05
Сумарна теперішня вартість грошових потоків (Entity)	8	15	15
Ринкова вартість	37		

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Вільний грошовий потік у 2022 році склав 289 тис. грн., що є основним показником, що враховується при розрахунках доходного методу. Ставка дисконтування залишалася стабільною протягом періоду та складала 51,8% у 2022 році. Коефіцієнт дисконтування також залишався стабільним. Сумарна теперішня вартість грошових потоків (Entity) у 2022 році склала 8 тис. грн. Зростання цього показника свідчить про позитивні перспективи та здатність підприємства генерувати прибуток. Отже, за доходним методом вартість ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках склала 37 тис.грн.

При використанні витратного підходу до оцінки вартості бізнесу проводиться переоцінка ресурсів, які були витрачені на його створення. Іншими словами, оцінка вартості підприємства здійснюється на основі затрат, витрачених на його розвиток. Визначення вартості ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» за витратним підходом проведемо за допомогою методу накопичення чистих активів.

Визначення вартості бізнесу базувалося на даних бухгалтерського балансу (табл.2.21).

Розрахунок вартості ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» за витратним методом в 2018-2022 роках, тис.грн.

Показники	на 31.12.2018	на 31.12.2019	на 31.12.2020	на 31.12.2021	на 31.12.2022	Відхи- лення, абс.	Відхи- лення, відн.
Активи	2 028	5 217	5 425	5 748	5 835	3 807	187,68
Зобов'язан- ня	1 767	4 903	5 222	5 481	5 356	3 589	203,06
Вартість підпри- ємства	261	313	203	267	479	218	83,52

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

З 2018 по 2022 рік активи підприємства зросли на 3 807 тис. грн., або 187,68%, що свідчить про значний ріст обсягу витратних ресурсів на розвиток. Зобов'язання також збільшились на 3 589 тис. грн., або 203,06%, що може бути пов'язано зі зростанням витрат та зобов'язань перед кредиторами.

Отже, за витратним методом вартість ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» на кінець 2022 року склала 479 тис.грн., тобто збільшилась за 5 років на 83,52%. Збільшення вартості підприємства свідчить про його стабільний розвиток та здатність генерувати значну вартість на протязі 2018-2022 років. Важливим аспектом є співвідношення між активами та зобов'язаннями. Велике зростання обох показників може вказувати на здатність підприємства залучати ресурси для свого розвитку.

Узагальнимо результати розрахунку вартості ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» за різними методами на рисунку 2.14.

З рисунку 2.14 бачимо, що найменшою вартість підприємства за доходним методом – 37 тис.грн, а найбільшою є вартість за методиками EVA та MVA – 2846 тис.грн., середнє значення вартості підприємства на кінець 2022 року становило 1327 тис.грн.

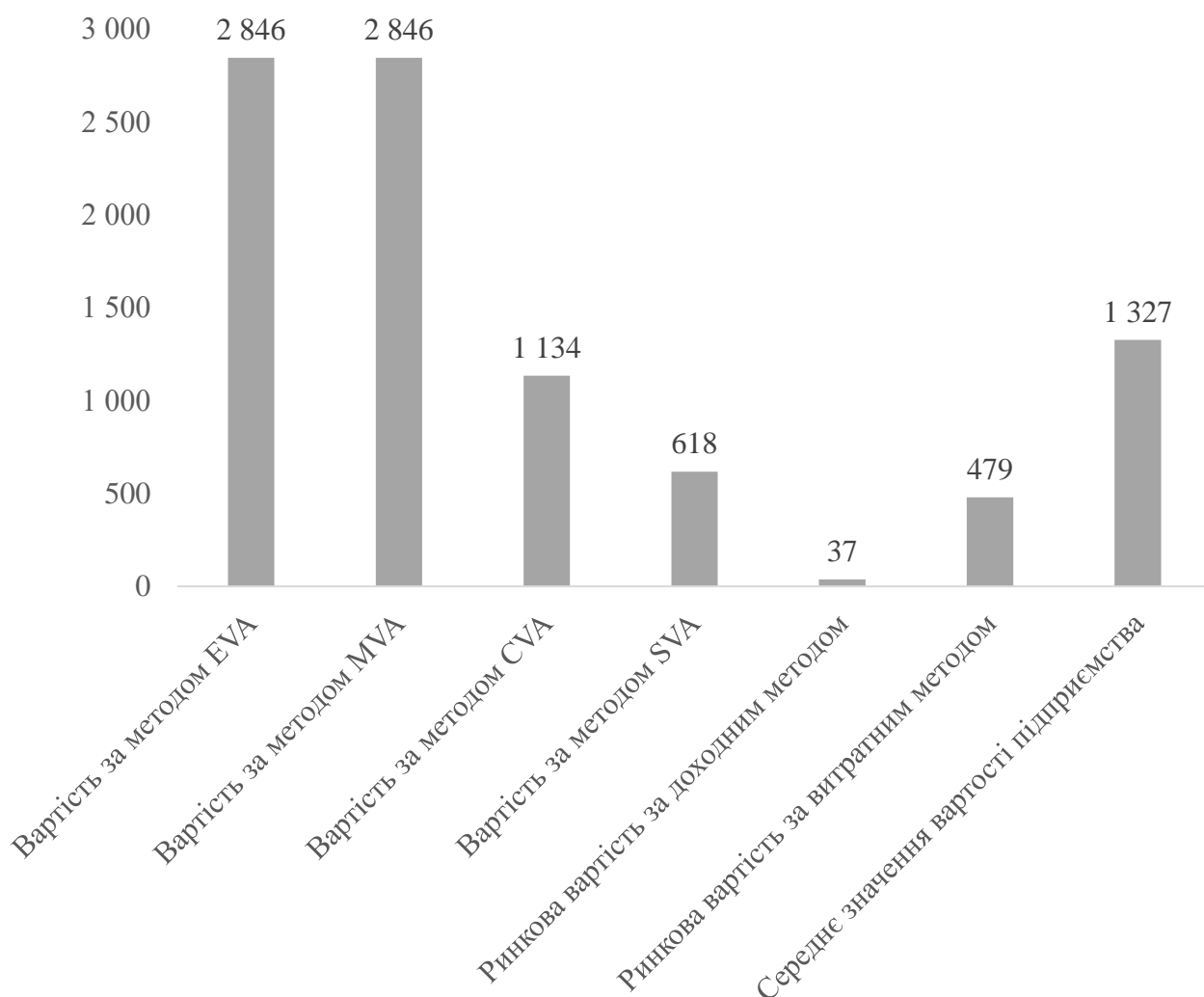


Рис.2.14. Результати оцінювання вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» за різними методами та підходами станом на 31.12.2022 року, тис.грн.

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Отже, для оцінки вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» було проведено аналіз факторів, які впливають на формування вартості підприємства та було виявлено, що на формування вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» вплинули негативні фактори (економічні, політичні, демографічні), тому хоча компанія і збільшувала обсяг доходів, але чистий прибуток в 2022 році відносно 2021 року знизився. Вартість компанії за показником EVA в 2022 році склала 2846 тис.грн., за показником MVA 2846 тис.грн., за показником CVA 1134 тис.грн., за показником SVA 618 тис.грн., за доходним методом вартість склала

37 тис.грн., за витратним методом 479 грн. Середнє значення вартості підприємства на кінець 2022 року складає 1327 тис.грн.

2.3 Аналіз ефективності управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» здійснює її власник, який визначає фінансову та інвестиційну політику підприємства. Цілеспрямованої стратегії управління вартістю на підприємстві немає, але можна зазначити, що власник підприємства прагне до збільшення масштабів діяльності та нарощування активів підприємства (за 5 років активи вирости на 187,68%). Отже, метою управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» є максимізація вартості.

Для визначення ефективності управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» проаналізуємо показники ефективності управління вартістю.

На підприємстві ведеться управлінська звітність, у тому числі складається прогноз руху грошових коштів, прогнозний баланс та звіт про фінансові результати для директора. По закінченню року аналізується виконання планів. Розглянемо виконання плану балансової вартості в 2018-2022 роках (рис.2.15).

В 2020 та 2022 роках план щодо балансової вартості підприємства було недовиконано через те, що підприємство не отримало плановий обсяг доходів. В ці роки на формування вартості сильно вплинули зовнішні фактори, в 2020 році пандемія Ковід-19, через яку було обмежено роботу магазинів на певний період, а також війна в країні, яка почалась в лютому 2022 року та привела до скорочення чисельності населення, зниження їх платоспроможності, обмеженні в роботі торговельних центрів під час ракетних обстрілів.

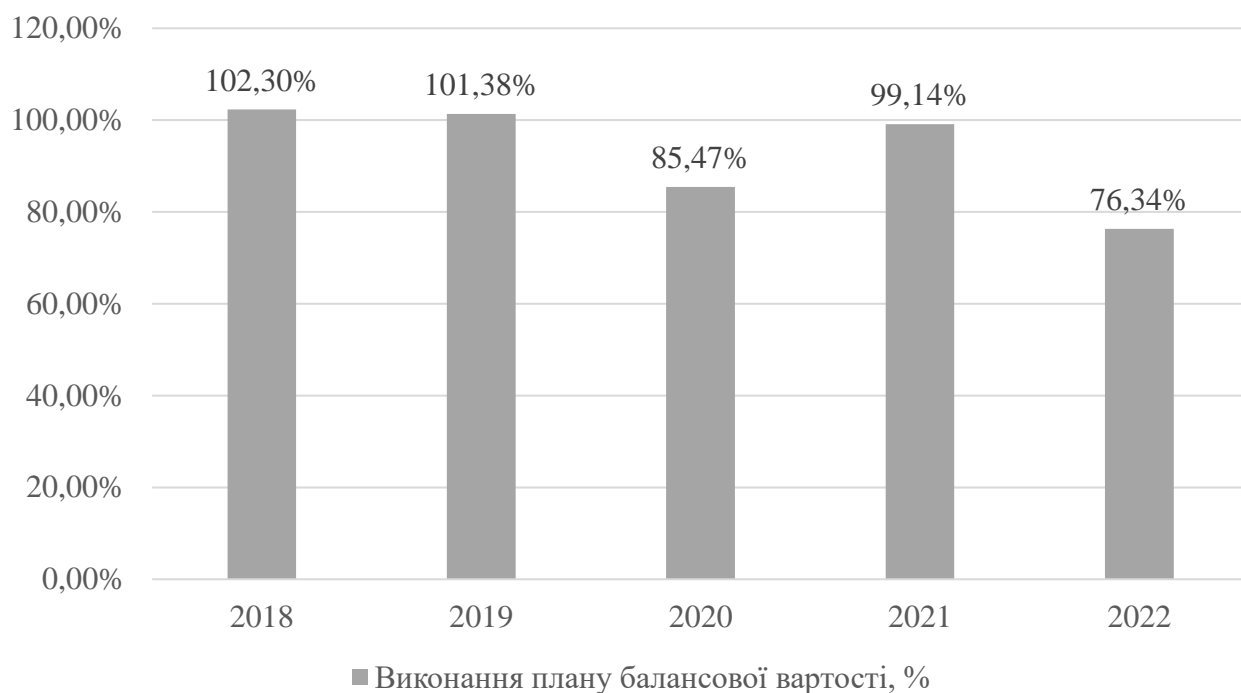


Рис.2.15. Виконання плану балансової вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма», %

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Тож, через негативний вплив зовнішніх факторів ефективність управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2020-2022 роках знизилась.

Показник ROIC (Return on Invested Capital) є важливим інструментом для оцінки ефективності управління вартістю підприємства. ROIC вимірює, як ефективно компанія використовує свій інвестований капітал для генерації прибутку. Вищий показник ROIC може свідчити про ефективне використання капіталу і покращення стійкості підприємства.

Проведемо розрахунок показника ROIC ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках (рис.2.16).

Показник ROIC зменшився за 5 років з 77,27% до 48,6%. Хоча ROIC знизився протягом п'ятирічного періоду з 77,27% в 2018 році до 48,60% в 2022 році, він залишається на високому рівні, свідчачи про ефективне використання капіталу. Зниження ROIC відбулось через зростання вартості капіталу.

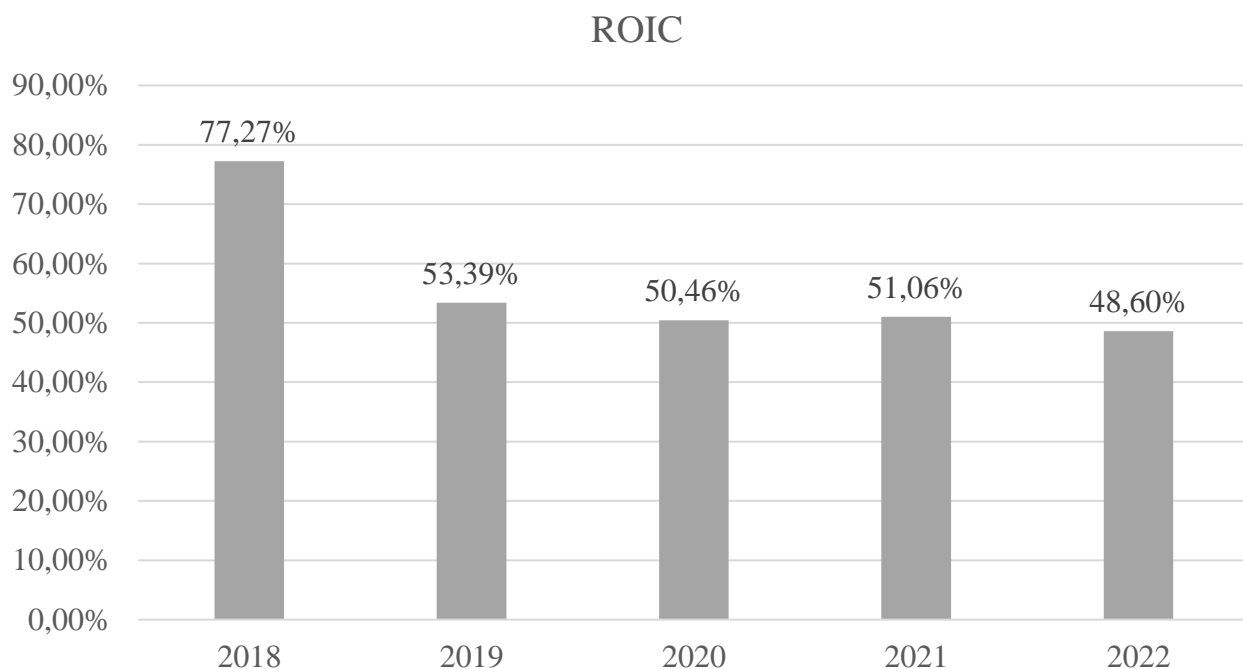


Рис. 2.16. Динаміка показника ROIC ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках, %

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Використаємо показник DRV для оцінки ефективності управління вартістю через керування відношенням боргових та власних ресурсів (рис.2.17).

