

**ХАРКІВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«НАРОДНА УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЯ»**

**Факультет «Бізнес-управління»
Кафедра економіки та права**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

**«ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
(НА ПРИКЛАДІ ТОВ «УВК–БРАЦЛАВ»)»**

Виконав

студент 2 курсу групи БУ-61
другого (магістерського) рівня
вищої освіти

спеціальність

051- Економіка

освітня програма

«Економіка та управління бізнесом»

Керівник

Зайцев Олександр Сергійович

Обухова Наталія Володимирівна

кандидат технічних наук, доцент

Рецензент

Данько Наталія Іванівна

кандидат економічних наук, доцент

Харків – 2025

Харківський гуманітарний університет
«Народна українська академія»

Факультет «Бізнес-управління»
Кафедра економіки та права
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) другий
(магістерський)
Спеціальність 051– Економіка
Освітня програма «Економіка та управління бізнесом»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри
економіки та права

_____ доц. Лариса ВАСЮРЕНКО
“ 23 ” вересня 2024 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Зайцев Олександр Сергійович
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Шляхи підвищення вартості підприємства (на прикладі ТОВ «УВК–Брацлав»)»

керівник роботи Обухова Наталія Володимірівна, к.т. н., доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджено наказом від «20» вересня 2024 року №61/1

2. Термін подання роботи «27» січня 2025 року

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

1. Теоретичні основи управління вартістю бізнесу як стратегічна ціль фінансового управління: економічна сутність поняття вартості бізнесу та чинники, що на неї впливають; еволюція парадигми управління вартістю підприємства (бізнесу); методичні підходи щодо оцінки вартості підприємства.

2. Аналіз фінансово-економічного стану підприємства та оцінка його вартості: загальна характеристика підприємства та оцінка його майнового стану; діагностика фінансово-економічного стану підприємства; оцінка вартості бізнесу ТОВ «УВК–Брацлав».

3 Рекомендації щодо пошуку шляхів підвищення вартості підприємства: вибір основних напрямків підвищення вартості підприємства; техніко-економічне обґрунтування інноваційного проєкту по розвитку підприємства; економічна ефективність розроблених заходів щодо підвищення вартості підприємства.

4. План виконання роботи

№ п/п	Назви етапів роботи
1	Вибір студентом теми КРМ і подання заяви на кафедру; затвердження тем і призначення наукових керівників; складання і затвердження індивідуальних завдань на виконання КРМ
2	Підготовка вступу і розділу 1 КРМ
3	Підготовка розділу 2 КРМ
4	Підготовка розділу 3 КРМ, висновків і переліку використаних джерел
5	Попередній розгляд КРМ на комісії від кафедри
6	Подання студентом завершеної КРМ науковому керівнику для перевірки на плагіат та оформлення відгуку
7	Доопрацювання роботи, прийняття кафедрою рішення про допуск роботи до захисту в ЕК, оформлення та рецензування
8	Захист КРМ в ЕК і присвоєння випускникам кваліфікації

5. Дата видачі завдання «23» вересня 2024р.

Студент

_____ (підпис)

Олександр Зайцев

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Наталія Обухова

(прізвище та ініціали)

ANNOTATION

Zaitsev Oleksandr

Ways to increase the value of an enterprise
(using the example of UVK-Bratslav LLC)

Quantitative characteristics of the work: volume: 100 pages, tables: 16; fig.: 13; list of used sources: 146 on 12 pages, appendices – 9.

Topicality. Enterprise value management is a key element of modern business, aimed at increasing competitiveness, ensuring the sustainability and growth of the country's economy. In Ukraine, this issue is of particular importance due to the need for enterprises to adapt to the conditions of a market economy, globalization and integration into world economic processes. Increasing the value of an enterprise is the best evidence of management efficiency and an indicator of its investment attractiveness.

A brief overview of the content. The first chapter describes approaches to the definition of «business value»; the stages of evolution of the business value management paradigm, methodological approaches to assessing the value of the enterprise are investigated. The business value management paradigm has been further developed in terms of systematizing the six stages of its development: traditional, with an emphasis on strategic management, with a focus on creating shareholder value, with an orientation towards creating value in the interests of stakeholders, the stage of digitalization and innovative technologies, with an orientation towards sustainable development and social responsibility of business. In the second section, an analysis of the financial condition of the enterprise and an assessment of its value are performed. In the third section, recommendations are developed for increasing the value of the enterprise, and a feasibility study of an innovative project to increase the value is performed.

The reality of the proposals. The results of the study can be used in the practical activities of domestic industrial enterprises to increase the efficiency of their cost management.

Approbation of research results. Key provisions were made public in 2 theses of the reports: 1. Ways to improve the business structure 2. The impact of cybercrime on modern business.

Keywords: business value, valuation methods, analysis, valuation, innovative project, laser welding automation, capitalization.

АНОТАЦІЯ

Зайцев Олександр

Шляхи підвищення вартості підприємства
(на прикладі ТОВ «УВК–Брацлав»)

Кількісна характеристика роботи: обсяг: 100 стор., таблиць: 16; рис.: 13.; список використаних джерел: 146 на 12 стор.; додатки – 9.

Актуальність. Управління вартістю підприємства є ключовим елементом сучасного бізнесу, що спрямований на підвищення конкурентоспроможності, забезпечення стійкості та зростання економіки країни. В Україні це питання набуває особливого значення через необхідність адаптації підприємств до умов ринкової економіки, глобалізації та інтеграції у світові економічні процеси. Підвищення вартості підприємства є найкращим доказом ефективності управління та показником його інвестиційної привабливості.

Короткий огляд змісту. В першому розділі розкрито поняття «вартість бізнесу»; досліджено етапи еволюції парадигми управління вартістю бізнесу, методичні підходи щодо оцінки вартості підприємства. Отримала подальший розвиток парадигма управління вартістю бізнесу в частині систематизації шести етапів її розвитку: традиційний, з акцентом на стратегічне управління, з фокусом на створення акціонерної вартості, з орієнтацією на створення вартості в інтересах стейкхолдерів, етап цифровізації та інноваційних технологій, з орієнтацією на стійкий розвиток та соціальну відповідальність бізнесу. В другому розділі виконано аналіз фінансового стану підприємства та оцінку його вартості. В третьому розділі розроблено рекомендації щодо підвищення вартості підприємства, виконано техніко-економічне обґрунтування інноваційного проекту по підвищенню вартості.

Реальність пропозицій. Результати дослідження можуть бути використані у практичній діяльності вітчизняних промислових підприємств для підвищення ефективності управління їх вартістю.

Апробація результатів дослідження. Ключові положення було оприлюднено у 2-х тезах доповідей: 1. Шляхи підвищення бізнес-структури 2. Вплив кіберзлочинності на сучасний бізнес.

Ключові слова: вартість бізнесу, методи оцінки, аналіз, оцінка вартості, інноваційний проект, автоматизація лазерного зварювання, капіталізація.

ЗМІСТ

Вступ.....	7
1. Теоретичні основи управління вартістю бізнесу як стратегічна ціль фінансового управління.....	10
1.1. Економічна сутність поняття вартості бізнесу та чинники, що на неї впливають.....	10
1.2. Еволюція парадигми управління вартістю підприємства (бізнесу)...	17
1.3. Методичні підходи щодо оцінки вартості підприємства.....	22
2. Аналіз фінансово-економічного стану підприємства та оцінка його вартості.....	30
2.1. Загальна характеристика підприємства та оцінка його майнового стану	30
2.2. Діагностика фінансово-економічного стану підприємства.....	35
2.3. Оцінка вартості бізнесу ТОВ «УВК–Брацлав».....	48
3. Рекомендації щодо пошуку шляхів підвищення вартості підприємства.....	58
3.1. Вибір основних напрямків підвищення вартості підприємства.....	58
3.2. Техніко-економічне обґрунтування інноваційного проєкту по розвитку підприємства.....	74
3.3. Економічна ефективність розроблених заходів щодо підвищення вартості підприємства.....	80
Висновки.....	85
Список літературних джерел.....	89
Додатки.....	101

ВСТУП

Управління вартістю підприємства (Value-Based Management, VBM) є ключовим елементом сучасного бізнесу, що спрямований на підвищення конкурентоспроможності, забезпечення стійкості та зростання економіки країни. В Україні це питання набуває особливого значення через необхідність адаптації підприємств до умов ринкової економіки, глобалізації та інтеграції у світові економічні процеси.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що підвищення вартості підприємства (бізнесу) та оптимізація його фінансових потоків є найкращим доказом ефективності управління та показником його інвестиційної привабливості. В зв'язку з цим тема дослідження, присвячена пошуку шляхів підвищення ринкової вартості підприємства є нагальною для вітчизняних суб'єктів господарювання. Практичне значення пошуку шляхів підвищення вартості обумовлена тим, що використання принципів VBM дозволяє підприємствам стимулювати інвестиційну привабливість, сформувати позитивний імідж на глобальному ринку, підвищити конкурентоспроможність, оптимізувати свої ресурси, збільшити надходження до бюджету, підвищити конкурентоспроможність. На рівні національної економіки впровадження в господарську практику основних ідей концепції VBM дозволяє:

- збільшити надходження до бюджету. Завдяки зростанню ефективності бізнесу, підприємства генерують більше прибутку, що забезпечує збільшення податкових надходжень. Це є важливим для підтримки соціально-економічних програм в Україні;

- стабілізувати економіку. Стійке зростання підприємств, засноване на управлінні вартістю, створює передумови для стабільності національної економіки, знижує залежність від зовнішніх економічних коливань і ризиків;

- забезпечити стійкий розвиток економіки. Орієнтація на довгострокову вартість стимулює впровадження принципів екологічної та соціальної

відповідальності. Це сприяє формуванню позитивного іміджу України як країни з високими стандартами бізнесу.

Мета дослідження полягає у пошуку шляхів та розробці рекомендацій щодо підвищення вартості підприємства.

Для досягнення мети, в роботі вирішуються такі завдання:

- дослідити теоретичні аспекти максимізації вартості підприємства (бізнесу);
- виконати аналіз фінансово-економічного стану підприємства та оцінити його вартість;
- розробити рекомендації щодо підвищення вартості підприємства.

Об'єкт дослідження – процес управління вартістю підприємства.

Предмет дослідження – система підходів та методів оцінки вартості підприємства.

Теоретичним підґрунтям досліджень послужили роботи західних дослідників та практиків бізнесу, таких як: Арнольд Дж.[1], Бранденбург А. [2], Брейлі Р. [3], Берк Дж. [4], Дамодаран А. [5–6,33], Коупленд Т. [7], Коллер Т. [7], Муррін Дж. [7], Фама Ю. [8], Фернандес П. [9], Фішер П. [10], Хитчер Дж. [11–12], Дженсен М. [13], Каплан Р. [14], Нортон Д. [14], Коллер Т. [15], Мертон Р. [16], Мартин Дж. [49], Пратт М. [17], Раппопорт А. [18], Рейли Р. [19], Стюарт Дж. [20], Тіроль Дж. [21], Янг С.[22].