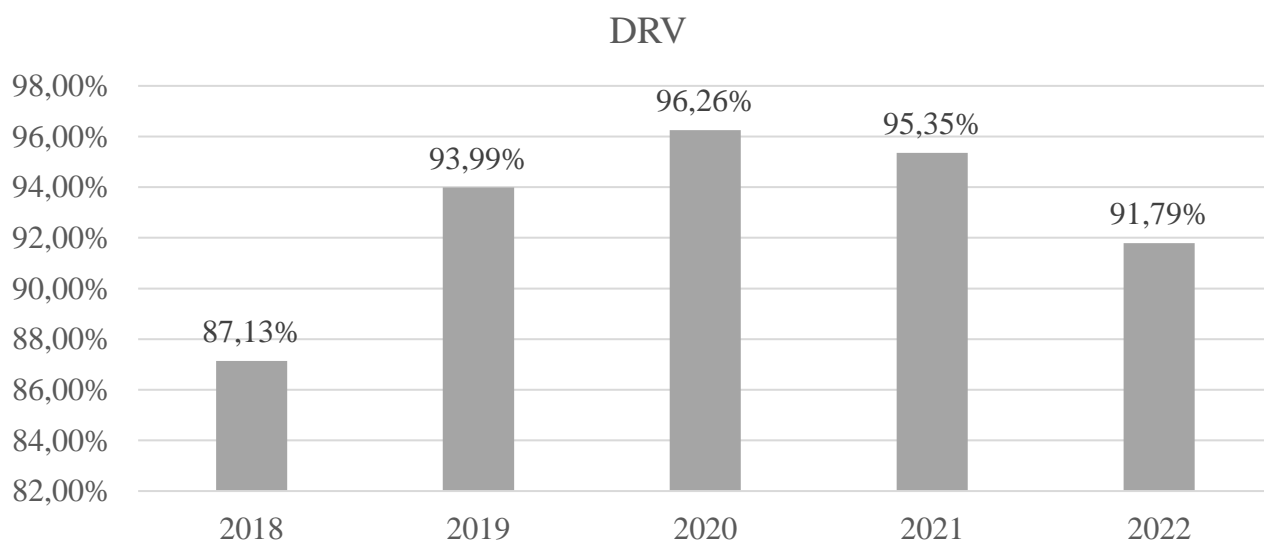


Рис. 2.17. Динаміка показника DRV ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Показник DRV за 5 років виріс з 87,13% до 91,79%. Збільшення DRV може підвищити ризик імпаку фінансових труднощів, оскільки підприємство стає більш залежним від зовнішніх джерел фінансування. Зростання показника вказує на зростання залежності від залучених грошових коштів (кредиторської заборгованості).

Показник ROS вимірює відсоток чистого прибутку компанії від обсягу її продажів. Розрахуємо показник ROS ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках на рисунку 2.18.

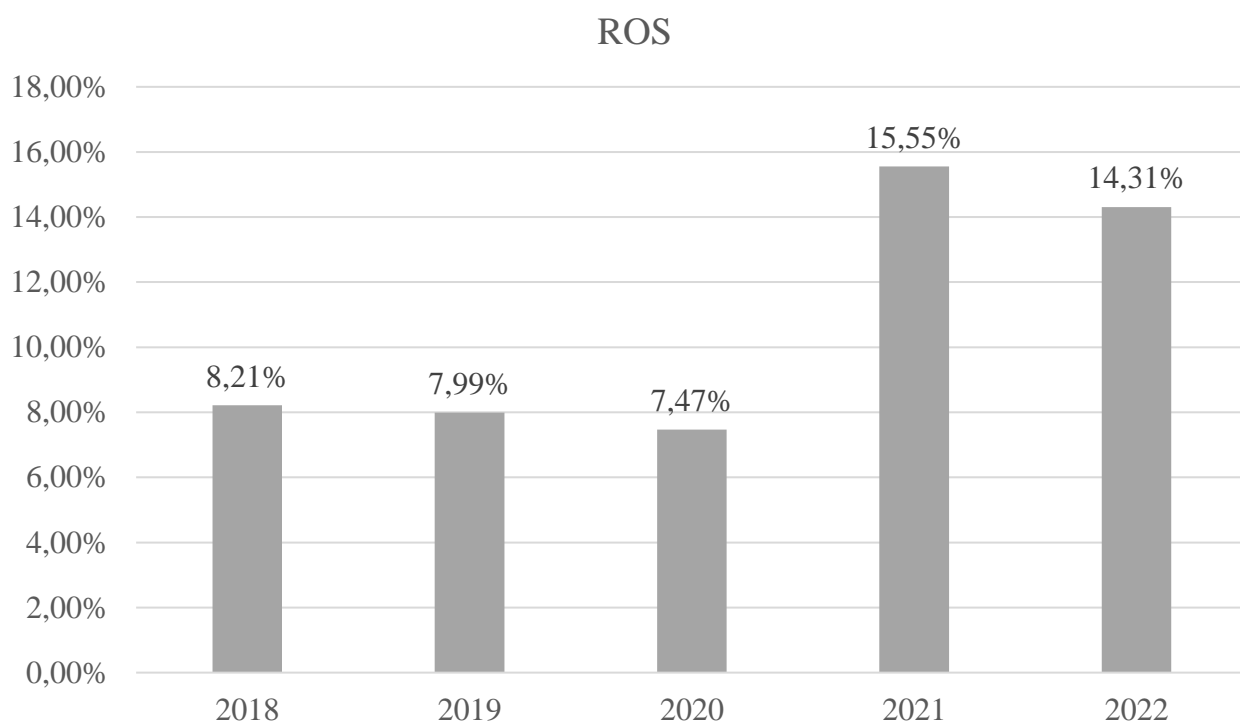


Рис. 2.18. Динаміка показника ROS ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Показник ROS виріс з 8,21% в 2018 році до 14,31% в 2022 році, що свідчить про позитивні тенденції в ефективності управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма». На основі зростання показника ROS можна зробити висновок, що ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» виявляється успішним у досягненні чистого прибутку від своїх операцій та ефективно управляє вартістю для максимізації прибутковості.

CFROI (Cash Flow Return on Investment) – це фінансовий показник, який вимірює відношення чистого грошового потоку від інвестицій до вартості цих інвестицій. Цей показник може бути використаний для оцінки ефективності управління вартістю для оцінки того, як компанія генерує грошові потоки від вкладених коштів.

Розрахуємо показник CFROI ТОВ «Агентство мерчайдаїнгу «Оптіма» в 2018-2022 роках на рисунку 2.19.

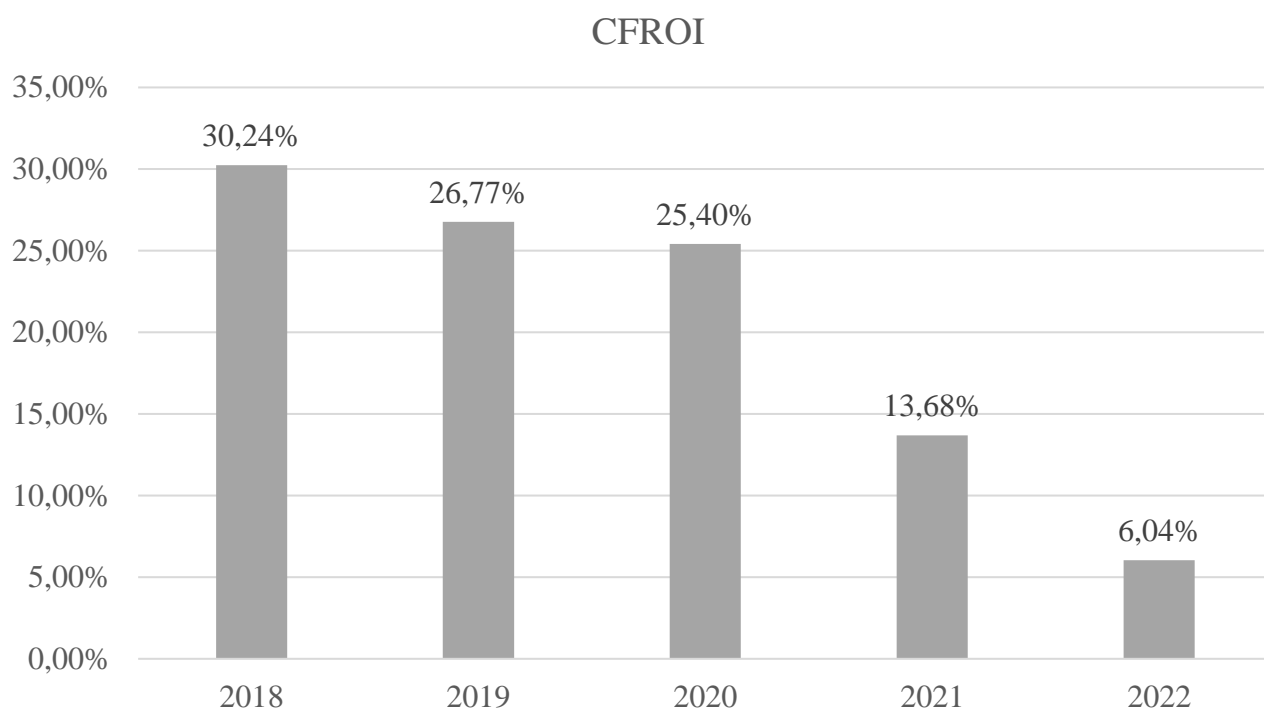


Рис. 2.19. Динаміка показника CFROI ТОВ «Агентство мерчайдаїнгу «Оптіма» в 2018-2022 роках

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїнгу «Оптіма»

Зменшення CFROI від 30,24% в 2018 році до 6,04% в 2022 році вказує на зниження ефективності використання капіталу та генерації грошових потоків від інвестицій. Це спричинене низькою прибутковістю проєктів, зростанням більшості витрат.

Висновки до розділу 2

ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» спеціалізується на послугах з мерчандайзингу. Було проведено аналіз фінансового стану компанії та виявлено, що за 5 років підприємство збільшило свої доходи на 12,54% та чистий прибуток на 252,97%. Продуктивність праці персоналу виросла на за 5 років на 40,65%. Вартість активів підприємства збільшилась за 5 років на 187,68% (3807 тис.грн.). Найбільшу частку в активах займає інша поточна дебіторська заборгованість частка якої склала 55,08% в 2022 році. В структурі пасивів балансу частка кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги виросла займає найбільшу частку та складає 79,71% в 2022 році. Показники ділової активності та фінансової стійкості за 5 років погіршились, проте, підприємство має абсолютну фінансову стійкість, а показники рентабельності за 5 років виросли. Отже, в цілому підприємство здійснює успішну діяльність та ефективно управляє своїми фінансовими ресурсами.

Для оцінки вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» було проведено аналіз факторів, які впливають на формування вартості підприємства та було виявлено, що на формування вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» вплинули негативні фактори (економічні, політичні, демографічні), тому хоча компанія і збільшувала обсяг доходів, але чистий прибуток в 2022 році відносно 2021 року знизився. Показник EVA вказує на те, яку додану вартість підприємство створило після врахування витрат на власний та позиковий капітал. В 2022 році вартість за методом EVA складає 2846 тис.грн. і дана сума є прибутком, який підприємство здобуло після врахування капітальних витрат. Збільшення показника на 76,87% за 5 років свідчить про ефективне використання ресурсів ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» для генерації прибутку. MVA визначає ринкову вартість компанії, враховуючи ринкову ціну її акцій та кількість в обігу. Вартість за методом MVA в 2022 році склала 2846 тис.грн.. Позитивна динаміка MVA свідчить про успішний розвиток та зростання вартості компанії на ринку. CVA показує, яку додану вартість підприємство створило в

грошовому виразі. В 2022 році вартість за методом CVA складає 1134 тис.грн. та є грошовим прибутком підприємства після врахування витрат. Зростання показника відбулось за рахунок збільшення чистого грошового потоку на 127,5% та чистих активів за первісною вартістю на 171,77%. В 2022 році вартість за методом SVA дорівнює 2508 тис.грн. що може вказувати на те, як ефективно підприємство генерує вартість. Позитивна динаміка NOPAT, ефективне використання капіталу та високий рівень зростання SVA свідчать про ефективність стратегії підприємства у створенні вартості. Ринкова вартість за доходним методом дорівнює 37 тис.грн. в 2022 році. Ринкова вартість за витратним методом становить 479 тис.грн. Середнє значення вартості підприємства на кінець 2022 року становило 1327 тис.грн.

Управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» здійснює її власник, який визначає фінансову та інвестиційну політику підприємства. Метою управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» є максимізація вартості. Однак, управління вартістю є інтуїтивним та немає стратегії управління вартістю підприємства. В 2020 та 2022 роках план балансової вартості підприємства було недовиконано через вплив зовнішніх факторів (Ковід-19, початок повномасштабної війни). Показник ROIC зменшився за 5 років з 77,27% до 48,6%, а зниження ROIC відбулось через зростання вартості капіталу. Показник DRV за 5 років виріс з 87,13% до 91,79%. Показник ROS виріс з 8,21% в 2018 році до 14,31% в 2022 році, що свідчить про позитивні тенденції в ефективності управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма». Показник ROS виріс з 8,21% в 2018 році до 14,31% в 2022 році, що свідчить про позитивні тенденції в ефективності управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма». Загалом, можна зазначити, що ефективність управління вартістю підприємства хоча і знизилась в 2022 році, але є високою. Однак, її недоліками є відсутність оцінки вартості підприємства, аналізу впливу факторів на формування вартості, а також стратегії управління вартістю підприємства.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ТОВ «АГЕНТСТВО МЕРЧАНДАЙЗИНГУ «ОПТИМА»

3.1 Шляхи удосконалення управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Під час фінансово-господарської діяльності в умовах забезпечення сталого розвитку та з метою збільшення інвестиційної привабливості багато вітчизняних компаній розглядають необхідність впровадження в систему управління підходу, орієнтованого на вартість, з метою максимізації своєї ринкової вартості у довгостроковій перспективі.

Управління вартістю є аналітичним та управлінським нововведенням, що реалізуються українськими підприємствами, але не інновацією. Цей аспект зумовлений обмеженим поширенням вартісного підходу до управління, що мало використовується вітчизняними підприємствами.

Як управлінське нововведення даної моделі передбачається, що існує зв'язок між стійким зростанням бізнесу та послідовним коригуванням процедур, пов'язаних з розробкою стратегії, стратегічним аналізом, плануванням та бюджетуванням, центрами фінансової відповідальності, системами винагороди персоналу. Завдяки об'єднанню у собі всього попереднього досвіду, що з розвитком концепцій управління, використання вартісного підходу стало відображенням якісного стрибка, зумовленого ідеологією оцінки та прийняттям управлінських рішень.

Менеджмент, займаючись спочатку традиційним аналізом фінансових результатів, згодом зосереджується на довгостроковому прогнозі грошових потоків, безперервному моніторингу випереджальних чинників, які пов'язані з фінансами. Найважливішу мету пов'язують із максимізацією вартості компанії, а головну рису, що відрізняє управління, вбачають у націленості у майбутнє. Управління вартістю є управління майбутнім. Навіть найбільш витончена конструкція, що використовується під час управління вартістю, будується на

концептуальній основі, представленій базовим принципом корпоративних фінансів: визначення вартості компанії будується на її дисконтованих майбутніх грошових потоках.

Процес управління вартістю підприємства полягає у ефективному застосуванні методів впливу на внутрішні та зовнішні фактори, в умовах яких функціонує підприємство з метою підвищення стійкості та забезпечення динамічного розвитку шляхом досягнення зростання вартості підприємства.

Ефективне управління вартість підприємства досягається за дотримання наступних принципів:

- комплексність оцінки. У сучасній практиці розроблено досить велику кількість методів оцінки вартості підприємства, проте застосування лише одного з цих методів дозволяє оцінити лише один із аспектів функціонування підприємства (величину чистих активів, грошового потоку). У зв'язку з цим при оцінці вартості слід застосовувати комплекс загальновідомих методів та моделей, що дозволить не лише дати адекватну оцінку вартості, а й забезпечить керівництво підприємства найбільш повною інформацією про поточний стан та перспективи функціонування;

- орієнтація на результат. Ще до початку здійснення оцінки вартості підприємства має бути конкретизована мета цієї оцінки, а отримані результати повинні бути застосовні на практиці для забезпечення підвищення ефективності функціонування підприємства;

- збалансованість інтересів всіх учасників оцінки. В ефективності функціонування підприємства зацікавлена велика кількість сторін: власники, персонал, інвестори. Відповідно результати оцінки вартості підприємства цікавлять не лише власника, а й учасників зовнішнього та внутрішнього середовища. Так, наприклад, якщо оцінка вартості проводиться з метою надання інформації потенційним інвесторам, то слід звернути увагу на динаміку грошового потоку, який свідчить про величину майбутніх доходів. Увага власників підприємства спрямована на підвищення ринкової вартості акцій.

Податкові органи зацікавлені у максимізації реального прибутку підприємства, від розміру якого залежатиме величина податків, що надходять до бюджету.

Визначимо основні чинники, здатні вплинути зростання вартості підприємства:

1. Час отримання доходів.
2. Обсяги реалізації.
3. Собівартість реалізованої продукції.
4. Співвідношення постійних та змінних витрат.
5. Власні оборотні кошти.
6. Основні засоби.
7. Співвідношення власних та позикових коштів у структурі капіталу підприємства.
8. Вартість залучення капіталу.
9. Ефективні управлінські рішення

Оскільки компанія ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» є товариством та відноситься до малого бізнесу, то управління вартістю може бути тільки в спрощеній формі, так як на підприємстві немає навіть фінансового відділу, а питання управління вартістю регулює директор.

Традиційна система бухгалтерського обліку та фінансової звітності в Україні недостатньо враховує потреби різних зацікавлених осіб у відомостях щодо вартості підприємства та характеристик окремих його компонентів. Тому, важливо формувати якісну управлінську звітність.

Перш за все, пропонуємо створити посаду фінансового менеджера, який би повноцінно займався питанням управлінського обліку, що дозволить підприємству своєчасно бачити слабкі місця (перевищення лімітів по втратах), недовиконання плану доходів та приймати рішення щодо управління витратами чи стимулюванням збуту.

Наведемо удосконалену організаційну структуру управління ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» на рисунку 3.1.

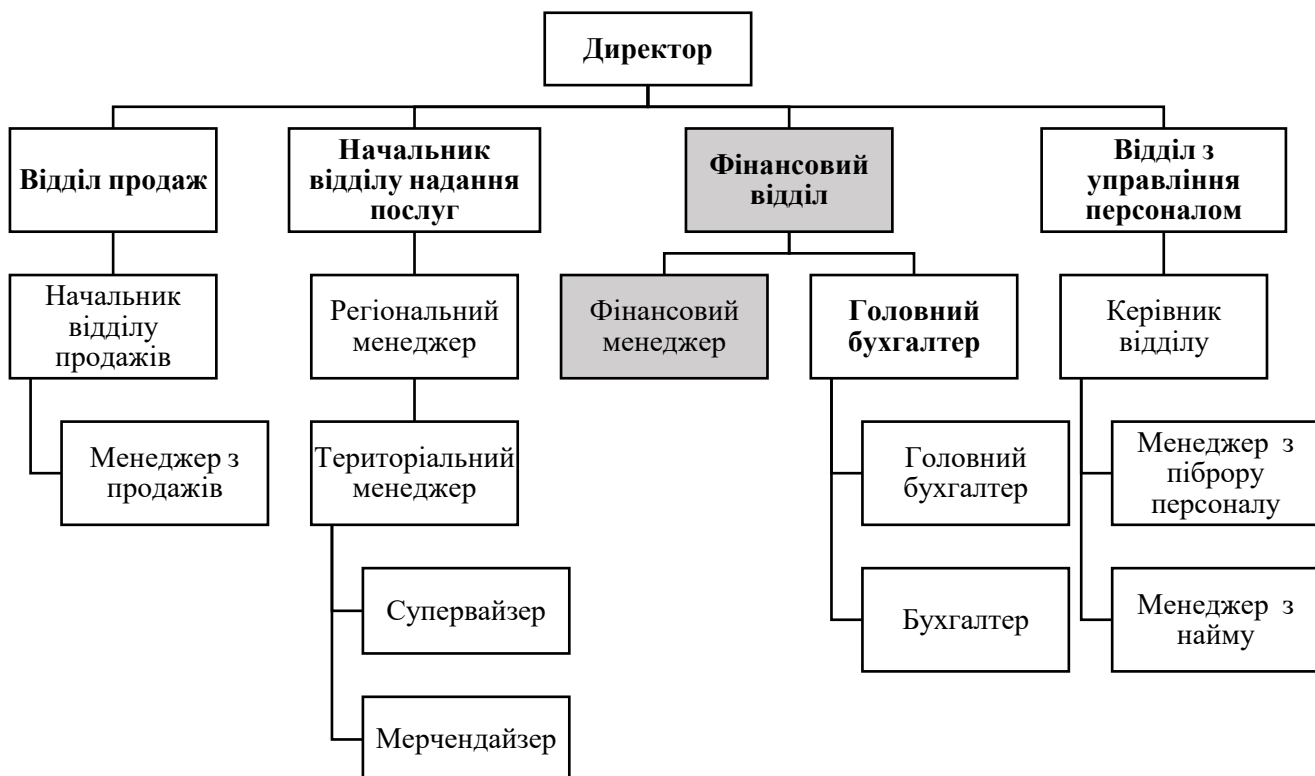


Рис. 3.1. Удосконалена організаційна структура ТОВ «Агентство мерчайдазингу «Оптіма»

Джерело: розроблено автором

Система управлінського обліку, що створюється для підприємства, повинна спиратися на такі центри фінансової відповідальності:

- відділ продаж;
- відділ надання послуг;
- відділ управління персоналом;
- фінансовий відділ.

Запропонована для ТОВ «Агентство мерчайдазингу «Оптіма» система управлінського обліку заснована на двох важливих складових:

- 1) планування;
- 2) аналіз фактичного виконання.

Зазначені два елементи повинні бути у постійній взаємодії один з одним, оскільки планування у звітному періоді здійснюється на основі фактичних результатів, отриманих у періоді, що передує звітному.

У межах організації системи управлінського обліку у сфері послуг пропонуємо використання звітів. Така система міститиме наступні звіти:

- 1) звіт про заявлені обсяги надання послуг (звіт від відділу надання послуг);
- 2) виробничий звіт (звіт про обсяги виконаних послуг);
- 3) зведений звіт щодо виконаних послуг.

Формат подання звітності:

- 1) щомісячний (порівняння фактичного виконання та планових показників);
- 2) щоквартальний (наростаючим підсумком);
- 3) річний звіт.

Інформація для складання звітності надходить від бухгалтерії, відділу продажу, відділу надання послуг.

Запропоновану форму управлінського звіту за заявками наведено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Форма управлінського звіту щодо заявок та контрактів з клієнтами

Послуги	Планові дані		Фактичні дані		% виконання	
	заявки від покупців		виконано послуг		за місяць	наростаючим підсумком
	за місяць	наростаючим підсумком	за місяць	наростаючим підсумком		
1	2	3	4	5	6	7
Всього						

Джерело: розроблено автором

Періодика подання цього звіту – щомісяця, щокварталу. За квартал пропонується застосовувати аналогічну форму звіту, але вказувати у стовпцях 2,

Продовження табл.3.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Дебіторська заборгованість											
Претензії клієнтів:											
- кількість	X						X				
- сума	X						X				
Повернення грошей клієнтам за виконані послуги											
- кількість	X						X				
- сума	X						X				

Джерело: розроблено автором

У звіті задіяно дані від усіх структурних підрозділів. Особливу роль у складанні звіту відіграють фінансовий відділ та відділ продажу. Строки подання управлінської звітності керівництву:

- 1) зведений звіт – не пізніше 31 січня року, наступного за звітним;
- 2) квартальний - не пізніше 10 числа місяця, наступного за звітним кварталом;
- 3) щомісячний – пізніше 5 числа місяця, наступного за звітним.

Для реалізації внесених пропозицій підприємству необхідно зазнати певних витрат, які будуть пов'язані з:

- 1) формалізацією запропонованих процесів;
- 2) внесенням необхідних змін до локальних нормативних актів;
- 3) автоматизацією процесів ведення управлінського обліку;
- 4) проведення навчання персоналу з ведення управлінського обліку;
- 5) інформування персоналу про внесені зміни.

Формалізація процесів ведення управлінського обліку пов'язана з виконанням наступних робіт та утворенням таких витрат:

- 1) розробка облікової політики щодо ведення управлінського обліку у сфері оптової торгівлі;
- 2) узгодження облікової політики щодо ведення управлінського обліку з обліковими політиками у сфері бухгалтерського та податкового обліку;

3) узгодження облікової політики щодо ведення управлінського обліку з фінансовим та податковим менеджментом;

4) узгодження облікової політики щодо ведення управлінського обліку зі стратегією підприємства;

5) розробка положення щодо ведення управлінського обліку.

На цьому етапі реалізації пропозицій можуть знадобитися консультаційні послуги. Роботи щодо внесення необхідних змін до локальних нормативних актів пов'язані з виконанням наступних робіт та утворенням таких витрат:

1) внесення змін до різних наказів;

2) прийняття наказу про облікову політику та положення щодо ведення управлінського обліку;

3) внесення змін до посадових інструкцій працівників, які будуть задіяні у формуванні даних для управлінського обліку;

4) розробка різних регламентів, що з веденням управлінського обліку.

Робота з автоматизації управлінського обліку вимагатиме:

1) оновлення програмного забезпечення для всіх структурних підрозділів та посадових осіб, які будуть задіяні у формуванні бази щодо ведення управлінського обліку;

2) написання спеціальних програм, які акумулюватимуть дані управлінського обліку, та формуватимуть на основі отриманих даних управлінські звіти;

3) налагодження між структурними підрозділами, задіяними у веденні управлінського обліку, локальної мережі, яка б:

– пов'язувала всі робочі місця;

– сприяла передачі даних на єдиний сервер, призначений для зберігання та обробки інформації управлінського обліку.

Складемо бюджет витрат (табл.3.4) на запровадження системи управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма», враховуючи, що підприємство вже має потужний сервер та налагоджену локальну мережу, програму для ведення бухгалтерського обліку, які необхідно допрацювати

(розробити управлінські звіти). Також буде найнято фінансового менеджера, розмір заробітної плати якого складе 23 тис.грн. на місяць.

Таблиця 3.4

Бюджет витрат на запровадження системи управління вартістю ТОВ

«Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Статті витрат	Сума, тис.грн.
Заробітна плата фінансового менеджера за рік	276
Оплата праці програміста за допрацювання автоматичної програми бухгалтерського обліку	100
Всього	376

Джерело: розроблено автором

Розмір витрат на запровадження системи управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» складе 376 тис.грн., з яких 276 тис.грн. постійні витрати, а 100 тис.грн. буде витрачено разово.

3.2 Вибір та обґрунтування напрямів зростання вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Для визначення шляхів збільшення вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» пропонуємо провести оптимізацію витрат, роботу з управлінською заборгованістю, розширення асортименту послуг (для збільшення доходів), підвищення кості надання послуг.