Управління вартістю суб'єктів господарювання є центром уваги вітчизняних вчених, серед яких слід відмітити праці Андрущенко О. [23], Бланка І. [24], Брізецької О. [25], Брюховецької Н. [26], Булеєвої І. [27], Вороніна А. [28], Васюренко О. [29], Гейця В. [30], Гриценко А. [30], Герасимчука В. [31], Давиденко Ю. [31], Гопко Н. [32], Дубицького Д. [34], Журавльової І. [35], Загорської В. [36], Зінкевич О. [37], Зубенко А. [38], Лахші Д. [39], Левчак І. [40], Кириченко Г. [41], Козоріза М. [42], Козак Ю. [43], Колоса І. [44], Котової М. [45], Костирко Р. [46], Лапішко М. [47], Лепи Р. [48], Мендрул О. [50], Міокави Г. [51], Момот Т. [52–53], Мних Є. [54], Онікієнко В. [55], Подерьогіна А. [56], Полтініної О. [57], Ралко О.

[58], Ткаченко О. [59], Федоніна О. [60], Хаустової В. [61–62], Цибульської Е. [63], Чубук Л. [64], Чумаченко М. [65–66], Шевчук В. [67], Швець В. [68], Яшкіна Н. [69].

Інформаційною базою дослідження послужила фінансова звітність ТОВ «Українська вагова компанія – Брацлав» (ТОВ «УВК–Брацлав») за 2022–2024 рр.

Методи дослідження – аналіз, синтез, опис, систематизація, узагальнення, економічний аналіз, інвестиційний аналіз, метод опційного ціноутворення.

Наукова новизна дослідження – отримала подальший розвиток парадигма управління вартістю бізнесу в частині систематизації шести етапів її розвитку: традиційний, з акцентом на стратегічне управління, з фокусом на створення акціонерної вартості, з орієнтацією на створення вартості в інтересах стейкхолдерів, етап цифровізації та інноваційних технологій, з орієнтацією на стійкий розвиток та соціальну відповідальність бізнесу.

Практичне значення отриманих результатів – розроблені рекомендації щодо підвищення вартості підприємства мають практичну цінність для ТОВ «УВК–Брацлав». Результати дослідження можуть бути використані у практичній діяльності вітчизняних промислових підприємств для підвищення ефективності управління їх вартістю та будуть впроваджені у практичну діяльність ТОВ «УВК–Брацлав» у 2025–2026 рр. (довідка про впровадження додається).

Особистий внесок магістра. Робота є самостійно виконаним науковим дослідженням з використанням вітчизняного та зарубіжного досвіду по темі управління вартістю підприємства.

Результати дослідження апробовано на II Міжнародній науково-практичній конференції «Наука та освіта в умовах воєнного часу», що проходила на базі Європейського дослідницького центру Research Europe» (м. Дніпро, 18 грудня жовтня 2024 р.) [70] та на XVII міжвузівській науковій конференції молодих вчених кафедри економіки та права «Управління як чинник економічної рівноваги», яка проводиться на базі Харківського гуманітарного університету «Народна українська академія» [71].

1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ БІЗНЕСУ ЯК СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ

1.1 Економічна сутність поняття вартості бізнесу та чинники, що на неї впливають

Вартість бізнесу є важливим індикатором його фінансової стабільності, конкурентоспроможності, здатності генерувати доходи та створювати додаткову вартість для акціонерів, інвесторів та інших зацікавлених сторін. Поняття вартості бізнесу є одним із важливіших понять в оціночній діяльності, а також в теорії та практиці стратегічного управління компаніями. В табл.

Ось визначення поняття «вартість бізнесу», які надавали різні дослідники:

– Раппапорт А.: вартість бізнесу – це оцінка вартості майбутніх грошових потоків, які підприємство генерує для своїх власників, з урахуванням ризиків, пов'язаних з їх отриманням, і часу, необхідного для їхнього надходження [18];

– Дамодаран М.: вартість бізнесу – це поточна вартість очікуваних майбутніх грошових потоків, дисконтованих за ставкою, що відображає ризик і часову вартість грошей [5];

Брейлі Р. та Майерс С.: вартість бізнесу – це ринкова ціна, яку готовий заплатити потенційний покупець, ґрунтуючись на оцінці активів, прибутків і перспектив підприємства [3];

– Коупленд Т., Колер Т. та Мурін Дж.: вартість бізнесу – це сума, яку можна отримати за компанію на конкурентному ринку, якщо її продати. Ця сума визначається доходністю бізнесу, його стійкістю до ризиків і економічним контекстом [7];

– Дженсен М.: вартість бізнесу – це показник ефективності використання ресурсів компанії для максимізації добробуту її акціонерів через ринкову капіталізацію [13];

– Фама Ю. : вартість бізнесу – це оцінка, яка формується в результаті взаємодії на ефективному ринку, де всі доступні інформаційні ресурси враховані [72];

Фішер І.: вартість активу (бізнесу) – це поточна вартість його очікуваного потоку доходів, дисконтованого за відповідною відсотковою ставкою [10].

Окрім окремих дослідників визначення вартості бізнесу відображено в Національних та міжнародних стандартах оцінки, зокрема Європейських стандартах оцінки (EVS) [73], міжнародних стандартах оцінки (IVS) [74], в міжнародних стандартах фінансової звітності IFRS [75], міжнародних стандартах бухгалтерської звітності [76], міжнародних стандартах по оцінці вартості брендів [77]. Ці стандарти описують підходи до визначення вартості бізнесу як цілісного майнового комплексу враховуючи матеріальні та нематеріальні активи.

Національні стандарти оцінки бізнесу (Україна) дають таке визначення вартості бізнесу: «Вартість бізнесу – це грошовий вираз вартості підприємства як цілісного майнового комплексу, що включає матеріальні та нематеріальні активи, а також зобов'язання» [78].

Серед вітчизняних дослідників існує думка, що економічна сутність поняття «вартість бізнесу» полягає в оцінці всієї суми активів і потенційних прибутків, які може отримати підприємство в результаті своєї діяльності [63].

Ці визначення сутності поняття «вартість бізнесу» демонструють різноманітність підходів: від акценту на майбутніх грошових потоках до ринкових чи економічних підходів і дають підстави говорити про комплексність цієї дефініції.

Дослідники виділяють низку ключових аспектів, які пов'язані з оцінкою вартості бізнесу [5,7, 52,54, 62,63]:

1) Вартість активів підприємства. Вартість активів включає всі матеріальні та нематеріальні ресурси, які належать бізнесу, такі як нерухомість, обладнання, технології, бренди, патенти, ноу-хау, а також фінансові активи, як-то грошові кошти, дебіторська заборгованість, цінні папери.

2) Чисті активи – різниця між загальним обсягом активів і зобов'язаннями підприємства. Це показник фінансової стійкості, що відображає здатність бізнесу погасити свої борги і має значення для інвесторів і кредиторів.

3) Інвестиційна вартість – це оцінка вартості бізнесу з точки зору потенційних інвесторів. Інвестори оцінюють бізнес через призму того, яку віддачу на вкладені кошти вони зможуть отримати в майбутньому. Це може включати як прогнозування майбутніх грошових потоків, так і рівень ризику, який супроводжує інвестиції.

4) Фінансова вартість бізнесу – включає в себе обчислення вартості компанії на основі фінансових показників, таких як поточна вартість майбутніх грошових потоків, співвідношення між капіталом і прибутковістю, ціна акцій на фондовому ринку.

5) Ринкова вартість бізнесу – вартість бізнесу на фондовому ринку або в межах угод злиттів і поглинань. Це є реальним виміром, що визначається попитом і пропозицією на ринку капіталу.

6) Прогнозована вартість – вартість бізнесу в майбутньому, яка базується на припущеннях щодо зростання прибутків, змін на ринку, інновацій та розвитку компанії. Це важливо для стратегічного планування та залучення інвесторів.

7) Вартість нематеріальних активів – вартість бренду, репутації, патентів і ліцензій, які часто не враховуються в традиційних фінансових звітах, але є важливими складовими вартості бізнесу.

У процесі оцінки бізнесу міжнародні стандарти виділяють кілька видів вартості [73–75]:

1) Ринкова вартість – найбільш ймовірна ціна, по якій даний об'єкт може бути проданий або куплений на конкурентному ринку, за умови, що сторони діють розумно, володіють всією необхідною інформацією, і на величині угоди не відбиваються які-небудь надзвичайні обставини [73].

2) Інвестиційна вартість – вартість об'єктів власності для конкретних інвестиційних цілей. Вона розраховується, коли власники бізнесу вирішують розпочати інвестиційні проєкти. Або інвестори вважають, що у цю організацію

вони хочуть інвестувати. При цьому враховуються доходи, які інвестор може отримати в майбутньому з урахуванням ставки капіталізації [74].

3) Ліквідаційна вартість визначається у разі ліквідації підприємства і являє собою грошову суму, яку можна отримати від продажу майна. Ліквідаційна вартість за характеристикою схожа з ринковою, проте між ними є одна значна відмінність – термін продажу. Під час ліквідації він є коротшим, що зменшує можливість продати об'єкти власності за найвигіднішою ціною [73].

4) Заставна вартість – оцінка підприємства по ринковій вартості, яке послужило заставою при отриманні кредиту. Використовується для захисту кредиторів у разі неплатоспроможності позичальника [73].

5) Страхова вартість – допомагає визначити суми виплат за страховим договором або сформулювати вимоги у зв'язку з втратою або пошкодженням застрахованих активів [75].

Таким чином, як видно із наведених видів вартості, вартість бізнесу – це не лише сума його активів, а й потенціал для отримання прибутків у майбутньому, здатність адаптуватися до змін на ринку та ефективно управляти ризиками. Найбільший інтерес для власників бізнесу, стейкхолдерів та інвесторів представляють ринкова та інвестиційна вартість.

Ефективне управління вартістю підприємств неможливе без розуміння чинників, які створюють вартість підприємства і приносять дохід його акціонерам. Фактор вартості – це змінна, яка впливає на вартість підприємства [45]. Виділення факторів формування вартості необхідне принаймні для з'ясування їх підпорядкованості, спрямованості дії та сили впливу на вартість з метою прийняття управлінських рішень, орієнтованих на підвищення вартості підприємства. Вагомі дослідження з цього питання було створено, в першу чергу, західними авторами-практиками, що мають досвід консультаційних послуг з оцінки вартості багатьох компаній, такими як А. Дамодаран [5], Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Мурін [7]. Серед вітчизняних дослідників слід відмітити О. Брізецьку [25], А. Вороніна [28], Н. Гопко [32], І. Колос [46], О. Мендрул [50], Т. Момот [52]. Зокрема О. Мендрул виділяє таку систему факторів формування вартості:

- інвестиції в основний і оборотний капітал;
- співвідношення попиту та пропозиції;
- вартість зобов'язань підприємства;
- вартість активів;
- попит на ринку продукції [50].

Деякі автори класифікують чинники, що впливають на вартість підприємства на загальні, специфічні та оперативні [25, 28, 32]. До загальних відносять основні засоби, оборотний капітал, інвестиційний капітал, операційний прибуток, дохід компанії, витрати, рентабельність інвестованого капіталу; до специфічних відповідно – систему розподілу постійних витрат, продуктивність праці, систему управління компанією, довіру споживачів; до оперативних – строки збору дебіторської заборгованості, строки погашення кредиторської заборгованості, завантаження виробничих потужностей, транспортні витрати [32].

Вартість бізнесу визначається різноманітними чинниками, які можуть мати як внутрішній, так і зовнішній характер. Ці чинники впливають на фінансові показники компанії, її здатність генерувати прибутки, ризики та можливості зростання. Основні чинники, що впливають на вартість бізнесу виступають [2,4,5,33, 36]:

1) Фінансові показники:

– доходи та прибутки: Високі та стабільні доходи, а також здатність генерувати стабільний прибуток значно збільшують вартість бізнесу. Потенційні інвестори звертають увагу на прибутковість підприємства та його здатність зберігати та збільшувати доходи.