Для розширення асортименту послуг ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» необхідно провести опитування клієнтів компанії для визначення їх потреб у нових послугах. Було проведено опитування клієнтів компанії щодо оцінки наданих компанією послуг з метою визначення їх актуальності для цільової аудиторії, достатності асортименту та популярності конкретних послуг, розглядається питання про те, наскільки сучасні та відповідні є послуги компанії для цільового сегмента, чи належно вигідно представлений асортимент послуг та які саме послуги викликають найбільший попит (рис.3.2).

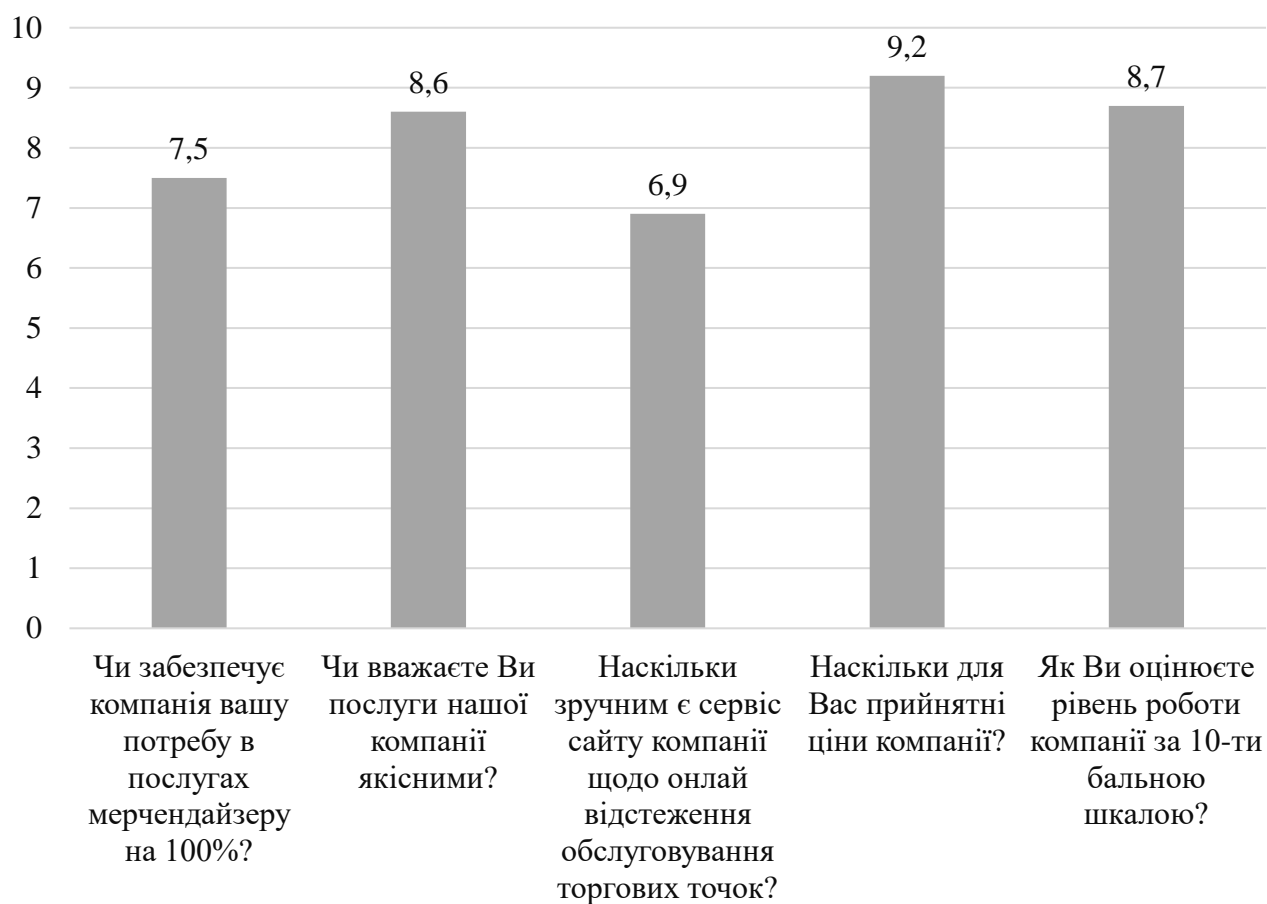


Рис. 3.2. Результати опитування клієнтів ТОВ «Агентство мерчайдизингу «Оптіма»

Джерело: складено за даними опитування

Опитування показало, що клієнти в цілому задоволені ціновою політикою підприємства, вважають надані послуги якісними, але виявилася потреба в удосконаленні веб-сайту компанії для полегшення відстеження замовлень клієнтів. Також можливе розширення асортименту послуг, яке вимагає детальнішого вивчення попиту на додаткові сервіси.

Так як компанія має гарну репутацію, то пропонуємо створити новий напрямок діяльності для підприємства – проведення тренінгів та курсів з різних аспектів мерчандайзингової діяльності. Приватні особи, які надають послуги мерчандайзингу для підприємства без створення ФОП не можуть укласти офіційну угоду з клієнтами, тому їх послугами користуються не завжди і

перевага у великих компаній, тому проводячи такі курси та тренінги компанія не створить для себе конкурентів. Окрім того, під час навчання можна буде визначити найбільш перспективних учнів та запропонувати їм роботу в ТОВ «Агентство мерчайдазингу «Оптіма», що спростить роботу для відділу управління персоналом.

Додаткове опитування показало, що існує попит на послуги з навчання роботі мерчандайзера, оскільки хоча, на перший погляд, робота не складна, але потребує знання безлічі правил, а також на тренінгах учні зможуть отримати практичні поради для спрощення роботи та підвищення її якості.

Для проведення курсів та тренінгів буде залучено працівників відділу управління персоналом, так як вони спеціалізуються на підборі мерчандайзерів та супервайзерів і знають нюанси роботи, а також кращих працівників відділу надання послуг, а згодом буде сформовано професійний склад викладачів. Всього планується створити штат з 6 викладачів, але на перший рік роботи 3. Рівень заробітної плати викладача складатиме 5% від доходу, отриманого від надання послуги з навчання.

За місяць 1 викладач може провести 8 тренінгів або 8 занять з групою учнів. Середня кількість групи учнів складе 20. Вартість 1 заняття (в середньому) складе 1000 грн. Доходи від надання послуг 3 викладачами за рік складуть:

$$20 \text{ учнів} * 1000 \text{ грн.} * 8 \text{ занять} * 3 \text{ викладача} * 12 \text{ місяців} = 5\,760\,000 \text{ грн.}$$

Витрати на оплату праці викладачів складуть:

$$5\,760\,000 * 5\% = 288\,000 \text{ грн.}$$

Витрат на організацію приміщення для проведення занять та чай, каву для учнів складуть 2000 грн. на одне заняття, витрати за рік складуть:

$$2000 \text{ грн.} * 8 \text{ занять} * 12 \text{ місяців} = 192\,000 \text{ грн.}$$

Валовий дохід від ведення курсів та тренінгів складе:

$$5\,760 - 288 - 192 = 5\,280 \text{ тис.грн. за рік.}$$

Розглянемо перспективи оптимізації витрат компанії. Як було виявлено у розділі 2, найбільшу частку в операційних витратах компанії складає собівартість послуг – 84,84%, в свою чергу, собівартість надання послуг на 54,97% складається з матеріальних витрат, які включають утримання приміщення підприємства, організацію роботи сервера, транспортні витрати, витрати на пакувальні матеріали, зразки товарів, POS-матеріали (матеріали для продажу на точці продажу). Перспективним є зниження транспортних витрат, для цього треба ввести контроль транспортних витрат (використання маршрутного листа та видача талонів на паливо для заправки автомобілів). Застосування маршрутних листів дозволить ефективно відслідковувати маршрути руху транспортних засобів, уникати зайвих пробігів та зменшити витрати на паливо. Видача талонів на паливо сприятиме контролю за його використанням, унеможлививлюючи його неконтрольовану витрату та забезпечуючи оптимальне використання ресурсів.

Запровадження контролю транспортних витрат дозволить зменшити собівартість надання послуг на 2%. Окрім того, введення управліського обліку сприятиме дотриманню контролю за витратами підприємства. Розрахуємо економію собівартості надання послуг мерчандазингу:

$$7091 * 2\% = 141,8 \text{ тис.грн.}$$

Визначимо плановий обсяг доходів компанії в наступному році:

$$15\,500 + 5\,760 = 21\,260 \text{ тис.грн.}$$

Визначимо планову собівартість надання послуг в наступному році:

$$12\,899 - 141,8 + 288 + 192 = 13\,238 \text{ тис.грн.}$$

Також врахуємо витрати на запровадження системи управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» у розмірі 376 тис.грн.

Складемо прогноз фінансових результатів ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» на наступний рік в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

**Прогноз фінансових результатів ТОВ «Агентство мерчандайзингу
«Оптіма» на рік (тис.грн)**

Стаття	2022	2024	Відхилення	Відхилення, %
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	15 500	21 260	7 025	49,35
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	12 899	13 238	1 506	12,84
Валовий: прибуток	2 601	8 023	5 519	220,42
Інші операційні доходи	104	104	-77	-42,64
Адміністративні витрати	509	509	224	78,60
Витрати на збут	1 675	1 675	673	67,17
Інші операційні витрати	121	497	395	387,25
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2 705	8 127	6 831	527,02
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2 705	7 934	6 638	512,15
Витрати (дохід) з податку на прибуток	487	1 428	1 195	512,15
Чистий фінансовий результат: прибуток	2 218	6 506	5 443	512,15

Джерело: розроблено автором

Як бачимо з таблиці 3.5, очікується зростання чистого прибутку на 5443 тис.грн. в прогнозному році.

Також, пропонуємо провести заходи з управління дебіторською заборгованістю підприємства, які також стануть частиною управлінського обліку на підприємстві.

Ефективне управління дебіторської заборгованістю включає формування на підприємстві кредитної політики, за допомогою якої підприємство визначає розмір та умови надання товарного кредиту покупцям продукції. Кредитна політика включає такі питання, як термін надання кредиту, оцінка кредитоспроможності покупців, можливість надання знижок, створення резервів за сумнівними боргами і способи стягнення заборгованості.

Проведення роботи з проблемними дебіторами та запровадження контролю дебіторської заборгованості дозволить зменшити частку дебіторської заборгованості. Відношення дебіторської заборгованості до доходів підприємства в 2018-2022 роках відображено на рисунку 3.3.

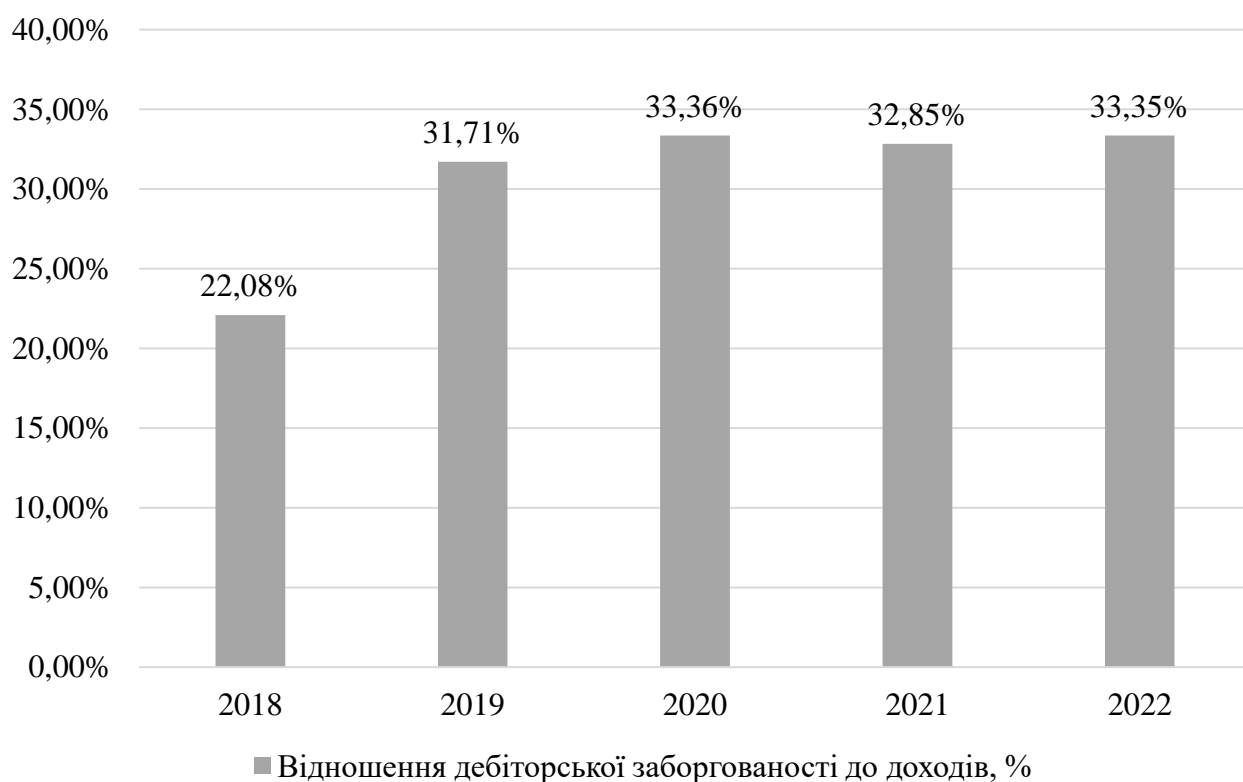


Рис. 3.3. Відношення дебіторської заборгованості до доходів ТОВ «Агентство мерчайдайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках, %

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдайзингу «Оптіма»

В 2022 році відношення дебіторської заборгованості до доходів складало 33,35%, тож заплануємо зниження рівня дебіторської заборгованості до 30% від

доходів підприємства та запровадимо контроль за тим, щоб обсяг заборгованості не перевищував 30% від доходів.

Складемо прогноз балансу ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках в додатку А. Проаналізуємо вплив запропонованих заходів на показники рентабельності, фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності.

Прогноз показників рентабельності наведено на рисунку 3.4.

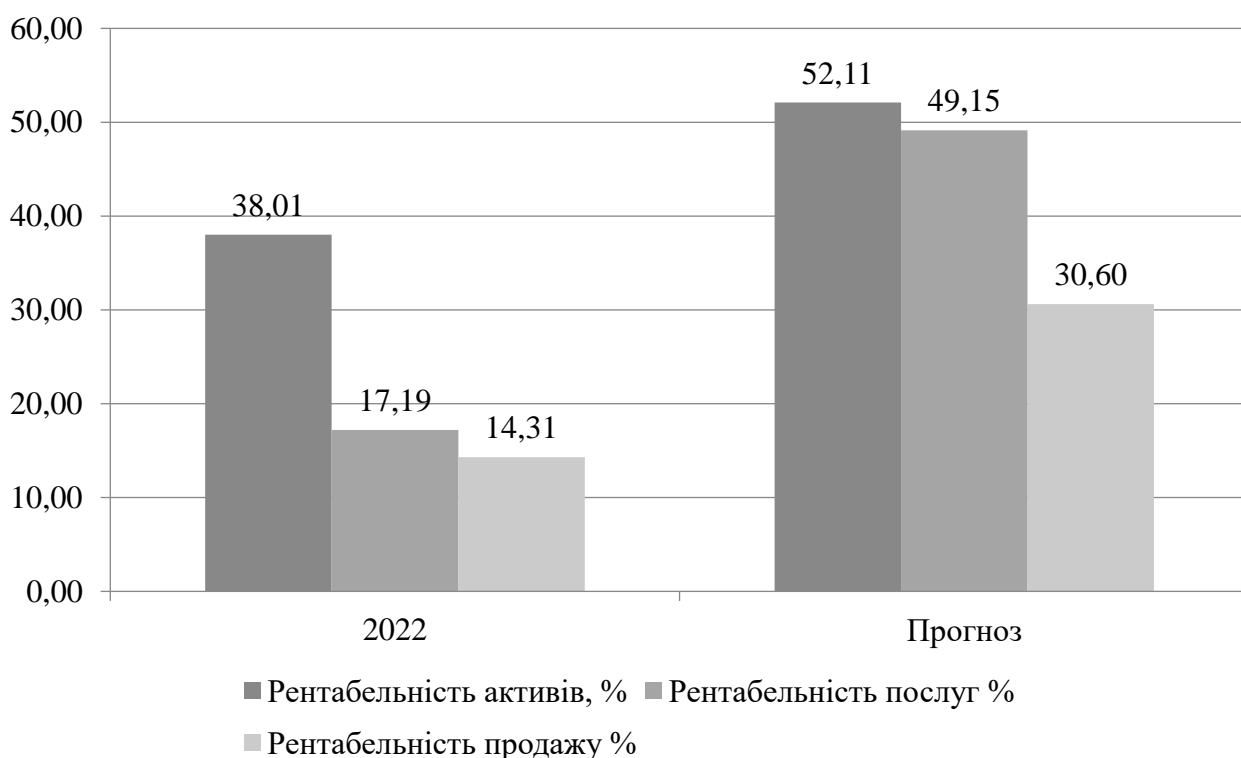


Рис. 3.4. Прогноз показників рентабельності ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»,%

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

З рисунку 3.4 бачимо, що проведення заходів для збільшення вартості підприємства дозволить покращити показники рентабельності. Рентабельність активів зросте з 38,01% до 52,11%, рентабельність послуг зросте з 17,19% до 49,15% та рентабельність продаж зросте з 14,31% до 30,6%.

Складемо прогноз фінансової стійкості ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» в таблиці 3.6.

**Прогноз фінансової стійкості ТОВ «Агентство мерчандайзингу
«Оптіма»**

	Показники	2022	Прогноз
1	Надлишок (+) або нестача (-) власних оборотних коштів	477	4 603
2	Надлишок (+) або нестача (-) власних оборотних коштів і довгострокових джерел формування запасів	477	4 603
3	Надлишок (+) або нестача (-) загальної величини основних джерел формування запасів	5 833	12 484
	Тип фінансової стійкості	абсолютна	

Джерело: розроблено автором

Отже, проведення заходів дозволить компанії мати абсолютну фінансову стійкість.

Складемо прогноз ліквідності ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» на рисунку 3.5.

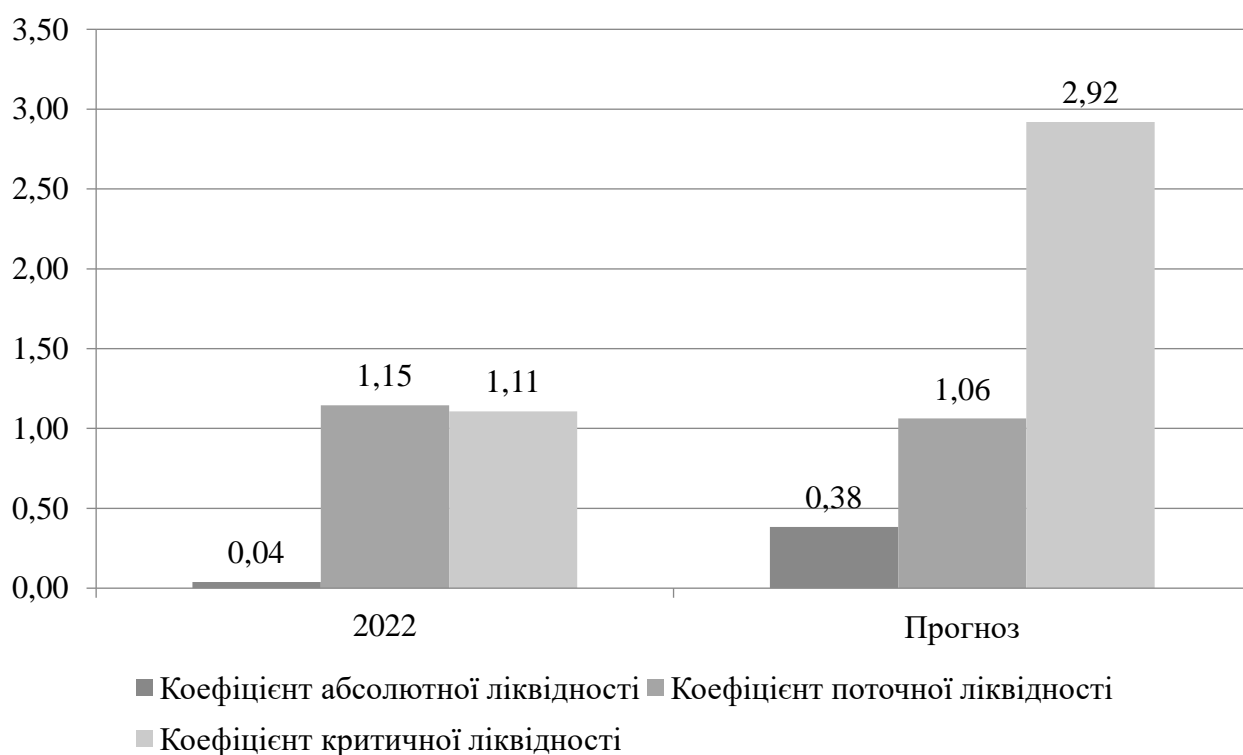


Рис. 3.5. Прогноз показників ліквідності ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Як бачимо, завдяки проведенню запропонованих заходів очікується зростання всіх показників ліквідності, що дозволить досягти стану абсолютної ліквідності.

3.3. Прогнозування вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Складемо прогноз вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» за різними методами.

Розрахуємо економічну додану вартість підприємства (EVA) Проведемо розрахунок показників NOPAT, WACC та ІС, які є складовими показника EVA, прогноз показника NOPAT наведемо в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Прогноз показника NOPAT ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма», тис.грн.

Показники	2022	Прогноз	Відхилення, абс.	Відхилення, відн.
Дохід від операційної діяльності	2 601	8 023	5 422	2,08
Фінансові витрати	0	0	0	-
Витрати на податок на прибуток	235	235	0	0,00
NOPAT	2 836	8 258	5 422	1,91

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»

Зростання показника на 1,91% за років вказує на збільшення операційного прибутку ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма», показник NOPAT прогнозується у розмірі 8258 тис.грн.

Спрогнозуємо показник WACC ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» в 2018-2022 роках в таблиці 3.8.

З таблиці 3.8 бачимо, що прогнозується зростання показника WACC на 7,08% за рахунок збільшення сатки власного капіталу компанії.

Таблиця 3.8

Прогноз показника WACC ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Показники	2022	Прогноз	Відхилення, абс.
Частка ВК	8,21%	36,88%	28,67%
Частка ПК	91,79%	63,12%	-28,67%
Вартість ВК	24,70%	24,70%	0,00%
Вартість ПК	0,00%	0,00%	0,00%
WACC	2,03%	9,11%	7,08%

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Складемо прогноз показника ІС ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» (табл.3.9).

Таблиця 3.9

Прогноз показника ІС ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Показники	2022	Прогноз	Відхилення, абс.	Відхилення, відн.
Необоротні активи	2	1	-1	-0,50
Довгострокові зобов'язання	0	0	0	-
Поточна кредиторська заборгованість	5 158	7 737	2 579	0,50
Інші зобов'язання, на які не нараховуються % за їх використання	306	306	0	0,00
ІС	-5 462	-8 042	-2 580	0,47

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

ІС має негативне значення, оскільки компанія не збільшує обсяг необоротних активів. Після розрахунку показників NOPAT, ІС та WACC спрогнозуємо економічну додану вартість ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» за показником EVA (табл.3.10).

Таблиця 3.10

Прогноз показника EVA ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Показники	2022	Прогноз	Відхилення, абс.	Відхилення, відн.
NOPAT	2 836	8 258	5 422	1,91
ІС	-5 462	-8 042	-2 580	0,47
WACC	2,03%	9,11%	7,08%	
EVA	2 947	8 990	6 044	2,05

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Вартість компанії за показником EVA планується збільшити на 6044 тис.грн. до суми 8990 тис.грн.

Спрогнозуємо ринкову вартість ТОВ «Агентство мерчайдазингу «Оптіма» за показником MVA в таблиці 3.11

Таблиця 3.11

**Прогноз показника MVA ТОВ «Агентство мерчайдазингу «Оптіма»,
тис.грн.**

Показники	2022	Прогноз	Відхилення, абс.	Відхилення, відн.
Ринкова вартість	8 782	21 475	12 694	1,45
Інвестований капітал (власний+позиковий)	5 835	12 485	6 650	1,14
MVA	2 947	8 990	6 044	2,05

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдазингу «Оптіма»

Отже, вартість підприємства за показником MVA складе 8990 тис.грн.

Складемо прогноз показника CVA ТОВ «Агентство мерчайдазингу «Оптіма» (табл.3.12).

Таблиця 3.12

**Прогноз показника CVA ТОВ «Агентство мерчайдазингу «Оптіма»,
тис.грн.**

Показники	2022	Прогноз	Відхилення, абс.	Відхилення, відн.
Чистий грошовий потік до виплати %	1 144	1 144	0	0,00
Чисті активи за первісною вартістю	5 512	5 512	0	0,00
WACC	2,03%	9,11%	7,08%	3,49
CVA	1 033	642	-390	-0,38

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдазингу «Оптіма»

Як бачимо, вартість підприємства за показником CVA зменшиться з 133 тис.грн. до 642 тис.грн. через зростання вартості капіталу в наступному році

Складемо прогноз показника SVA ТОВ «Агентство мерчайдазингу «Оптіма» в 2018-2022 роках (табл.3.13).

**Прогноз показника SVA ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»,
тис.грн.**

Показники	2022	2023	Відхилення, абс.	Відхилення, відн.
NOPAT	2 836	8 258	5 422	1,91
Капітал	5 835	12 485	6 650	1,14
Вартість капіталу	38,01%	52,11%	14,10%	
SVA	618	1 752	1 134	1,84

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Отже, очікується зростання SVA з 618 тис.грн. до 1752 тис.грн.

В розділі 2 було розраховано, що в середньому за 2018-2022 роки чистий грошовий потік зростав на 28,21% за рік та визначено прогноз ставки дисконтування – 45% на 2023-2024 роки.

Спрогнозуємо вартість ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» за доходним методом (табл.3.14).

Таблиця 3.14

**Розрахунок вартості ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» за
доходним методом, тис.грн.**

Показник	2022	Прогноз 2023	Прогноз 2024
Free Cash-Flow	289	291	293
Ставка дисконтування	51,8	45,0	45,0
Коефіцієнт дисконтування	0,03	0,05	0,05
Сумарна теперішня вартість грошових потоків (Entity)	8	15	15
Ринкова вартість	37		

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Отже, за доходним методом вартість ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» складе 37 тис.грн.

Проведемо прогноз вартості ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма» (табл.3.15).

Таблиця 3.15

Розрахунок вартості ТОВ «Агентство мерчдайзингу «Оптіма» за витратним методом, тис.грн.

Показники	на 31.12.2022	Прогноз	Відхилення, абс.	Відхилення, відн.
Активи	5 835	12 485	6 650	113,97
Зобов'язання	5 356	7 881	2 525	47,14
Вартість підприємства	479	4 604	4 125	861,17

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчдайзингу «Оптіма»

Отже, вартість підприємства за витратним методом складе 4604 тис.грн.

Визначимо прогноз вартості підприємства за середнім значенням вартості з урахуванням всіх методик оцінки вартості на рисунку 3.6.