– фінансова стійкість: Співвідношення між активами та зобов'язаннями, здатність компанії покривати свої борги без проблем підвищує її вартість. Чим менше підприємство залежить від зовнішнього фінансування, тим більша його привабливість для інвесторів.

– грошові потоки: Підприємства з позитивними і прогнозованими грошовими потоками (наприклад, на основі майбутніх прибутків) зазвичай

оцінюються вище. Підвищена здатність генерувати грошові потоки є важливим чинником для визначення вартості бізнесу.

2) Ринкові умови та конкуренція:

– конкурентоспроможність: Позиція компанії на ринку та її здатність конкурувати з іншими підприємствами безпосередньо впливають на її вартість. Бізнеси, які мають сильні конкурентні переваги (бренд, інновації, ціноутворення, маркетинг), зазвичай оцінюються вище.

– ринкова динаміка: Зміни в попиті та пропозиції на ринку, зростання чи скорочення певних галузей можуть впливати на вартість бізнесу. Бізнеси в стабільних або зростаючих ринках зазвичай мають вищу вартість порівняно з тими, що функціонують на стагнуючих чи занепадаючих ринках.

– Економічні умови: Макроекономічні фактори, такі як інфляція, процентні ставки, валютні коливання і економічна стабільність, також суттєво впливають на вартість бізнесу.

3) Управління та організаційна структура:

– керівництво і стратегічне управління: Кваліфіковане та досвідчене керівництво є важливим чинником для підвищення вартості бізнесу. Добре управління допомагає підприємству досягати своїх стратегічних цілей і мінімізувати ризики.

– корпоративна культура: Сильна корпоративна культура, що підтримує інновації, ефективну комунікацію та мотивацію співробітників, може позитивно впливати на довгострокову вартість бізнесу. Прозорість в управлінні та корпоративна етика також підвищують довіру до компанії.

4) Нематеріальні активи:

– бренд та репутація: Сильний бренд, який має довіру серед споживачів, може значно підвищити вартість компанії. Добре відома репутація компанії як надійного постачальника або інноватора є важливим чинником, що підвищує її привабливість.

– інтелектуальна власність (патенти, торгові марки, ліцензії): Наявність патентів, торгових марок, ліцензій або інших форм інтелектуальної власності

підвищує вартість бізнесу, оскільки це дає компанії конкурентну перевагу на ринку.

5) Технології та інновації:

– інноваційність та технологічний розвиток: Бізнеси, які активно впроваджують нові технології, розробляють інноваційні продукти або послуги, зазвичай оцінюються вище. Технологічні нововведення дозволяють компаніям займати лідируючі позиції в галузі та знижувати витрати.

– автоматизація та цифровізація: Впровадження новітніх технологій автоматизації, цифрових платформ і інструментів для поліпшення операційної ефективності підвищує вартість бізнесу.

б) Регуляторне середовище та політика:

– законодавчі та нормативні зміни: Зміни в законодавстві (податкові реформи, регулювання галузі тощо) можуть як знизити, так і підвищити вартість бізнесу, залежно від того, як підприємство адаптується до нових умов.

– політична стабільність: У країнах із високим рівнем політичної та економічної стабільності підприємства оцінюються вище, оскільки ризики для ведення бізнесу менші.

7) Диверсифікація бізнесу:

– диверсифікація активів: Бізнеси, що розподіляють свої активи між різними ринками, секторами або країнами, зазвичай мають вищу вартість, оскільки це знижує їх залежність від одного джерела доходу та зменшує ризики.

– географічна диверсифікація: Компанії, що працюють на кількох ринках (національних або міжнародних), можуть мати вищу вартість, оскільки це дає доступ до різноманітних джерел доходу та зменшує залежність від конкретного регіону.

8) Соціальні фактори та стійкість до ризиків:

– управління ризиками: Здатність підприємства прогнозувати та ефективно управляти ризиками (фінансовими, операційними, ринковими) прямо впливає на його вартість. Компанії, які мають системи для мінімізації ризиків, оцінюються вище.

– екологічна та соціальна відповідальність (ESG): Бізнеси, що активно впроваджують екологічні, соціальні та корпоративні принципи, можуть залучати більше інвесторів та підвищувати свою вартість завдяки репутаційним перевагам.

Ці чинники взаємодіють між собою і змінюються залежно від внутрішніх і зовнішніх обставин. Вартість бізнесу є динамічним показником, який постійно коригується в залежності від змін у цих факторах.

1.2 Еволюція парадигми управління вартістю підприємства (бізнесу)

Еволюція парадигми управління вартістю бізнесу відображає зміни в підходах до оцінки і максимізації вартості компаній у відповідь на змінювані економічні, соціальні та технологічні умови. Протягом останніх десятиліть відбувалися значні зміни в тому, як підприємства підходять до управління своєю вартістю, адже з кожним десятиліттям зростала важливість стратегічного управління, фінансових інструментів та інновацій. Основні етапи еволюції парадигми управління вартістю бізнесу представлені на рис. 1.1, з якого видно що дослідники виділяють шість етапів:

- 1) традиційний підхід управління фінансовими результатами (до 1950-х років);
- 2) зростання значення стратегічного управління (1960 – 1980 рр.);
- 3) фокус на створенні акціонерної вартості (1990 рр.);
- 4) концепція створення вартості для стейкхолдерів (2000-ті роки);
- 5) цифровізація та інноваційне управління (2010-ті роки і далі);
- 6) стратегії з орієнтацією на стійкий розвиток і соціальну відповідальність (2020-ті роки).

Розглянемо сутність кожного етапу еволюції більш детально, почнемо з традиційного підходу.

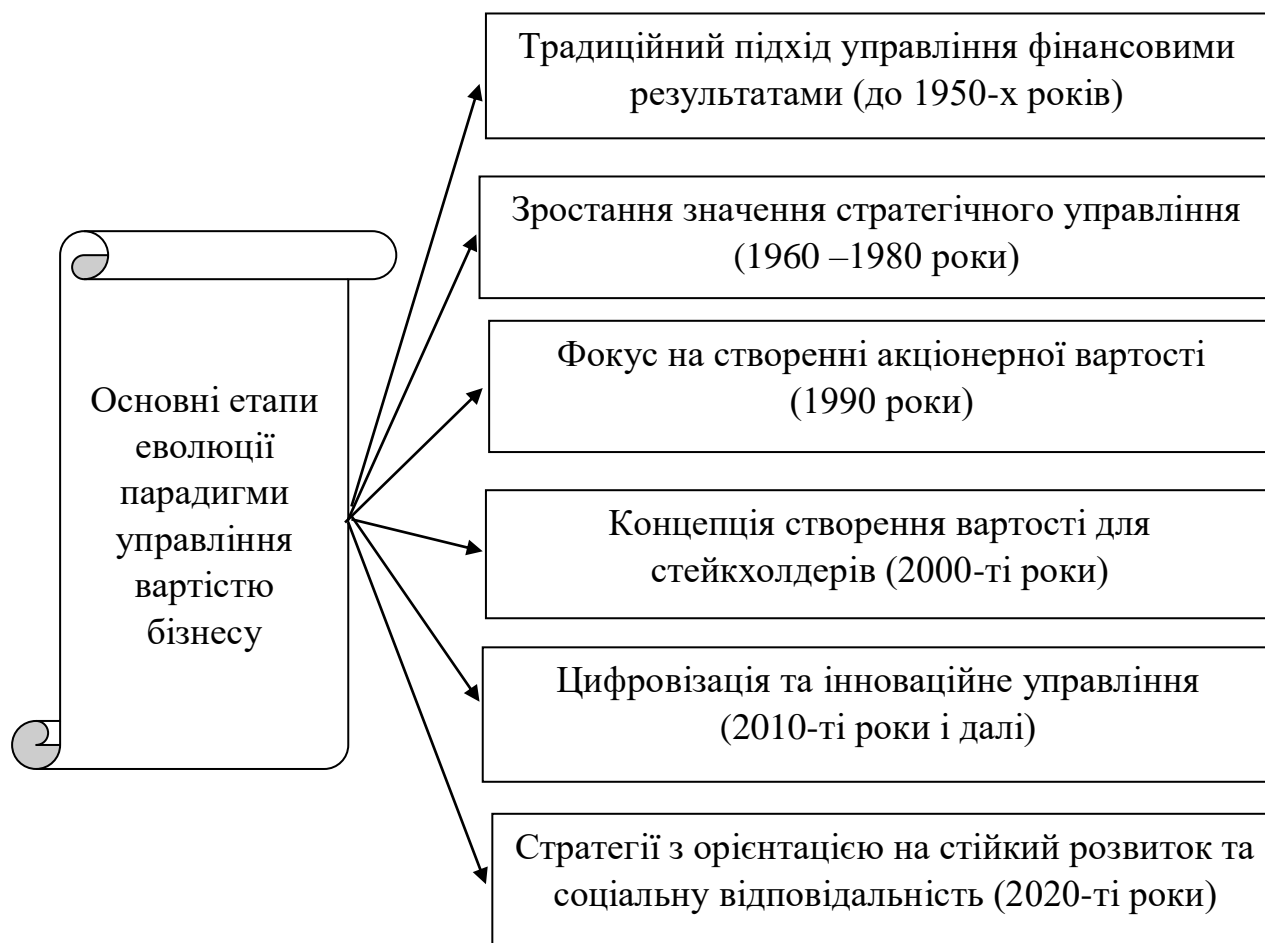


Рис. 1.1 – Основні етапи еволюції парадигми управління вартістю бізнесу

Складено автором на основі аналізу [3,7, 13–14, 1, 20, 79–118]

Розглянемо сутність кожного етапу еволюції більш детально, почнемо з традиційного підходу.

На ранніх етапах розвитку бізнесу акцент робився переважно на фінансових показниках, таких як виручка, прибуток, обсяги продажу, ефективність витрат. Управління вартістю бізнесу в основному зводилося до:

- збільшення прибутковості: Підприємства орієнтувалися на короткострокове збільшення доходів і скорочення витрат для максимізації прибутку;

- контроль за витратами: Головним завданням було забезпечення оптимального рівня витрат для забезпечення стабільного фінансового результату;

– інвестиції в активи: Компанії активно вкладали кошти в матеріальні активи (обладнання, нерухомість), що забезпечувало їхню здатність виробляти товари чи послуги [79–89].

Таким чином, традиційний підхід до управління фінансовими результатами, який був поширений до 1950-х років, значною мірою був зосереджений на короткострокових фінансових показниках, таких як прибуток, витрати, обсяги продажу та ефективність витрат. Дослідження в цій галузі велось ще на початку розвитку управлінського обліку і фінансів, а також в контексті теорії організаційного управління.

У 1960-1970-х роках зростає значення стратегічного управління. Власники і менеджери почали більше фокусуватися на довгострокових цілях і стратегічних планах розвитку бізнесу:

– розвиток стратегічного планування: з'являються методи аналізу ринку, конкуренції та зовнішнього середовища (наприклад, SWOT-аналіз, модель Портерівських п'яти сил);

– підвищення значення інновацій: компанії почали впроваджувати нові технології і стратегії для покращення продуктивності та конкурентоспроможності;

– диверсифікація бізнесу: зростає увага до розширення асортименту продукції та ринків для зниження залежності від одного джерела доходу;

– пошук оптимальних бізнес-моделей: створення стратегічних альянсів і партнерств для максимізації ефективності [90–94].

Таким чином, у період з 1960-х до 1980-х років стратегічне управління стало важливою складовою розвитку організацій. Автори, які досліджували і розвивали ідеї стратегічного управління в цей час, акцентували увагу на плануванні, конкурентних стратегіях, а також важливості аналізу зовнішнього середовища для досягнення довгострокового успіху.

1990-ті роки стали періодом, коли концепція створення вартості для акціонерів (shareholder value) стала основною для багатьох підприємств. Власники та менеджери почали орієнтуватися на зростання ринкової вартості компанії:

– оцінка вартості через фінансові показники: підвищена увага до фінансових інструментів оцінки компаній, таких як показник ціна/прибуток (P/E), вартість капіталу (WACC), валова та операційна маржа.

– фокус на ефективності капіталу: підприємства активно працювали над підвищенням рентабельності капіталу, використовуючи фінансові механізми для максимізації акціонерної вартості.

– оптимізація структури капіталу: впровадження стратегії фінансового левериджу для підвищення рентабельності і вартості бізнесу.

– злиття та поглинання: поглинання та злиття компаній стали важливим інструментом для швидкого зростання вартості бізнесу [3, 7, 13–14, 18, 20].

У 1990-х роках фокус на створенні акціонерної вартості став основною стратегією для багатьох компаній, особливо після популяризації концепції «створення вартості для акціонерів». Цей підхід став основою для багатьох бізнес-стратегій і підходів до оцінки ефективності організацій.

У 2000-х роках почала набирати популярності парадигма створення вартості для всіх зацікавлених сторін (stakeholder value), включаючи не лише акціонерів, а й працівників, клієнтів, постачальників та суспільство в цілому:

– інтеграція принципів ESG (екологія, соціальна відповідальність, управління): включення принципів сталого розвитку та соціальної відповідальності стало важливим аспектом для збільшення вартості бізнесу на довгострокову перспективу;

– підвищення прозорості: підприємства почали надавати більше прозорості в своїх фінансових звітах та операціях, що підвищило довіру інвесторів.

– фокус на інновації та технологіях: важливість інновацій, цифровізації та нових технологій значно зросла для забезпечення стійкого росту вартості бізнесу.

– гнучкість та адаптивність: підприємства почали розвивати стратегії, які дозволяють швидко адаптуватися до змінних економічних і технологічних умов [95–100].

Таким чином, у 2000-х роках відбулася зміна парадигми в управлінні бізнесом, яка привела до переходу від фокусу на створенні вартості для акціонерів

до орієнтації на усіх зацікавлених сторін (stakeholders). Ця концепція включає в себе врахування інтересів не лише акціонерів, але й інших груп, таких як працівники, клієнти, постачальники, громада та довкілля.

Наступний етап еволюції вартісної парадигми управління бізнесом характеризується масштабною Цифровізацією та інноваційним управлінням (2010-ті роки і далі)

Останні десятиліття характеризуються впровадженням цифрових технологій та інноваційних бізнес-моделей, що значно змінили парадигму управління вартістю бізнесу:

- використання великих даних (Big Data): бізнеси використовують аналітику великих даних для прийняття більш обґрунтованих рішень щодо зростання вартості;

- цифрові трансформації: автоматизація бізнес-процесів, використання штучного інтелекту (AI) та інтернету речей (IoT) сприяють підвищенню ефективності та зниженню витрат;

- гнучке управління та адаптивні стратегії: успішні компанії застосовують принципи гнучкого управління, щоб швидко реагувати на зміни в зовнішньому середовищі;

- інноваційні фінансові моделі: зростання популярності нових фінансових інструментів, таких як криптовалюти та блокчейн, змінили способи оцінки і управління бізнесом [101–108].

У 2010-х роках і далі значно зросла увага до впливу цифровізації та інновацій на вартість бізнесу. Це стало результатом бурхливого розвитку нових технологій, таких як великі дані (big data), штучний інтелект (AI), Інтернет речей (IoT) і блокчейн. Багато авторів досліджували, як ці технології змінюють бізнес-моделі, стратегії і підходи до управління, створюючи нові можливості для підвищення вартості компаній.

Останній етап еволюції вартісної парадигми управління бізнесом характеризується фокусом на стратегіях з орієнтацією на стійкий розвиток та соціальну відповідальність (2020-ті роки). У сучасному світі підприємства все

більше орієнтуються на стійкий розвиток та соціальну відповідальність, намагаючись забезпечити довгострокову вартість через ефективне управління соціальними, екологічними та управлінськими факторами:

- сталий розвиток (Sustainable Growth): інтеграція екологічних та соціальних цілей у стратегію бізнесу для забезпечення стабільної та довготривалої вартості;

- цифрові стратегії: швидка адаптація до нових технологій і цифрових платформ для забезпечення конкурентних переваг.

- взаємодія з суспільством: бізнеси, що активно працюють із місцевими громадами та підтримують екологічні ініціативи, отримують переваги на ринку [109–118].

У 2020-ті роки важливість стратегій, орієнтованих на стійкий розвиток та соціальну відповідальність, значно зросла. Це відображає загальний тренд до зростаючої уваги до екологічних, соціальних та управлінських (ESG) факторів у бізнес-стратегіях. Тема стійкого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності (CSR) стала важливою частиною управлінської практики, оскільки бізнеси почали орієнтуватися на довгострокову вартість і позитивний вплив на суспільство та навколишнє середовище.

Побічний огляд основних етапів розвитку парадигми управління вартістю бізнесу дає можливість зробити наступний висновок. Еволюція парадигми управління вартістю бізнесу відображає зміну акцентів від фінансових показників до інноваційних стратегій, соціальної відповідальності та стійкого розвитку. В сучасних умовах, управління вартістю бізнесу включає різноманітні аспекти, такі як цифрові технології управління, інновації, ефективне управління ризиками, соціальна відповідальність і адаптація до змін на ринку.

1.3. Методичні підходи щодо оцінки вартості підприємства

Оцінка вартості бізнесу є важливою складовою стратегічного управління та прийняття бізнес-рішень. Існує кілька підходів до оцінки вартості бізнесу, кожен з

яких застосовується залежно від контексту, мети оцінки та специфіки підприємства.

Для оцінки вартості бізнесу існує чотири традиційні підходи: дохідний (прибутковий) [5, 7, 17, 22, 53, 62, 63], майновий (витратний) [5, 17, 19, 22, 119], ринковий (порівняльний) [5, 7, 15, 17, 22, 53, 62, 63, 120] та опціонний за моделлю Блека Шоулза [121–124], окремі автори виділяють підхід на основі бренду або інтелектуальної власності [125–129] та гібридний [5, 15, 22, 129]. (рис. 1.2).

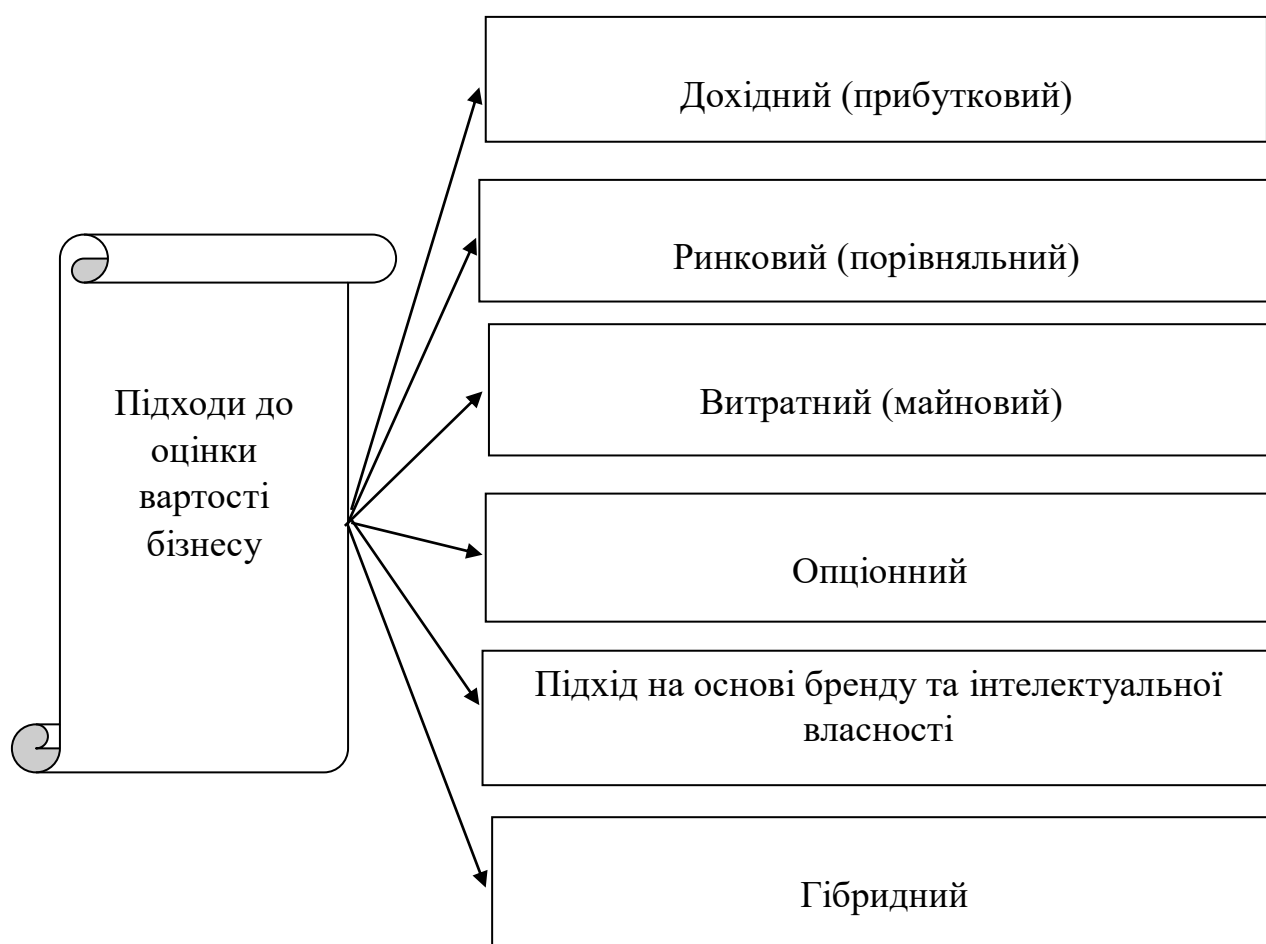


Рис. 1.2 – Підходи до оцінки бізнесу

Складено автором на основі [5, 7, 15, 17, 19, 22, 119, 121–129]

Кожен з представлених підходів до оцінки бізнесу підкреслює певну характеристику об'єкта та має власні прийоми оцінювання, які в кінцевому підсумку дозволяють розрахувати вартість компанії. Роблячи вибір на користь того чи іншого підходу, експерт насамперед дивиться на характеристики підприємства, його специфіку, а також враховує ціль проведення оцінки. Розглянемо кожен із представлених вище підходів більш детально.

1) Прибутковий (дохідний) підхід. З використанням прибуткового підходу вартість бізнесу визначається на основі очікуваних майбутніх доходів, які оцінюване підприємство може принести для його власників. Саме від них залежить, скільки в підсумку буде коштувати об'єкт: чим більший дохід, який приносить об'єкт оцінки, тим більше величина його ринкової вартості при інших рівних умовах [7].