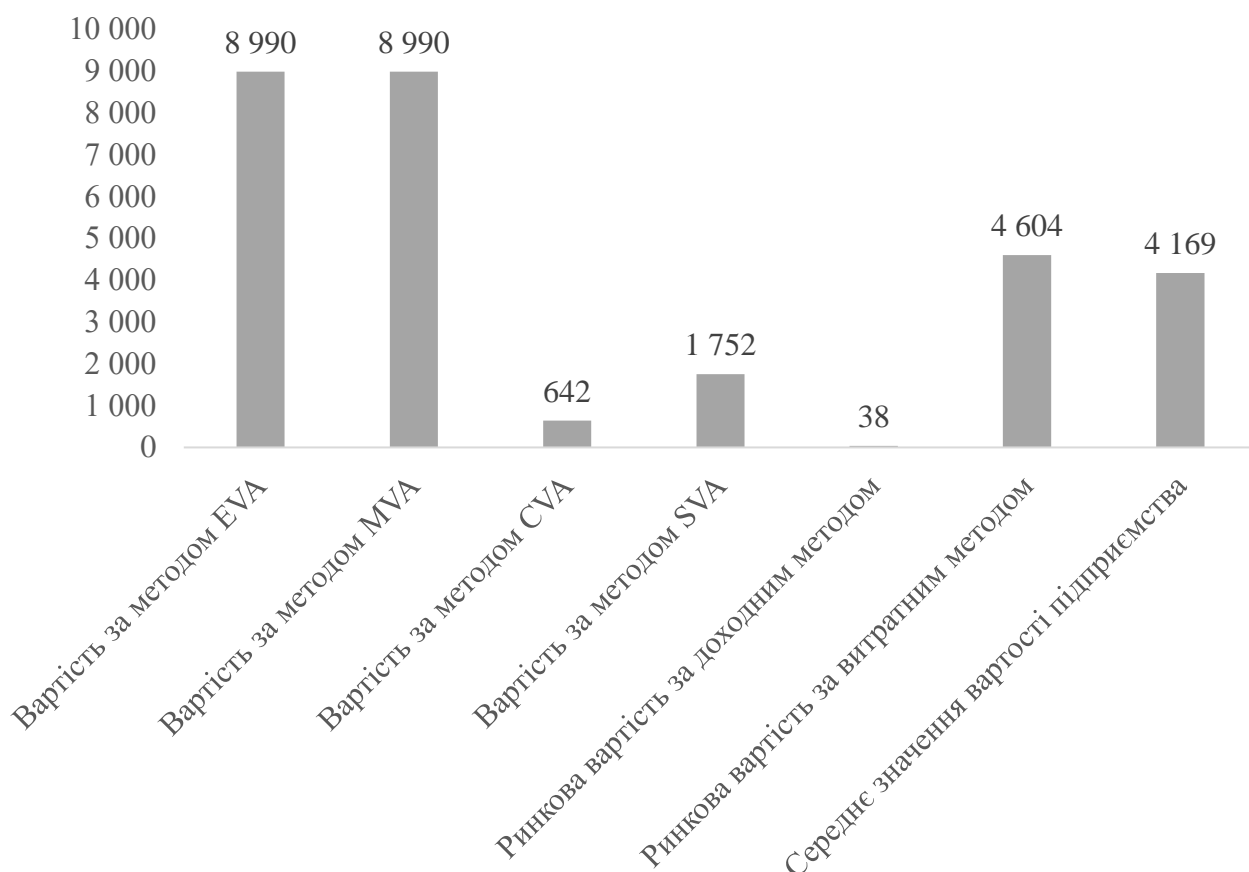


Рис.3.6. Прогноз вартості ТОВ «Агентство мерчдайзингу «Оптіма» за різними методами та підходами, тис.грн.

Джерело: розраховано за даними ТОВ «Агентство мерчдайзингу «Оптіма»

З рисунку 3.6 бачимо, що середнє значення вартості підприємства в наступному році складе 4169 тис.грн., що на 2826 тис.грн. більше, ніж в 2022 році.

Висновки до розділу 3

Оскільки компанія ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» є товариством та відноситься до малого бізнесу, то управління вартістю може бути тільки в спрощеній формі, так як на підприємстві немає навіть фінансового відділу, а питання управління вартістю регулює директор. Для удосконалення управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» було запропоновано найняти фінансового менеджера, покласти на нього ведення управлінського обліку, створити систему управління вартістю, яка буде базуватись на даних бухгалтерського та управлінського обліку. Розмір витрат на запровадження системи управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» складе 376 тис.грн.

Для збільшення вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» було запропоновано провести оптимізацію витрат, роботу з управлінською заборгованістю, розширення асортименту послуг (для збільшення доходів), підвищення кості надання послуг. Було запропоновано створити додаткову послугу навчання мерчандайзингу в форматі курсів та тренінгів. Валовий дохід від надання цих послуг складе 5 280 тис.грн. за рік. Після проведення цих заходів очікується зростання чистого прибутку на 5443 тис.грн. в прогнозному році. Також, запропоновано провести заходи з управління дебіторською заборгованістю підприємства, які також стануть частиною управлінського обліку на підприємстві, які дозволять зменшити рівень дебіторської заборгованості до 30% відносно доходів компанії. Проведення заходів для збільшення вартості підприємства дозволить покращити показники рентабельності, фінансової стійкості та ліквідності. Було зроблено прогноз

вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» за різними методами: за показником EVA вартість підприємства складе 8990 тис.грн., за показником MVA - 8990 тис.грн., за показником CVA - 642 тис.грн., за показником SVA - 642 тис.грн., за доходним методом вартість ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» складе 37 тис.грн., вартість підприємства за витратним методом складе 4604 тис.грн. Середнє значення вартості підприємства в наступному році складе 4169 тис.грн., що на 2826 тис.грн. більше, ніж в 2022 році.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження зроблено наступні висновки:

1. **Було розкрито суть і роль управління вартістю підприємства.**

Вартість підприємства - це комплексний показник, що відображає оцінку економічної цінності підприємства на основі його фінансових показників, майнових активів, потенційних прибутків, конкурентоспроможності, інноваційного потенціалу, ринкових можливостей та інших факторів, враховуючи внутрішні та зовнішні умови, які впливають на його діяльність. Вартість підприємства визначає його економічну стійкість, привабливість для інвесторів, а також можливість генерації прибутку в майбутньому. Управління вартістю підприємства - це процес управління компанією, враховуючи її цінність для власників, який включає в себе визначення вартості компанії, аналіз впливових факторів на цю вартість та заходи для збільшення її. Вартість підприємства формується через взаємодію багатьох чинників, таких як якість управління, рівень конкуренції на ринку, технологічний рівень виробництва, рівень інвестицій та інші. Для збільшення вартості підприємства компанія повинна спрямовувати свої зусилля на поліпшення цих чинників.

2. **Досліджено методичні засади оцінювання вартості підприємства**

Існують різні методи оцінки вартості підприємства, такі як методи DCF, порівняння, ринкової капіталізації, витрат на відновлення та доходний метод. Кожен із цих методів має свої переваги та недоліки, і вибір конкретного методу залежить від ситуації та обставин, особливо враховуючи, що в Україні складно отримати коректну інформацію для проведення частини видів оцінки. Кожен метод взаємодіє та доповнює один одного, тому, використовуючи комплексний підхід до формування вартості підприємства на основі цифрового маркетингу, можна подолати недоліки окремих методів. Цей комплексний підхід в кінцевому підсумку забезпечить отримання достовірних результатів та допоможе ухвалити обґрунтовані управлінські рішення стосовно управління підприємством.

3. Було розглянуто механізм управління вартістю підприємства;

Система фінансового управління вартістю є безперервним циклом, який потребує створення сукупності інститутів (кадрового забезпечення). Без стратегічних і тактичних розробок та їх виконання успішне впровадження та використання системи управління вартістю компанії неможливо. Управління вартістю компанії охоплює різні гілки менеджменту, і кожна з них фокусує увагу на вузьких цілях і завданнях на шляху до максимізації вартості компанії. Алгоритм управління вартістю підприємства включає оцінку поточного стану підприємства виявлення цілей і орієнтирів вартості компанії, постановку стратегічних цілей та складання стратегічної карти, постановку стратегічних завдань, кадрове забезпечення використання механізму управління вартістю, методичне забезпечення механізму керування вартістю, інформаційне забезпечення та здійснення моніторингу досягнення цілей та завдань.

4. Було оцінено фінансово-економічний стан досліджуваного підприємства;

ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» спеціалізується на послугах з мерчандайзингу. Було проведено аналіз фінансового стану компанії та виявлено, що за 5 років підприємство збільшило свої доходи на 12,54% та чистий прибуток на 252,97%. Продуктивність праці персоналу виросла на за 5 років на 40,65%. Вартість активів підприємства збільшилась за 5 років на 187,68% (3807 тис.грн.). Найбільшу частку в активах займає інша поточна дебіторська заборгованість частка якої склала 55,08% в 2022 році. В структурі пасивів балансу частка кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги виросла займає найбільшу частку та складає 79,71% в 2022 році. Показники ділової активності та фінансової стійкості за 5 років погіршились, проте, підприємство має абсолютну фінансову стійкість, а показники рентабельності за 5 років виросли. Отже, в цілому підприємство здійснює успішну діяльність та ефективно управляє своїми фінансовими ресурсами.

5. Виконано оцінку вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма».

Для оцінки вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» було проведено

аналіз факторів, які впливають на формування вартості підприємства та було виявлено, що на формування вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» вплинули негативні фактори (економічні, політичні, демографічні), тому хоча компанія і збільшувала обсяг доходів, але чистий прибуток в 2022 році відносно 2021 року знизився. Показник EVA вказує на те, яку додану вартість підприємство створило після врахування витрат на власний та позиковий капітал. В 2022 році вартість за методом EVA складає 2846 тис.грн. і дана сума є прибутком, який підприємство здобуло після врахування капітальних витрат. Збільшення показника на 76,87% за 5 років свідчить про ефективне використання ресурсів ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» для генерації прибутку. MVA визначає ринкову вартість компанії, враховуючи ринкову ціну її акцій та кількість в обігу. Вартість за методом MVA в 2022 році склала 2846 тис.грн.. Позитивна динаміка MVA свідчить про успішний розвиток та зростання вартості компанії на ринку. CVA показує, яку додану вартість підприємство створило в грошовому виразі. В 2022 році вартість за методом CVA складає 1134 тис.грн. та є грошовим прибутком підприємства після врахування витрат. Зростання показника відбулось за рахунок збільшення чистого грошового потоку на 127,5% та чистих активів за первісною вартістю на 171,77%. В 2022 році вартість за методом SVA дорівнює 2508 тис.грн. що може вказувати на те, як ефективно підприємство генерує вартість. Позитивна динаміка NOPAT, ефективне використання капіталу та високий рівень зростання SVA свідчать про ефективність стратегії підприємства у створенні вартості. Ринкова вартість за доходним методом дорівнює 37 тис.грн. в 2022 році. Ринкова вартість за витратним методом становить 479 тис.грн. Середнє значення вартості підприємства на кінець 2022 року становило 1327 тис.грн.

6. Проведено аналіз ефективності управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма».

Управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» здійснює її власник, який визначає фінансову та інвестиційну політику підприємства. Метою управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» є

максимізація вартості. Однак, управління вартістю є інтуїтивним та немає стратегії управління вартістю підприємства. В 2020 та 2022 роках план балансової вартості підприємства було недовиконано через вплив зовнішніх факторів (Ковід-19, початок повномасштабної війни). Показник ROIC зменшився за 5 років з 77,27% до 48,6%, а зниження ROIC відбулось через зростання вартості капіталу. Показник DRV за 5 років виріс з 87,13% до 91,79%. Показник ROS виріс з 8,21% в 2018 році до 14,31% в 2022 році, що свідчить про позитивні тенденції в ефективності управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма». Показник ROS виріс з 8,21% в 2018 році до 14,31% в 2022 році, що свідчить про позитивні тенденції в ефективності управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма». Загалом, можна зазначити, що ефективність управління вартістю підприємства хоча і знизилась в 2022 році, але є високою. Однак, її недоліками є відсутність оцінки вартості підприємства, аналізу впливу факторів на формування вартості, а також стратегії управління вартістю підприємства.

7. Запропоновано шляхи удосконалення управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма».

Оскільки компанія ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» є товариством та відноситься до малого бізнесу, то управління вартістю може бути тільки в спрощеній формі, так як на підприємстві немає навіть фінансового відділу, а питання управління вартістю регулює директор. Для удосконалення управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» було запропоновано найняти фінансового менеджера, покласти на нього ведення управлінського обліку, створити систему управління вартістю, яка буде базуватись на даних бухгалтерського та управлінського обліку. Розмір витрат на запровадження системи управління вартістю ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» складе 376 тис.грн.

8. **Здійснено вибір та обґрунтування напрямів зростання вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма»**

Для збільшення вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» було запропоновано провести оптимізацію витрат, роботу з управлінською заборгованістю, розширення асортименту послуг (для збільшення доходів), підвищення кості надання послуг. Було запропоновано створити додаткову послугу навчання мерчандайзингу в форматі курсів та тренінгів. Валовий дохід від надання цих послуг складе 5 280 тис.грн. за рік. Після проведення цих заходів очікується зростання чистого прибутку на 5443 тис.грн. в прогнозному році. Також, запропоновано провести заходи з управління дебіторською заборгованістю підприємства, які також стануть частиною управлінського обліку на підприємстві, які дозволять зменшити рівень дебіторської заборгованості до 30% відносно доходів компанії. Проведення заходів для збільшення вартості підприємства дозволить покращити показники рентабельності, фінансової стійкості та ліквідності.

9. **Виконано прогнозування вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма», що дозволило зробити такі висновки:**

Було зроблено прогноз вартості ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» за різними методами: за показником EVA вартість підприємства складе 8990 тис.грн., за показником MVA - 8990 тис.грн., за показником CVA - 642 тис.грн., за показником SVA - 642 тис.грн., за доходним методом вартість ТОВ «Агентство мерчандайзингу «Оптіма» складе 37 тис.грн., вартість підприємства за витратним методом складе 4604 тис.грн. Середнє значення вартості підприємства в наступному році складе 4169 тис.грн., що на 2826 тис.грн. більше, ніж в 2022 році.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про оцінку майна, майнових прав і професійної оцінної діяльності в Україні» від 12.07.01. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2658-14#Text> (дата звернення: 07.09.2023).
2. Постанова Кабмін «Методика оцінки майна» від 10 грудня 2003 р. № 1891. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npras/3680334> (дата звернення: 11.09.2023).
3. Постанова КМУ «Про затвердження Національного стандарту № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав»» від 10.09.2003 № 1440. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2658-14>. (дата звернення: 20.10.2023).
4. Аранчій В.І., Томілін О.О., Дорогань-Писаренко Л.О. Фінансовий менеджмент: навч. посібник. РВВ ПДАУ. 2021. 300 с.
5. Бегун С. Особливості аналізу фінансового стану підприємства в умовах воєнного стану. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2023. № 4. С.36–42.
6. Бегун С. І. Факторний аналіз фінансових результатів діяльності підприємства: статистична оцінка. *Економічний часопис СНУ імені Лесі Українки*. 2020. № 3 (23). С. 168-176.
7. Бурдик О. Ю. Основні принципи управління вартістю автотранспортного підприємства. *Економічні науки*. 2021. № 62. С. 132-136.
8. Вартісно-орієнтоване управління фінансами підприємств : навчальний посібник / Л. А. Костирко та ін. Сєверодонецьк : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2019. 466 с.
9. Варченко О., Герасименко І. Методичні підходи до вартісної оцінки ефекту синергії реструктуризації підприємства. *Економічний аналіз*. 2021. Том 31. № 3. С. 115-124.
10. Вітвіцький В. В. Індикатори продуктивності та конкурентоспроможності аграрних підприємств у системі інтегральної результативності. *Економіка АПК*. 2019. № 6. С. 53-63.