Для оцінки бізнесу дохідний підхід обирається у випадку, коли причиною оцінки бізнесу є бажання продати компанію або, навпаки, впровадити нові інвестиційні проєкти [5]. Реальність така, що інвестор або потенційний покупець розглядають компанію не як сукупність матеріальних і нематеріальних активів, а як джерело доходів, які вони отримають, коли вкладуть гроші в розвиток або покупку активів.

Цей підхід зазвичай застосовують тільки для підприємств, які приносять прибуток.

2) Майновий підхід до оцінки бізнесу. Підприємство розглядають з позиції понесених витрат [119]. При реалізації майнового підходу баланс, складений на основі витрат, замінюється балансом, в якому всі активи – як матеріальні, так і нематеріальні, та всі зобов'язання показані за їх ринковою або іншою вартістю [5].

Майновий підхід зазвичай застосовують для оцінки вартості підприємств, які були нещодавно утворені або знаходяться на етапі ліквідації. У рамках цього підходу виділяють такі основні методи:

1) метод чистих активів. При його використанні оцінювачі визначають суму ринкових вартостей всіх активів підприємства і віднімають його зобов'язання. В результаті розрахунків виходить власний капітал, який і є вартістю підприємства.

2) метод ліквідаційної вартості [63].

Оцінка ліквідаційної вартості знаходить застосування в ситуаціях, коли підприємство знаходиться у стані банкрутства та ліквідації; планується проведення санації; розробляється план погашення заборгованості підприємства, яке опинилося під загрозою банкрутства; здійснюється фінансування реорганізації [63].

За цим методом вартість бізнесу дорівнює сумарній вартості всіх активів підприємства за вирахуванням зобов'язань і з урахуванням витрат на його ліквідацію. Інакше – це вартість, яку власник підприємства може отримати після ліквідації підприємства та продажу його активів [17].

На розмір ліквідаційної вартості підприємства впливає характер ліквідації. Вона може бути примусова і упорядкована. Їх основна відмінність полягає в проміжку часу за який здійснюється процес ліквідації. У першому випадку активи розпродаються досить швидко, і в основному підставою цьому є рішення суду або комісії з банкрутства. Упорядкована ліквідація проводиться протягом довшого часу, якого достатньо для отримання максимальної ціни.

3) Ринковий підхід передбачає розрахунок вартості підприємства на основі результатів його зіставлення з іншими бізнес-аналогами. При цьому оцінювана компанія, та компанії-аналоги повинні мати схожі економічні, матеріальні та технічні характеристики [15].

Після вибору компаній-аналогів їм розраховуються відповідні множники, тобто ставлення ціни продажу до економічного індексу.

Вартість компанії з методом порівняльної оцінки розраховується шляхом множення отриманих множників на ключові фінансові показники організації, що оцінюється [15].

З цього виходить, що використання цього методу буде можливим і ефективним лише у тому випадку, коли існує активний ринок порівнянних об'єктів власності. Вартість підприємства при цьому буде орієнтована на суму, за яку можна продати аналогічну фірму, яка вже є на ринку. Це пов'язано з тим, що покупець не купить об'єкт нерухомості, якщо його вартість буде перевищувати витрати на придбання на ринку схожого об'єкту, що володіє такою ж корисністю.

Точність розрахованої вартості з використанням ринкового підходу, буде залежати від достовірності відомостей про конкурентів, які оцінювач обирає за аналоги. Основними джерелами інформації при застосуванні підходу є фондові біржі та позабіржові торговельні системи, на яких мають обіг права власності на подібний бізнес, дані фінансової звітності підприємств-аналогів, а також інформація про попередні транзакції з корпоративними правами на той бізнес, який оцінюється [7].

Проте цей підхід на практиці застосувати дуже важко, оскільки фінансові ринки в нашій країні нерозвинені і тому, знайти компанію-аналог з повною і достовірною інформацією про неї майже неможливо.

Таким чином, суть порівняльного підходу при визначенні вартості підприємства полягає в наступному: вибирається підприємство, аналогічне оцінюваному, яке було нещодавно продане. Потім розраховується співвідношення між ціною продажу і будь-яким фінансовим показником по підприємству-аналогу. Це співвідношення називається мультиплікатором. Далі необхідно помножити величину мультиплікатора на той же базовий фінансовий показник оцінюваної компанії, отримаємо її вартість.

4) Опціонний підхід. Для оцінки вартості реальних опціонів найчастіше застосовують модель Блека-Шоулза [121]:

$$C = P \cdot N(d_1) - EX \cdot e^{-rt} \cdot N(d_2), \quad (1.4)$$

де $N(d_1)$, $N(d_2)$ – кумулятивна нормальна ймовірність функції щільності, яка визначається по d_1 і d_2 :

$$d_1 = \frac{\ln\left(\frac{P}{EX}\right) + \left(r + \frac{\sigma^2}{2}\right) \cdot t}{\sigma \cdot \sqrt{t}};$$

$$d_2 = d_1 - \sigma \cdot \sqrt{t}; \quad (1.5-1.6)$$

де P – капіталізація;

EX – номінальна вартість довга;

t – дюрація боргу, коли зобов'язання компанії представляються у вигляді еквівалентної безупинної облигації зі строком погашення, рівним t ;

σ – стандартне відхилення прибутковості на активи компанії;

r – купонна ставка.

З наведеної формули випливає, що вартість реального опціону тим вища, чим вища дисконтована вартість грошових потоків (P), нижчі витрати на здійснення проєкту (EX), більше часу до закінчення терміну реалізації опціону (t), більший ризик (σ). Таким чином, перевагами опціонного підходу є те, що він:

- особливо корисний при визначенні вартості стратегічної та оперативної гнучкості виробничо-комерційної системи;

- показує, чому не вигідні на перший погляд інвестиції можуть бути насправді вигідними;

- враховує майбутні можливості, які зумовлені сьогоднішніми інвестиціями [123].

Недоліки опціонного підходу:

- застосування цього методу не передбачено законодавством України;

- цей метод застосовується лише за умов розвитку оціночного та фондового ринку [123].

Вартість бізнесу у більшості випадків є змінною величиною, залежною від зовнішніх (відносно до виробничо-фінансової характеристики підприємства) умов. Саме такі змінні величини варто оцінювати з використанням техніки опціонного ціноутворення. Застосування опціонного методу оцінки вартості бізнесу особливо виправдано за невизначеності щодо майбутніх грошових потоків за певні проміжки часу та високого ступеня впливу менеджменту.

Іноді оцінка вартості бізнесу зосереджується на нематеріальних активах, таких як бренд, патенти, торгові марки або інші інтелектуальні активи. Цей підхід

часто використовується для оцінки компаній в інноваційних або високотехнологічних галузях. В рамках даного підходу виділяють два методи:

– метод оцінки бренду. Оцінка бренду може включати аналіз його вартості на основі ринкової ціни ліцензійних угод, історії доходів від бренду, впізнаваності і лояльності споживачів;

– метод оцінки нематеріальних активів. Визначення вартості нематеріальних активів на основі доходів, які вони можуть приносити, а також на основі їх вкладу в конкурентні переваги компанії [125–129].

Оцінка вартості бізнесу з позицій підходу на основі вартості бренду або інтелектуальної власності зосереджується на визначенні вартості нематеріальних активів, таких як торгові марки, патенти, авторські права, технології та інші форми інтелектуальної власності.

Іноді застосовуються комбіновані або гібридні методи, які поєднують кілька підходів для більш точної оцінки. Це дозволяє врахувати різні аспекти бізнесу, які можуть бути важливими для оцінки його вартості в конкретному випадку.

Гібридний підхід до оцінки бізнесу поєднує елементи кількох методів оцінки, таких як дохідний, порівняльний і активний підходи [5,15]. Це дозволяє більш точно оцінити бізнес, враховуючи різноманітні аспекти його діяльності та ринкові умови.

Застосування конкретного методу залежить від специфіки ситуації, але в цілому використання комбінації підходів дозволяє отримати більш об'єктивну та точну оцінку вартості бізнесу

Ринок далекий від ідеальних моделей, конкуренція недосконала, а кількість показників в основі формул занадто велике. Тому різні підходи покажуть різні результати, тому потрібно вибирати той метод, який більшою мірою підходить до характеристик конкретного бізнесу та відповідає конкретній меті оцінки.

Висновки за розділом 1

Протягом останніх десятиліть відбувалися значні зміни в тому, як підприємства підходять до управління своєю вартістю, адже з кожним

десятиліттям зростала важливість стратегічного управління, фінансових інструментів та інновацій. Еволюція парадигми управління вартістю бізнесу пройшла шість етапів:

- 1) традиційний підхід управління фінансовими результатами (до 1950-х років);
- 2) зростання значення стратегічного управління (1960 – 1980 рр.);
- 3) фокус на створенні акціонерної вартості (1990 рр.);
- 4) концепція створення вартості для стейкхолдерів (2000-ті роки);
- 5) цифровізація та інноваційне управління (2010-ті роки і далі);
- 6) стратегії з орієнтацією на стійкий розвиток і соціальну відповідальність (2020-ті роки).

Для оцінки вартості бізнесу існує чотири традиційні підходи: дохідний (прибутковий), майновий (витратний), ринковий (порівняльний) та опціонний за моделлю Блека Шоулза, окремі автори виділяють підхід на основі бренду або інтелектуальної власності та гібридний.

Вартість бізнесу у більшості випадків є змінною величиною, залежною від зовнішніх (відносно до виробничо-фінансової характеристики підприємства) умов. Саме такі змінні величини варто оцінювати з використанням техніки опціонного ціноутворення. Застосування опціонного методу оцінки вартості бізнесу особливо виправдано за невизначеності щодо майбутніх грошових потоків за певні проміжки часу та високого ступеня впливу менеджменту.

Ринок далекий від ідеальних моделей, конкуренція недосконала, а кількість показників в основі формул занадто велике. Тому різні підходи покажуть різні результати, тому потрібно вибирати той метод, який більшою мірою підходить до характеристик конкретного бізнесу та відповідає конкретній меті оцінки.

2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОЦІНКА ЙОГО ВАРТОСТІ

2.1 Загальна характеристика підприємства та оцінка його майнового стану

Науково-виробнича фірма «Українська вагова компанія» була створена в 2009 році і вже на сьогоднішній день є найбільшим підприємством із виготовлення автомобільних ваг в Україні.

На сьогодні деякі потужності підприємства відновлені і у Харкові.

«Українська вагова компанія має:

- регіональні представництва в 4 містах України: Київ, Харків, Дніпро, Вінниця;
- власні високотехнологічні потужності у Харкові та Вінниці, з виробничою площею 4 000 м²;
- встановлено більше 2000 автомобільних ваг в Україні та понад 500 за кордоном в 17 країнах Азії, ЄС і Африки [130].

Ворожа агресія Росії проти України в лютому 2022 року внесла корективи в господарську діяльність «Української вагової компанії», основні площі якої знаходилися в Харкові. Воєнні дії призвели до втрати частини потужностей компанії. Керівництво підприємства в квітні місяці 2022 р. прийняло рішення перемістити робітників та решту обладнання, що вціліло, у Вінницьку область в селище міського типу Брацлав і заснувати ТОВ «УВК–Брацлав». На сьогодні деякі потужності підприємства знову відновлені і в Харкові [131].

Основними видами діяльності ТОВ «УВК–Брацлав» представлені на рис. 2.1, з якого видно, що підприємство працює за такими напрямками:

- виробництво і реалізація вагового промислового обладнання;
- ремонт промислового і торгівельного вагового обладнання;

- виробництво металоконструкцій будь-якої складності;
- розробка креслень і розрахунок міцності металоконструкцій.

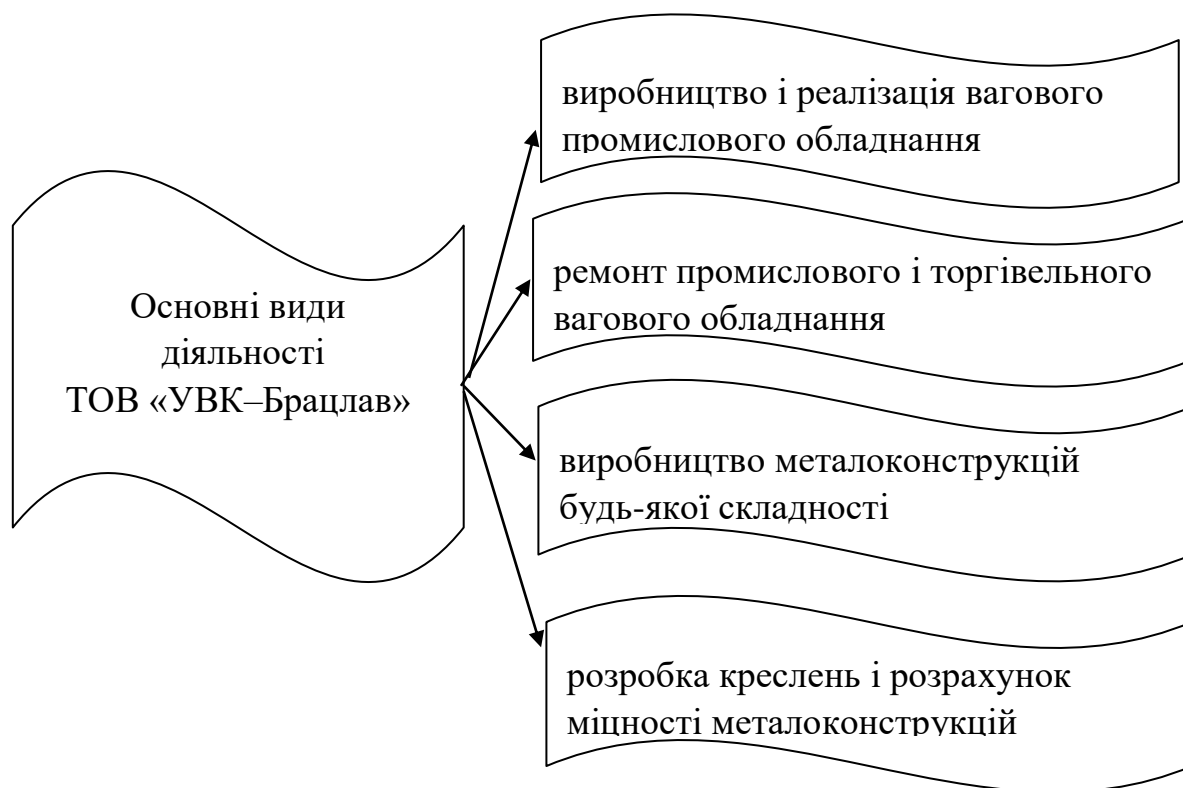


Рис. 2.1 – Основні види діяльності ТОВ «УВК-Брацлав»

Складено автором на основі [131]

ТОВ «УВК- Брацлав» пропонує широкий спектр промислового вагового обладнання для різних галузей господарювання:

- ваги автомобільні;
- ваги складські;
- ваги вагонні;
- ваги для зважування тварин;
- нестандартне вагове обладнання.

Фірма виробляє ваги з високими експлуатаційними характеристиками, що вигідно відрізняє їх від ваг інших виробників. Всі автомобільні ваги, що випускаються ТОВ «УВК- Брацлав» виготовлені відповідно до вимог ДСТУ EN

45501 «Прилади автоматичні вагові. Загальні технічні вимоги та методи випробувань».

У структурі ТОВ «УВК- Брацлав» такі основні відділи: бухгалтерія, планово-економічний відділ та основне виробництво, в структуру якого входить конструкторське бюро. Завдяки наявності власного конструкторського відділу «Українська вагова компанія» може виробляти нестандартні вагові системи за індивідуальним замовленням.

На сьогоднішній день ТОВ «УВК- Брацлав» активно розвиває дилерську мережу по реалізації вагового обладнання. Дилерами компанії є ТОВ НВК «СОЮЗКОЛЬБОРМЕТАВТОМАТИКА» і ТОВ «Гроут», засновниками яких є колишні менеджери науково-виробничої фірми «Українська вагова компанія».

Клієнтами підприємства є українські підприємства та закордонні фірми Європи (Румунія, Грузія, Молдова), Азії, Африки. Саме на зовнішньоекономічну діяльність робить великий акцент підприємство на найближчі 3–5 років шляхом втілення в життя стратегії максимізації експорту. Це пов'язано з тим, що зовнішньоекономічна діяльність дає можливість суттєво зменшити загальне оподаткування підприємства через нульову експортну ставку ПДВ.

З кожним роком об'єми продукції, що відвантажується на експорт зростають. Основною продукцією на експорт є ваги для автомобілів та вагонів. Здебільшого клієнтами є фірми-інсталятори і дуже рідко кінцеві користувачі продукції.

В компанії існують такі напрямки експорту: Румунія – 75%, Грузія – 10 %, Узбекистан – 10%, Молдова – 5%.

Підприємство приділяє значну увагу інноваційній діяльності. Зараз ТОВ «УВК- Брацлав» займається розробкою ваг нового покоління на базі штучного інтелекту, для повної заміни людини в цьому процесі. Для цього була встановлена робот-машина, яка виконує процес зварювання. Технологія немає обмежень по використанню, оскільки є сумісною з вагами будь-якого виробництва. Аналогів у світі на сьогоднішній день немає.

Для того що провести аналіз фінансово-економічної діяльності за три роки, потрібно мати в наявності результати роботи підприємства за 2024 рік, але в наявності є тільки звітність за 1 півріччя 2024 року. Тому складемо прогноз фінансових показників та показників балансу за таким алгоритмом. Розраховуємо приріст виручки ТОВ «УВК–Брацлав» в другому кварталі 2024 року відносно першого – 19861,3 тис. грн. Зробимо припущення, про те, що компанія в подальшому збереже таку динаміку і що приріст показників матиме таке саме значення в третьому і четвертому кварталі 2024 року. Шляхом складання приросту виручки за всі чотири квартали отримуємо прогноз на кінець 2024 року – 70022,2 тис. грн. Індекс приросту виручки ТОВ «УВК–Брацлав» відносно 2023 року склав 0,15. Цей показник можна розглядати в якості помірною оптимістичного прогнозу фінансового результату. За таким же алгоритмом розрахуємо всі інші фінансові показники роботи компанії за 2024 рік, результати прогнозу наведено в додат. Д. Прогнозування активів і пасивів компанії ТОВ «УВК–Брацлав» на кінець 2024 року проведемо за алгоритмом, що розглянуто вище. За основу прогнозування була взята динамік другого кварталу 2024 року відносно першого. Результати прогнозу показників балансу компанії на кінець 2024 року представляють собою суму показників за кожний квартал. Результати прогнозування балансу ТОВ «УВК–Брацлав» на 31.12.2024 р. наведено в додат. Ж.

Розглянемо майновий стан ТОВ «УВК–Брацлав» за 2022–2024 рр. Загальна вартість майна ТОВ «УВК-Брацлав» станом на 31.12.2024 р. склала 34317,7 тис. грн. У структурі сукупних активів підприємства необоротні активи займають (2022 р. – 42,20%; 2023 року – 25,59%; 2024 року – 16,43%). Підприємство має «важку» структуру активів в 2022 р., тому що частка необоротних активів складає більше 40%. Це свідчить про високі підприємницькі ризики в разі падіння попиту на продукцію та послуги підприємства. Така структура активів пояснюється тим, що решта обладнання, які вціліла після обстрілів в Харкові була перевезена в Брацлав в квітні місяці 2022 року, а відновлення виробництва пішло тільки через кілька місяців, тому частка оборотних активів в загальній структурі була менше 60%. В 2023–2024 рр. ситуація стабілізувалась і структура активів компанії стала мати «легку» структуру.

Необоротні активи на 100% складаються с основних фондів. В структурі основних фондів на кінець 2024 року 59,7% належить обладнанню, 26,6% – будівлям, 14,7% – транспортним засобам.

Частка дебіторської заборгованості в структурі оборотних активів в 2022 р. склала 60,57%, що свідчить про досить м'яку кредитну політику підприємства, що призводить до омертвіння фінансових ресурсів і це дуже небезпечний факт, який в подальшому може призвести до фінансової кризи. В 2023–2024 рр. ситуація покращилась. Так в 2023 р. доля дебіторської заборгованості в структурі оборотних активів знизилась до – 35,36%, в 2024 р. ця частка склала 48,19%, що може свідчити про посилення кредитної політики підприємства з покупцями в частині надання комерційного кредиту.

Коефіцієнт зносу основних засобів знаходиться як відношення накопиченого зносу за основними засобами до їх первісної вартості., а коефіцієнт оновлення – відповідно як відношення вартості засобів, що надійшли за період до первісної вартості основних засобів [132].

В табл. 2.1 приведена динаміка коефіцієнтів майнового стані ТОВ «УВК–Брацлав» за 2022–2024 рр.

Таблиця 2.1 – Динаміка коефіцієнтів майнового стану ТОВ «УВК–Брацлав» за 2022–2024 рр.

Показник	Роки		
	2022	2023	2024
Коефіцієнт зносу	0,160	0,399	0,616
Коефіцієнт оновлення	0,120	0,180	0,110

Аналіз даних табл.2.1 показує, що основні виробничі фонди ТОВ «УВК–Брацлав» в 2022 р. були зношені на 16,0%., в 2023 році цей показник склав 39,9%, в 2024 році частка зносу досягла 61,6%. Це свідчить про швидкий моральний знос обладнання, тому що воно має інноваційний характер, на обладнання нараховується прискорена амортизація. Подальша тенденція

швидкого старіння може підвищити витрати на технічне обслуговування та ремонт обладнання, що посилить дію операційного важеля в разі падіння попиту на продукцію підприємства. В той же час на підприємстві за досліджуваний період спостерігаються процеси оновлення основних фондів, про що свідчить діапазон значень коефіцієнту оновлення фондів, який коливався за досліджуваний період в межах 0,110 (2024 рік) до 0,120 (2022 рік).

2.2. Діагностика фінансово-економічного стану підприємства

Перейдемо до аналізу фінансово-господарської діяльності ТОВ «УВК–Брацлав». Інформаційною базою аналізу фінансового стану підприємства є річна бухгалтерська звітність (Форма 1 «Баланс», Форма 2 «Звіт про фінансові результати» та прогностні значення Форми 1 та Форми 2 за 2024 рік додат. А–Ж).

Для оцінки фінансово-економічного стану підприємства проводиться розрахунок показників фондівіддачі, продуктивності праці, чистого оборотного капіталу, рентабельності, ділової активності, фінансової стійкості та інших.

Продуктивність праці є одним з найважливіших якісних показників роботи підприємства, який дозволяє оцінити ефективність роботи співробітників, продуктивність їх виробничої діяльності і знаходиться як відношення виручки до кількості робітників [132].