11. Возна М. Міжнародні стандарти оцінки: принципи, стандарти та правила / за ред. О. Драпівського, І. Іванової; пер. з англ. М. Возна. Київ: УКРелс, 2019. 118 с.
12. Давидов О. І. Використання моделей доданої вартості у вартісно-орієнтованому управлінні підприємствами. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2019. Т.1. № 28. С. 336–343.
13. Дзюра М., Які А., Роек Т. Інновація як фактор створення вартості підприємства. *Scientia fructuosa* (Вісник Київського національного торговельно-економічного університету). 2022. № 142(2). С. 48–60.
14. Дмитрук В. О., Максимець Ю. В. Сутність категорії «капітал підприємства» відповідно до сучасних досліджень в цій сфері. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7919> (дата звернення: 10.10.2023).
15. Гордієнко Н.І. теоретичні підходи до оцінки вартості бізнесу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. № 22. С. 126-129.
16. Горячук В. Ф., Шлафман Н. Л., Бондаренко О. В. Оцінка продуктивності підприємства і управління його діяльністю на основі економічної доданої вартості. *Збірник наукових праць ЛОГОΣ*. 2020. С. 90–91.
17. Гринишин О., Ємельянов О. Особливості поділу інноваційних стратегій за характером інноваційної активності підприємств. 2023. № 2. С. 35–37.
18. Єрофєєва Т.А. Підходи до оцінювання вартості бізнесу: проблеми їх використання. *Економічні науки*. 2020. № 1. С. 25-30.
19. Замазій О. Аспекти обліково-аналітичного забезпечення управління ринковою вартістю суб'єктів господарювання. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 2 (02). С. 23-27.
20. Захаркіна Л. С., Салтикова Г. В., Новіков В. М. Теоретико-методологічні засади вартісно-орієнтованого підходу до управління бізнесом. *Бізнес Інформ*. 2021. №7. С. 169–177.

21. Ільчук В. П., Чут М. А., Штирхун Х. І. Механізм вартісно-орієнтованого управління фінансами промислових підприємств. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2020. № 2 (22). С.101-116.
22. Карпова Т. Фінансове забезпечення підприємств у контексті механізму їх ефективного функціонування. *Економічний аналіз*. 2020. Том 30. № 4. С. 132- 139.
23. Карпушенко М. Ю., Ващенко О. М. Особливості оцінки вартості START-UP підприємств. *Економічні науки*. 2020. № 2 (280). С. 59-62.
24. Квілінський О. Інформаційне забезпечення управління розвитком промислового підприємства в умовах інформаційної економіки. *Галицький економічний вісник*. 2019. Т. 57, № 2. С. 72-79.
25. Кириченко Г. В. Основні підходи до оцінювання вартості та можливість їх застосування на підприємствах транспорту. *Менеджмент та підприємництво в Україні*. 2019. № 1. С.14-23.
26. Кононенко Л., & Юрченко О. Фінансовий аналіз як інструмент оптимізації оподаткування підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. (53). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2597/2515> (дата звернення: 27.10.2023).
27. Кононов О. І. Формування комплексної вартості підприємства на основі цифрового маркетингу: міжнародний досвід. *Економічний вісник*. 2022. № 3 (79). С. 79-85.
28. Кононова К. Ю., Калашніков С. К. Використання методів оцінки бізнесу на прикладі ПАТ «Центрэнерго». *Social economics*. 2020. № 6. С. 159-168.
29. Корецька О., Жихарева В. Огляд міжнародних та вітчизняних стандартів оцінки вартості бізнесу в системі правового регулювання оціночної діяльності. *Економіка та суспільство*. 2023. № (48). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2208/2131> (дата звернення: 07.10.2023).

30. Корягін М., Чік М., Любенко А. Ризики у процесі оцінки вартості підприємства. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2022. № 6(41). С. 161–172.

31. Корягін М. В. Бухгалтерський облік у системі управління вартістю підприємства: теоретико-методологічні концепції: монографія. Львів : ЛІКА, 2019. 389 с.

32. Костирко Р. О., Замай О. О. Вартісно-орієнтована звітність як інструмент транспарентності фінансового та управлінського обліку. *Економіка та держава*. 2022. № 5. С. 50–55.

33. Кравченко І. Й. Аналіз національних та міжнародних стандартів обліку фінансових інвестицій. *Ефективна економіка*. 2022. № 4. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=10165> (дата звернення: 29.11.2023).

34. Кремень В.А., Кремень О.І., Кравченко А.В. Теоретичні засади управління капіталом підприємства. *Економіка. Фінанси. Право*. 2020. № 11. С. 19-22.

35. Кремень О.І., Колос В.І., Кремень В.М., Деметович Б.Р. Оптимізація структури капіталу підприємства. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія : Економічні науки. 2022. № 1. С. 190-200.

36. Кривов'язюк І. В., Бурбан О. В. Економічна сутність поняття «вартість підприємства» та детермінанти її зростання. *Економіка та держава*. 2020. № 10. С. 99–104.

37. Кульбач Ю. О. Механізм управління вартістю підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 23. С. 82-86.

38. Куцай Н. С., Демчук В. О. Сутність, задачі та етапи управління фінансовим станом підприємства. *Modern Economics*. 2021. № 25. С. 92-97.

39. Лейфура М. В. Оцінювання вартості компаній на основі моделі Firm DCF: практичні аспекти. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. № 8. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-8-11-01/2023-8-11-01> (дата звернення: 12.11.2023).

40. Лесик Л., Петрушка, Т., Ємельянов, О. *Ринкова вартість як один з індикаторів формування і оцінювання економічного потенціалу підприємств. Логос. Онлайн.* 2020. URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.06.02.html>(дата звернення: 12.11.2023).

41. Маренич Т. Г. Рівні ієрархії справедливої вартості. Основні напрями удосконалення бухгалтерського обліку, аудиту та оподаткування в умовах євроінтеграції : матеріали II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. Харків : Стильна типографія, 2020. С. 43-48.

42. Мозенков О. Проблеми застосування вартісних показників для оцінки діяльності та прогнозування розвитку підприємств з корпоративними правами. *Економіст.* 2021. № 6. С. 54-59.

43. Моїсеєв В.В., Домбровська С.О. Переваги та недоліки вартісно-орієнтованого підходу до управління підприємством. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* 2020. № 40. С. 63-67.

44. Моїсеєв В. В., Іоргачова М. І. Вартість компанії: сутність та особливості визначення. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету.* 2023. № 1-2. С. 120-126.

45. Назаренко О. В., Горшкова Ю. А. Місія фінансового аналізу в процесі оцінки балансу підприємства. *Інвестиції: практика та досвід.* 2021. № 20. С. 25–29.

46. Непочатенко О. О., Пташник С. А. *Фінансовий менеджмент як необхідна складова ефективної системи управління підприємством. Ефективна економіка.* 2021. № 8. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9168> DOI: 10.32702/2307-2105-2021.8.11 (дата звернення: 12.11.2023).

47. Ніколайчук О. А., Зозуля В. А., Кушнірук А. В. Удосконалення управління активами підприємства у контексті зростання ринкової вартості. *Економічні горизонти.* 2022. № 2 (20). С. 12–32.

48. Новіков В. М. Інформаційна транспарентність корпоративних фінансів в системі управління вартістю бізнесу. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління.* 2022. № 1(4). URL:

<https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2022-4-04-03/2022-4-04-03DOI:10.32702/2307-2105-2021.8.11> (дата звернення: 12.11.2023).

49. Однорог М. А., Півторак М. В., Загороднюк О. В. Оцінка вартості бізнесу як елемент формування бізнес-моделей підприємств промисловості та агропромислового комплексу в умовах цифровізації економіки. *Економічний простір*. 2020. № (161). С. 67-72.

50. Основи підприємницької діяльності : підручник / за редакцією д.е.н., проф. В. М. Марченко. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. 515 с.

51. Оцінка вартості бізнесу: методичні рекомендації до самостійної роботи студентів спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» першого (бакалаврського) рівня / уклад. О. П. Полтініна, Є. О. Малишко, В. В. Чернишов. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 50 с.

52. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 29.09.2022).

53. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. *Індекс інфляції в Україні*. URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/index/inflation/> (Дата звернення: 05.10.2023).

54. Панченко А. Вплив війни на оцінку вартості підприємства. *Молодий вчений*. 2023. № 6 (118). 89-93.

55. Плікус І. Антикризове управління бізнесом в цифровій економіці. *Соціальна економіка*. 2021. № (62). С. 88-97.

56. Погребняк А. Ю., Кліщ К. А. Інтеграція наукових підходів до оцінювання управління ефективністю використання виробничого потенціалу підприємства з метою підвищення його економічної безпеки. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. 2023. № 25. С. 49-53.

57. *Проведення оцінки майна та майнових прав*. Вікіпедія. URL: https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B8_%D0%BC%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D0%B0_

%D1%82%D0%B0_%D0%BC%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%85_%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2 (дата звернення: 20.10.2023).

58. Романчишин В. О., Уманців Г. В. Трансформація вартості підприємства в умовах становлення економіки знань. *Економічний вісник університету*. 2019. Вип. 41. С. 57–67.

59. Ромашко О. М., Бариляк В. О. Теоретичні засади формування механізму управління фінансовими ресурсами підприємства. *Бізнес Інформ*. 2019. №5. С. 180–184.

60. Світовий О. М. Важливість застосування категорії «додана вартість» в управлінні підприємством. *Економіка та держава*. 2022. № 5. С. 14–18.

61. Святенко С.В. Оцінка бізнесу як інструмент управління вартістю малого підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. № 6 (23). С.403-409.

62. Синілова О. М. Методологічні засади оцінки вартості підприємств. *Соціальна економіка*. 2020. № 60. С. 128-136.

63. Сороківський В., Редченко К., Бурдик О. Статистичні підходи до оцінювання вартості автотранспортного підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. № (39). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1391/1341> (дата звернення: 17.11.2023).

64. Стащук О. В. Вартісно-орієнтоване управління фінансами підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. № (42). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1645/1582> (дата звернення: 15.11.2023).

65. Стащук О., Жігар Н. Формування та використання прибутку суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану. *Економічний часопис ВНУ імені Лесі Українки*. 2022. № 3 (31). С. 12-17.

66. Танклевська Н.С., Ярмоленко В.В. Управління капіталом промислових підприємств. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2021. № 5 (122). С. 32-39.

67. Терещенко О. О. Фінансовий контролінг : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2018. 408 с.

68. Терлецька В.О. Підходи та методи оцінювання інноваційної компанії. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2021. № 3 (1). С.177-182.

69. Царук В. Ю. Додаткове розкриття облікової інформації як засіб підвищення корпоративної прозорості. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. С. 149–154.

70. Циган Р., Лижова Є. Аналіз підходів та методів оцінки вартості підприємства. *Молодий вчений*. 2020. № 11 (87). С. 209-214.

71. Чуп М.А. Концепція стратегії вартісно-орієнтованого управління підприємством. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 1 (7). С. 114-121.

72. Шашина М. В. Визначення модернізаційного потенціалу регіонального простору на основі динамічних показників доданої вартості за видами економічної діяльності. *Економіка та держава*. 2020. №5. С. 98–102.

73. Шлафман Н.Л., Хумарова Н.І. Теоретичні засади оцінки вартості підприємств в контексті їх капіталізації. *Economic journal Odessa polytechnic university*. 2020. № 3 (13). С. 73-80.

74. Шматковська Т. О., Дзямулич М. І., Стащук О. В. *Особливості моделювання бізнес-процесів в умовах формування цифрової економіки. Економіка та суспільство*. 2021. № 26. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/375/362> (дата звернення: 15.10.2023).

75. Штефан Н. М. Удосконалення методів оцінки вартості промислових підприємств. *Підприємництво та економіка підприємства*. 2021. №3 (75). С. 182-190.

76. Щербань О. Д., Невдачина І. О. Теоретичні аспекти визначення сутності та структури капіталу підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 3. С. 284–289.

77. Bishop M. *Essential Economics*. Economist Books, 2004. P. 167-168.

78. Haspeslagh Ph., Tomo N., Fares B. Managing for Value: It's Not Just About the Numbers. *Harvard Business Review*. 2007. Pp. 65–73.

79. Rappaport A. Ten Ways to Create Shareholder Value. *Harvard Business Review*. 2006. P. 66- 77.

80. Sytnyk H., Vysochyn I, Zhuk T., Olesenko I., Stratiichuk V. Enterprise value management based on the stakeholder approach. *Problems and Perspectives in Management*. 2021. № 19(3). С. 356-372.