Динаміка продуктивності праці на підприємстві ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр. представлена в табл.1.2.

Таблиця 2.2 – Динаміка продуктивності праці працівників ПП «ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр.

Показник	Роки		
	2022	2023	2024
1	2	3	4
Доходи підприємства, тис. грн	22490,0	60844,1	70022,2

Закінчення табл.2.2

1	2	3	4
Кількість робітників, осіб	19	19	20
Продуктивність праці, тис. грн/особ.	1183,7	3202,3	3501,1

З табл.2.2 видно, що продуктивність праці на ТОВ «УВК-Брацлав» за аналізований період зросла в 2,96 рази і досягла в 2024 році 3501,1 тис. грн/особ., що є позитивною тенденцією і свідчить про ефективне використання трудового потенціалу компанії.

Фондовіддача – це фінансовий коефіцієнт, що характеризує ефективність використання основних засобів організації і показує, скільки виручки припадає на одиницю вартості основних виробничих фондів [132]. Значення коефіцієнтів фондовіддачі «ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022– 2024 рр. наведена в табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Динаміка коефіцієнту фондовіддачі ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022 –2024 рр.

Показник	Роки		
	2022	2023	2024
Доходи підприємства, тис. грн	22490,0	60844,1	70022,2
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн	5985,7	7388,8	6217,2
Коефіцієнт фондовіддачі, грн/грн	3,757	8,235	7,649

З розрахунків в табл. 23 видно, що фондовіддача в ТОВ «УВК-Брацлав» в період 2022–2024 рр. збільшилася в 2,04 рази (з 3,757 грн/грн до 7,649). Збільшення коефіцієнта фондовіддачі за аналізований період свідчить про підвищення ефективності використання основних фондів підприємства.

Розглянемо динаміку чистого оборотного капіталу і чистих активів підприємства. Величина чистих активів – один з найважливіших показників фінансової спроможності організації. Чим вище цей показник, тим успішніше підприємство і тим привабливіше вона для інвестицій. Величина чистих активів

визначається як різниця між вартістю всіх коштів організації і сумою всіх її зобов'язань [133].

Чистий оборотний капітал (ЧОК) – показник, що розраховується як різниця між величиною поточних активів і поточних зобов'язань [133]. Він характеризує рівень фінансової незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Результати розрахунку розміру чистих активів та чистого обігового капіталу ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр. наведено в табл.2.4.

Таблиця 2.4 – Динаміка чистих активів та чистого обігового капіталу ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр.

Показник	Роки		
	2022	2023	2024
Середньорічна вартість активів, тис. грн	13283,7	20574,4	34317,7
Середньорічна вартість зобов'язань, тис. грн	12030,5	17422,0	25364,8
Чисті активи, тис. грн	1253,2	3152,4	8953,2
Оборотні активи, тис. грн	7678,2	15308,5	30757
Короткострокові зобов'язання, тис. грн	12030,5	17422,0	25364,8
Чистий обіговий капітал, тис. грн	–4352,3	–2113,5	5392,2

Із розрахунків видно, що на підприємстві спостерігається динаміка зростання чистих активів протягом 2022–2024 рр. (рис.2.2). Так, в 2022 році вони склали 1253,2 тис. грн, а в 2024 році в 7,14 разів більше і досягли значення 8953,2 тис. грн. Позитивне значення чистих активів підприємства свідчить про те, що всі його активи формуються за рахунок власних коштів, що означає сприятливе середовище для кредиторів та підвищення інвестиційної привабливості підприємства для потенційних інвесторів.

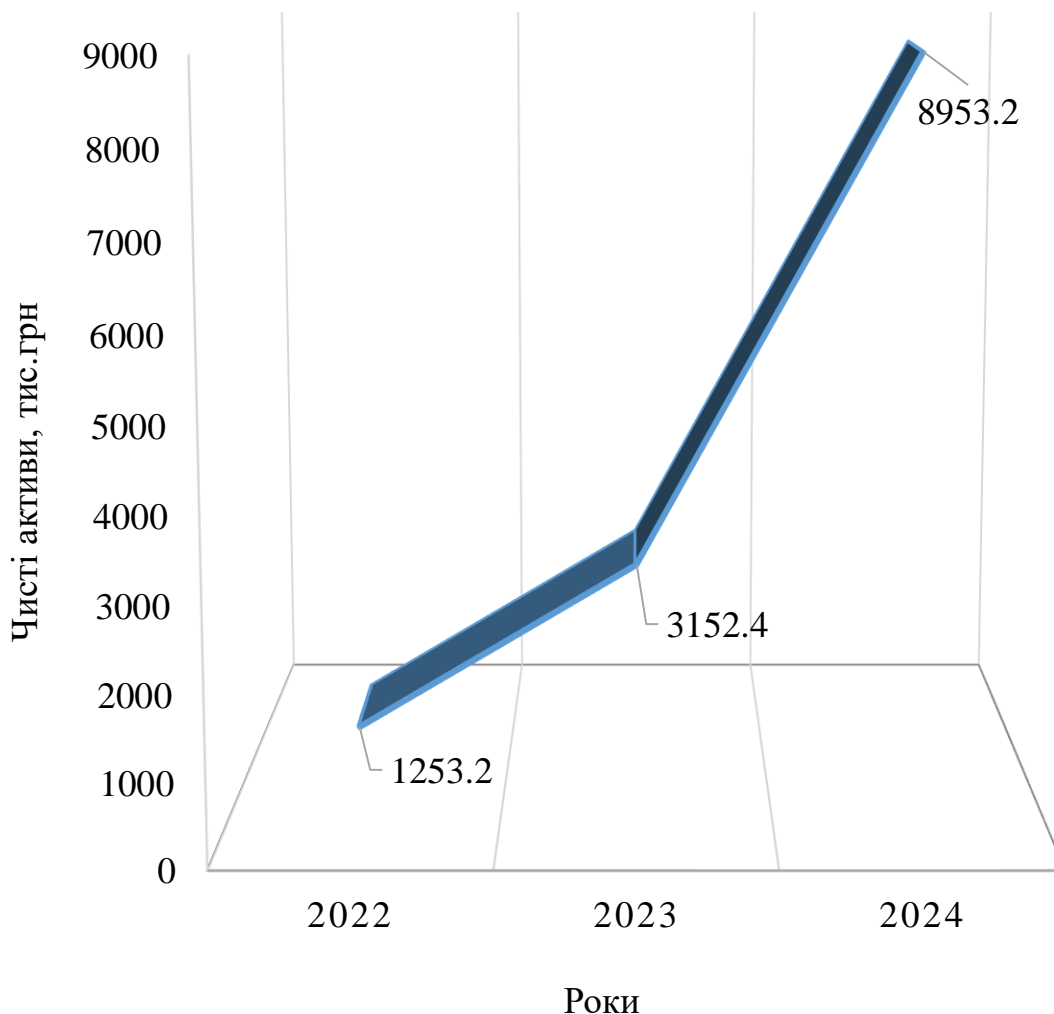


Рис. 2.2 – Динаміка чистих активів в ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр.

Що стосується чистого оборотного капіталу, то його розрахунок показав негативний результат на протязі 2022–2023 рр. (перевищення короткотермінових зобов'язань над оборотними активами), що свідчить про погану інвестиційну привабливість підприємства. В 2024 році тенденція змінилася в кращий бік і ЧОК підприємства досяг значення 5392,2 тис. грн. (рис.2.3). Це має позитивний вплив на платоспроможність підприємства, та його інвестиційну привабливість.

Далі проведемо аналіз фінансових показників ТОВ «УВК–Брацлав». Для цього розглянемо динаміку доходів (від реалізації, інших операційних доходів),

витрат підприємства (собівартості, інших операційних витрат), а також прибутку (чистого та валового).

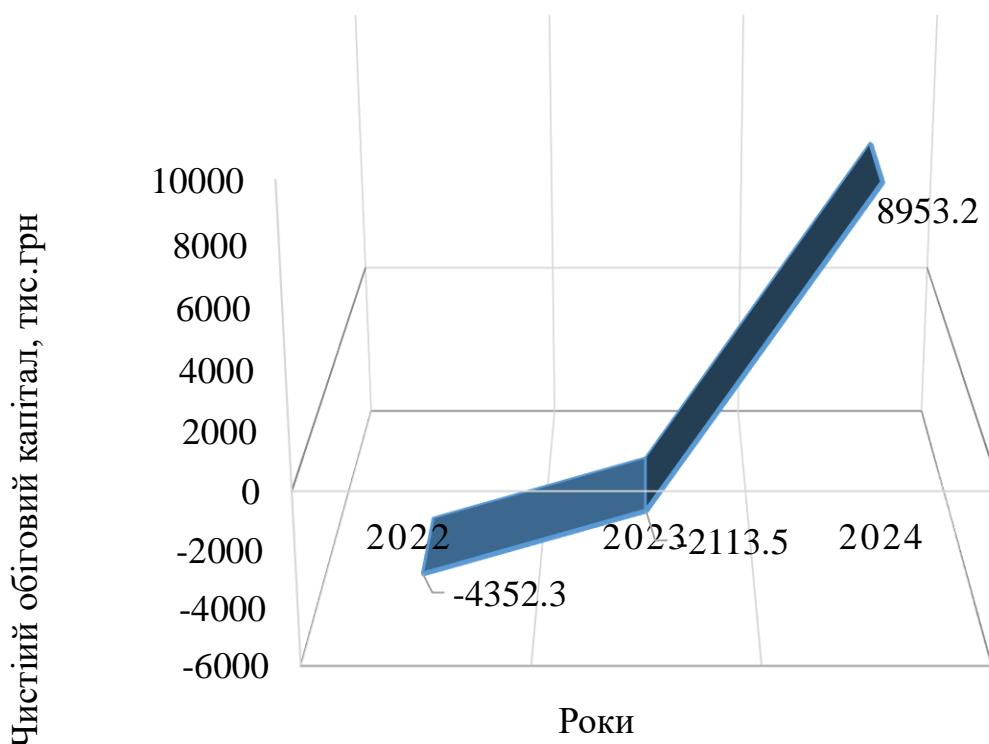


Рис. 2.3 – Динаміка чистого оборотного капіталу в ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр.

Значення цих показників і їх динаміка протягом трьох років представлені в табл. 2.5 та рис. 2.4–2.5.

Таблиця 2.5 – Динаміка основних фінансових результатів ТОВ «УВК–Брацлав» за 2022–2024 рр.

Показник	Роки			Темп зростання		Середній темп зростанняГр
	2022	2023	2024	2023/2022	2024/2023	
1	2	3	4	5	6	7
Чистий дохід від реалізації, тис. грн	22490,0	60844,1	70022,2	2,705	1,151	1,764

1	2	3	4	5	6	7
Собівартість, тис. грн	20360,4	55151,3	63940,3	2,709	1,159	1,772
Валовий прибуток, тис. грн	2129,6	5692,8	6081,9	2,673	1,068	1,689
Чистий прибуток, тис. грн	1253,2	3698,1	3878,4	2,951	1,048	1,759
Інші операційні доходи, тис. грн	440,5	1604,4	3576,0	3,642	2,229	2,849
Інші операційні витрати, тис. грн	1041,7	2787,0	4928,2	2,675	1,768	2,549

З табл. 2.5 видно, що чистий дохід від реалізації протягом 2022–2024 рр. збільшився, середній темп зростання за досліджуваний період склав 1,764.