Прогноз балансу ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Актив	2022	Прогноз
I. Необоротні активи		
Основні засоби:	2 (тис.грн)	1 (тис.грн)
первісна вартість	7 (тис.грн)	7 (тис.грн)
знос	5 (тис.грн)	6 (тис.грн)
Усього за розділом I	2 (тис.грн)	1 (тис.грн)
II. Оборотні активи		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1 956 (тис.грн)	2 843 (тис.грн)
Дебіторська заборгованість за розрахунками:		
Інша поточна дебіторська заборгованість	3 214 (тис.грн)	3 535 (тис.грн)
Поточні фінансові інвестиції		
Гроші та їх еквіваленти	201 (тис.грн)	5 644(тис.грн)
Інші оборотні активи	462 (тис.грн)	462(тис.грн)
Усього за розділом II	5 833 (тис.грн)	12 484 (тис.грн)
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття		
Баланс	5 835 (тис.грн)	12 485 (тис.грн)
Пасив	2022	Прогноз
I. Власний капітал		
Зареєстрований (пайовий) капітал	100 (тис.грн)	100 (тис.грн)
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	379 (тис.грн)	4 504 (тис.грн)
Усього за розділом I	479 (тис.грн)	4 604 (тис.грн)
Усього за розділом II	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення		
за товари, роботи, послуги	4 651 (тис.грн)	6 977 (тис.грн)
за розрахунками з бюджетом	294 (тис.грн)	441 (тис.грн)
за у тому числі з податку на прибуток	138 (тис.грн)	207 (тис.грн)
за розрахунками зі страхування	30 (тис.грн)	45 (тис.грн)
за розрахунками з оплати праці	75 (тис.грн)	113 (тис.грн)
Інші поточні зобов'язання	306 (тис.грн)	306 (тис.грн)
Усього за розділом III	5 356 (тис.грн)	7 881 (тис.грн)
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття		
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду		
Баланс	5 835 (тис.грн)	12 485 (тис.грн)

Фінансова ТОВ «Агентство мерчайдаїзингу «Оптіма»

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2019 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	4 (тис.грн)	4 (тис.грн)
первісна вартість	1001	5 (тис.грн)	6 (тис.грн)
накопичена амортизація	1002	1 (тис.грн)	2 (тис.грн)
Гудвіл	1050	4 (тис.грн)	4 (тис.грн)
Усього за розділом I	1095	4 (тис.грн)	4 (тис.грн)
II. Оборотні активи			
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	445 (тис.грн)	1 581 (тис.грн)
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 245 (тис.грн)	2 796 (тис.грн)
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	210 (тис.грн)	451 (тис.грн)
Інші оборотні активи	1190	124 (тис.грн)	384 (тис.грн)
Усього за розділом II	1195	2 024 (тис.грн)	5 213 (тис.грн)
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1200		
	1300	2 028 (тис.грн)	5 217 (тис.грн)
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	100 (тис.грн)	100 (тис.грн)
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	161 (тис.грн)	213 (тис.грн)
Усього за розділом I	1495	261 (тис.грн)	313 (тис.грн)
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
за товари, роботи, послуги	1615	1 344 (тис.грн)	4 620 (тис.грн)
за розрахунками з бюджетом	1620	74 (тис.грн)	110 (тис.грн)
за у тому числі з податку на прибуток	1621	74 (тис.грн)	110 (тис.грн)
за розрахунками зі страхування	1625	17 (тис.грн)	8 (тис.грн)
за розрахунками з оплати праці	1630	75 (тис.грн)	3 (тис.грн)
Інші поточні зобов'язання	1690	257 (тис.грн)	161 (тис.грн)
Усього за розділом III	1695	1 767 (тис.грн)	4 903 (тис.грн)

IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800		
Баланс	1900	2 028 (тис.грн)	5 217 (тис.грн)

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2020 р.

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	4 (тис.грн)	3 (тис.грн)
первісна вартість	1001	6 (тис.грн)	6 (тис.грн)
накопичена амортизація	1002	2 (тис.грн)	3 (тис.грн)
Гудвіл	1050	4 (тис.грн)	3 (тис.грн)
Усього за розділом I	1095	4 (тис.грн)	3 (тис.грн)
II. Оборотні активи			
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 581 (тис.грн)	1 809 (тис.грн)
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2 796 (тис.грн)	2 940 (тис.грн)
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	451 (тис.грн)	251 (тис.грн)
Інші оборотні активи	1190	384 (тис.грн)	421 (тис.грн)
Усього за розділом II	1195	5 213 (тис.грн)	5 422 (тис.грн)
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1200		
Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	100 (тис.грн)	100 (тис.грн)
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	213 (тис.грн)	103 (тис.грн)
Усього за розділом I	1495	313 (тис.грн)	203 (тис.грн)
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
за товари, роботи, послуги	1615	4 620 (тис.грн)	4 800 (тис.грн)
за розрахунками з бюджетом	1620	110 (тис.грн)	247 (тис.грн)
за у тому числі з податку на прибуток	1621	110 (тис.грн)	117 (тис.грн)

за розрахунками зі страхування	1625	8 (тис.грн)	26 (тис.грн)
за розрахунками з оплати праці	1630	3 (тис.грн)	42 (тис.грн)
Інші поточні зобов'язання	1690	161 (тис.грн)	106 (тис.грн)
Усього за розділом III	1695	4 903 (тис.грн)	5 222 (тис.грн)
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800		
Баланс	1900	5 217 (тис.грн)	5 425 (тис.грн)

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2021 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	3 (тис.грн)	3 (тис.грн)
первісна вартість	1001	6 (тис.грн)	7 (тис.грн)
накопичена амортизація	1002	3 (тис.грн)	4 (тис.грн)
Гудвіл	1050	3 (тис.грн)	3 (тис.грн)
Усього за розділом I	1095	3 (тис.грн)	3 (тис.грн)
II. Оборотні активи			
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 809 (тис.грн)	1 902 (тис.грн)
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2 940 (тис.грн)	3 126 (тис.грн)
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	251 (тис.грн)	306 (тис.грн)
Інші оборотні активи	1190	421 (тис.грн)	411 (тис.грн)
Усього за розділом II	1195	5 422 (тис.грн)	5 745 (тис.грн)
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	5 425 (тис.грн)	5 748 (тис.грн)
Пасив			
	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	100 (тис.грн)	100 (тис.грн)
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	103 (тис.грн)	167 (тис.грн)
Усього за розділом I	1495	203 (тис.грн)	267 (тис.грн)
Усього за розділом II	1595	0	0

III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
за товари, роботи, послуги	1615	4 800 (тис.грн)	5 016 (тис.грн)
за розрахунками з бюджетом	1620	247 (тис.грн)	270 (тис.грн)
за у тому числі з податку на прибуток	1621	117 (тис.грн)	123 (тис.грн)
за розрахунками зі страхування	1625	26 (тис.грн)	30 (тис.грн)
за розрахунками з оплати праці	1630	42 (тис.грн)	45 (тис.грн)
Інші поточні зобов'язання	1690	106 (тис.грн)	120 (тис.грн)
Усього за розділом III	1695	5 222 (тис.грн)	5 481 (тис.грн)
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800		
Баланс	1900	5 425 (тис.грн)	5 748 (тис.грн)

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2022 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2		
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	3 (тис.грн)	2 (тис.грн)
первісна вартість	1001	7 (тис.грн)	7 (тис.грн)
накопичена амортизація	1002	4 (тис.грн)	5 (тис.грн)
Гудвіл	1050	3 (тис.грн)	2 (тис.грн)
Усього за розділом I	1095	3 (тис.грн)	2 (тис.грн)
II. Оборотні активи			
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 902 (тис.грн)	1 956 (тис.грн)
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 126 (тис.грн)	3 214 (тис.грн)
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	306 (тис.грн)	201 (тис.грн)
Інші оборотні активи	1190	411 (тис.грн)	462 (тис.грн)
Усього за розділом II	1195	5 745 (тис.грн)	5 833 (тис.грн)
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	5 748 (тис.грн)	5 835 (тис.грн)
IV. Пасив			
	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	100 (тис.грн)	100 (тис.грн)

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	167 (тис.грн)	379 (тис.грн)
Усього за розділом I	1495	267 (тис.грн)	479 (тис.грн)
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
за товари, роботи, послуги	1615	5 016 (тис.грн)	4 651 (тис.грн)
за розрахунками з бюджетом	1620	270 (тис.грн)	294 (тис.грн)
за у тому числі з податку на прибуток	1621	123 (тис.грн)	138 (тис.грн)
за розрахунками зі страхування	1625	30 (тис.грн)	30 (тис.грн)
за розрахунками з оплати праці	1630	45 (тис.грн)	75 (тис.грн)
Інші поточні зобов'язання	1690	120 (тис.грн)	306 (тис.грн)
Усього за розділом III	1695	5 481 (тис.грн)	5 356 (тис.грн)
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800		
Баланс	1900	5 748 (тис.грн)	5 835

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за 2019 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	13 803 (тис.грн)	7 653 (тис.грн)
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	11 260 (тис.грн)	6 224 (тис.грн)
Валовий: прибуток	2090	2 543 (тис.грн)	1 429 (тис.грн)
Інші операційні доходи	2120	107 (тис.грн)	94 (тис.грн)
Адміністративні витрати	2130	241 (тис.грн)	151 (тис.грн)
Витрати на збут	2150	981 (тис.грн)	541 (тис.грн)
Інші операційні витрати	2180	84 (тис.грн)	65 (тис.грн)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1 344 (тис.грн)	766 (тис.грн)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	1 344 (тис.грн)	766 (тис.грн)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	242 (тис.грн)	138 (тис.грн)
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1 102 (тис.грн)	628 (тис.грн)
Чистий фінансовий результат: збиток	2355		
II. СУКУПНИЙ ДОХІД			

Матеріальні затрати	2500	6 328 (тис.грн)	1 507 (тис.грн)
Витрати на оплату праці	2505	4 043 (тис.грн)	3 866 (тис.грн)
Відрахування на соціальні заходи	2510	889 (тис.грн)	851 (тис.грн)
Амортизація	2515	3 (тис.грн)	2 (тис.грн)
Інші операційні витрати	2520	1 306 (тис.грн)	757 (тис.грн)
Разом	2550	12 569 (тис.грн)	6 983 (тис.грн)

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за 2020 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	14 235 (тис.грн)	13 803 (тис.грн)
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	11 731 (тис.грн)	11 260 (тис.грн)
Валовий: прибуток	2090	2 504 (тис.грн)	2 543 (тис.грн)
Інші операційні доходи	2120	181 (тис.грн)	107 (тис.грн)
Адміністративні витрати	2130	285 (тис.грн)	241 (тис.грн)
Витрати на збут	2150	1 002 (тис.грн)	981 (тис.грн)
Інші операційні витрати	2180	102 (тис.грн)	84 (тис.грн)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1 296 (тис.грн)	1 344 (тис.грн)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	1 296 (тис.грн)	1 344 (тис.грн)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	233 (тис.грн)	242 (тис.грн)
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1 063 (тис.грн)	1 102 (тис.грн)
Чистий фінансовий результат: збиток	2355		

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Матеріальні затрати	2500	4 751 (тис.грн)	6 328 (тис.грн)
Витрати на оплату праці	2505	5 721 (тис.грн)	4 043 (тис.грн)
Відрахування на соціальні заходи	2510	1 259 (тис.грн)	889 (тис.грн)
Амортизація	2515	4 (тис.грн)	3 (тис.грн)
Інші операційні витрати	2520	1 389 (тис.грн)	1 306 (тис.грн)
Разом	2550	13 124 (тис.грн)	12 569 (тис.грн)

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

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	15 308 (тис.грн)	14 235 (тис.грн)
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	12 608 (тис.грн)	11 731 (тис.грн)
Валовий: прибуток	2090	2 701 (тис.грн)	2 504 (тис.грн)
Інші операційні доходи	2120	203 (тис.грн)	181 (тис.грн)
Адміністративні витрати	2130	451 (тис.грн)	285 (тис.грн)
Витрати на збут	2150	1 841 (тис.грн)	1 002 (тис.грн)
Інші операційні витрати	2180	45 (тис.грн)	102 (тис.грн)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	2 904 (тис.грн)	1 296 (тис.грн)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	2 904 (тис.грн)	1 296 (тис.грн)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	523 (тис.грн)	233 (тис.грн)
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	2 381 (тис.грн)	1 063 (тис.грн)
Чистий фінансовий результат: збиток	2355		

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Матеріальні затрати	2500	6 800 (тис.грн)	4 751 (тис.грн)
Витрати на оплату праці	2505	4 761 (тис.грн)	5 721 (тис.грн)
Відрахування на соціальні заходи	2510	1 047 (тис.грн)	1 259 (тис.грн)
Амортизація	2515	5 (тис.грн)	4 (тис.грн)
Інші операційні витрати	2520	2 337 (тис.грн)	1 389 (тис.грн)
Разом	2550	14 950 (тис.грн)	13 124 (тис.грн)

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2022 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	15 500 (тис.грн)	15 308 (тис.грн)
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	12 899 (тис.грн)	12 608 (тис.грн)
Валовий: прибуток	2090	2 601 (тис.грн)	2 701 (тис.грн)
Інші операційні доходи	2120	104 (тис.грн)	203 (тис.грн)
Адміністративні витрати	2130	509 (тис.грн)	451 (тис.грн)
Витрати на збут	2150	1 675 (тис.грн)	1 841 (тис.грн)

Інші операційні витрати	2180	121 (тис.грн)	45 (тис.грн)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	2 705 (тис.грн)	2 904 (тис.грн)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	2 705 (тис.грн)	2 904 (тис.грн)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	487 (тис.грн)	523 (тис.грн)
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	2 218 (тис.грн)	2 381 (тис.грн)
ІІІ. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Матеріальні затрати	2500	10 149 (тис.грн)	6 800 (тис.грн)
Витрати на оплату праці	2505	2 254 (тис.грн)	4 761 (тис.грн)
Відрахування на соціальні заходи	2510	496 (тис.грн)	1 047 (тис.грн)
Амортизація	2515	0 (тис.грн)	5 (тис.грн)
Інші операційні витрати	2520	2 305 (тис.грн)	2 337 (тис.грн)
Разом	2550	15 204 (тис.грн)	14 950 (тис.грн)



Ім'я користувача:
Кафедра фінансів

Дата перевірки:
01.12.2023 11:03:24 EET

Дата звіту:
01.12.2023 11:04:11 EET

ID перевірки:
1015958097

Тип перевірки:
Doc vs Internet

ID користувача:
100006062

Назва документа: Шемонаєва_О_ФБСС

Кількість сторінок: 89 Кількість слів: 16227 Кількість символів: 121031 Розмір файлу: 738.79 KB ID файлу: 1015635024

6.94% Схожість

Найбільша схожість: 0.87% з Інтернет-джерелом (<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80279>)

6.94% Джерела з Інтернету

1000

Сторінка 91

Пошук збігів з Бібліотекою не проводився

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнено

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнено

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

29