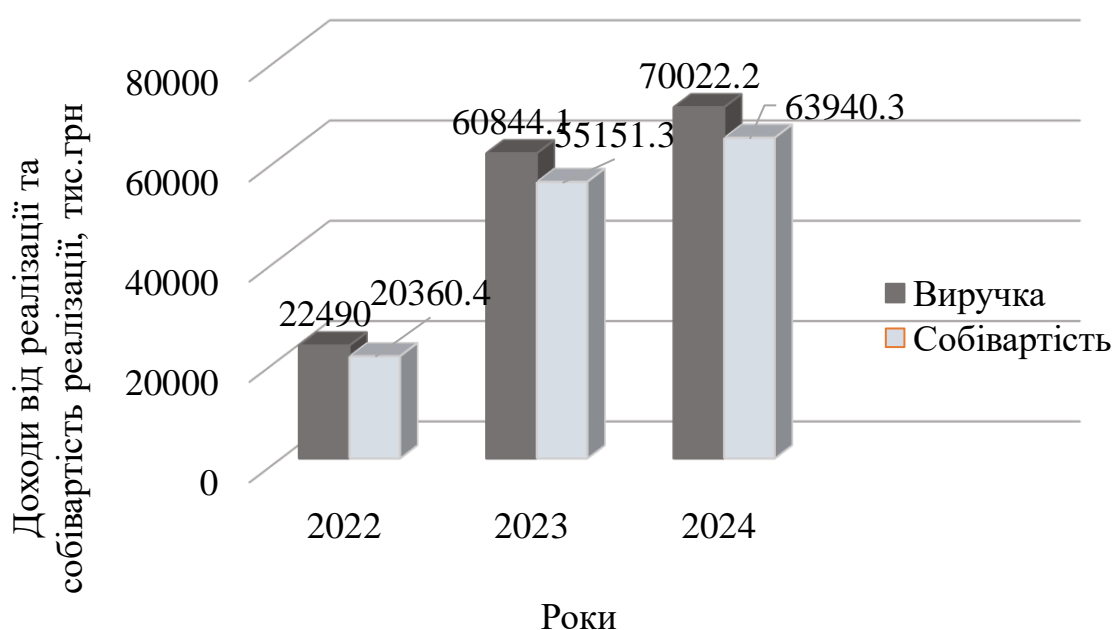


Рис. 1.4 – Динаміка доходу від реалізації та собівартості ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр.

У 2023 році доходи від реалізації збільшилися в 2,705 разів в порівнянні з 2022 роком, а в 2024 зросли відповідно в порівнянні з 2023 роком на 15,1%. Збільшення виручки пов'язано з розширенням діяльності підприємства на

експорт в країни Азії та Африки. Частка собівартості в чистому доході протягом 2022–2024 рр. зросла з 90,5% до 91,3% в 2024 році.

Підприємство за досліджуваний період є прибутковим, про що свідчить динаміка як валового так і чистого прибутку (рис.2.5)

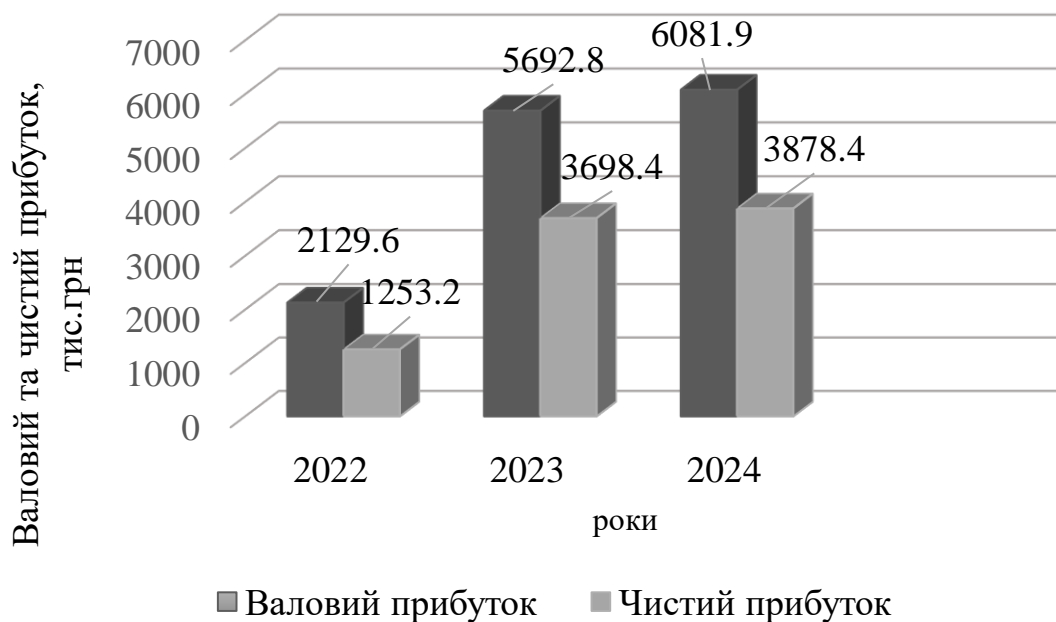


Рис 2.5 – Динаміка валового та чистого прибутку ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022 – 2024 рр.

З рис. 2.5 видно, що за три роки показник чистого прибутку збільшився в 3,1 рази (з 1253,2 до 3878,4 тис. грн). На це вплинуло значне зростання інших операційних доходів в 8,1 рази, в той же час зростання інших операційних витрат відбулося всього в 4,7 рази.

Таким чином, чиста прибутковість ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр. має дуже хорошу динаміку, що є позитивним фактом і свідчить про ефективну роботу керівництва підприємства.

Для більш глибокої діагностики фінансово-економічного стану підприємства проведемо аналіз ліквідності, фінансової стійкості та рентабельності роботи підприємства.

Аналіз ліквідності, в процесі якого увага фокусується на рух грошових коштів, вимірює здатність компанії виконувати свої короткострокові зобов'язання.

Основними коефіцієнтами ліквідності є:

1) коефіцієнт поточної ліквідності. Для його розрахунку використовується наступна формула [133]:

$$k_{\text{пот.л.}} = \text{ОА} / \text{КЗ}, \quad (2.1)$$

де $k_{\text{пот.л.}}$ – коефіцієнт поточної ліквідності;

ОА – оборотні активи, грн.;

КЗ – короткострокові зобов'язання, грн.

2) коефіцієнт термінової ліквідності [133]:

$$k_{\text{терм.л.}} = (\text{ДЗ} + \text{КФВ} + \text{ГК}) / \text{КЗ}, \quad (2.2)$$

де $k_{\text{терм.л.}}$ – коефіцієнт термінової ліквідності;

ДЗ – дебіторська заборгованість, грн.;

КФВ – короткострокові фінансові вкладення, грн.;

ГК – грошові кошти, грн.;

КЗ – короткострокові зобов'язання, грн.

3) коефіцієнт абсолютної ліквідності [133]:

$$k_{\text{абс.л.}} = \text{ГК} / \text{КЗ} \quad (2.3)$$

де $k_{\text{абс.л.}}$ – коефіцієнт абсолютної ліквідності;

ГК – грошові кошти, грн.;

КЗ – короткострокові зобов'язання, грн.

Отримані результати представлені в табл.2.6.

Таблиця 2.6 – Динаміка коефіцієнтів ліквідності активів ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр.

Показник	Нормативне значення	Роки		
		2022	2023	2024
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,5 – 2	0,638	0,879	1,213
Коефіцієнт термінової ліквідності	0,7 – 0,8	0,387	0,432	0,687
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,25–0,35	0,001	0,121	0,103

Аналіз даних табл. 2.6 дає підставу зробити висновок про те, що на підприємстві спостерігаються ознаки фінансової кризи, тому що всі коефіцієнти ліквідності знаходяться нижче нормативного значення. Але слід зауважити, що значення коефіцієнтів загальної ліквідності, термінової та абсолютної цього коефіцієнта протягом досліджуваного періоду 2022–2024 рр. демонструє позитивну динаміку. Так в 2022 р. на 1 грн. короткострокових зобов'язань припадало 0,638 грн. поточних активів, в 2024 р. – 1,213 грн (збільшення склало 90,1%).

У практиці аналізу ліквідності підприємства оптимальним значенням коефіцієнта термінової ліквідності є 0,7-0,8, тобто 70–80% своїх зобов'язань організація повинна бути здатна негайно погасити за рахунок грошових коштів, коштів у короткострокових фінансових вкладеннях, а також надходжень по розрахунках. За аналізований період в ТОВ «УВК–Брацлав» його значення є нижче нормативного, що говорить про кризу платежів.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності в 2024 році в 3,5 рази нижче нормативного 0,35, що свідчить про відсутність достатньої кількості грошей на поточному рахунку для погашення короткострокових зобов'язань, що свідчить про низьку платоспроможність підприємства, це є негативним фактом. Причина полягає в омертвінні грошей в дебіторській заборгованості, яка склала в 2024 році

14820,4 тис. грн. Керівництву компанії потрібно звернути увагу на кредитну політику з клієнтами і зробити її більш суворою.

Проведемо оцінку фінансової стійкості або платоспроможності підприємства. Фінансова стійкість підприємства характеризується рядом показників: коефіцієнт автономії, коефіцієнт залежності, коефіцієнт концентрації позикового капіталу, коефіцієнт маневреності, коефіцієнт інвестування, коефіцієнт фінансового ризику.

Для розрахунку коефіцієнта автономії використовується така формула [133]:

$$K_{\text{авт}} = \text{ВК} / \text{К}, \quad (2.4)$$

де ВК – власний капітал, грн;

К – сума капіталу, грн.

Ступінь залежності підприємства від кредиторів можна оцінити за допомогою коефіцієнта фінансової залежності. Розраховується він таким чином [133]:

$$K_{\text{зал}} = 1 / k_{\text{авт}} \quad (2.5)$$

3) коефіцієнта фінансового ризику [133]:

$$K_{\text{авт}} = \text{ПК} / \text{ВК}, \quad (2.6)$$

де ПК – позиковий капітал, грн;

ВК – власний капітал, грн.

Динаміка коефіцієнтів фінансової стійкості ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр. представлена в табл.2.7.

Нормативне значення коефіцієнта автономії повинно перевищувати 0,5. З табл. 2.7 видно, що підприємство не має фінансової автономії протягом 2022–2024 рр., тому що коефіцієнт автономії за ці роки менше 0,5.

Таблиця 2.7 – Динаміка коефіцієнтів фінансової стійкості ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр.

Показник	Роки		
	2022	2023	2024
Коефіцієнт автономії	0,094	0,153	0,261
Коефіцієнт залежності	10,638	6,536	3,831
Коефіцієнт фінансового ризику	9,600	6,527	2,833

Слід зазначити, що динаміка коефіцієнту автономії за досліджуваний період має позитивну тенденцію. Коефіцієнт автономії зріс з 0,094 в 2022 р. до 0,261 в 2024 р. Це свідчить про те, що господарська діяльність фірми стала більш стійкою і стабільною, рівень залежності від зовнішніх джерел фінансування зменшився, але фінансові ризики підприємства дуже високі, що значно знижує інвестиційну привабливість ТОВ «УВК–Брацлав».

Коефіцієнт фінансового ризику ТОВ «УВК–Брацлав» в 2022 році досить високий і в 9,6 разів перевищує порогове значення 1. Протягом 2023–2024 рр. фінансові ризики знизилися з 6,527 до 2,833 в 2024 році, але залишилися достатньо високими і керівництву потрібно звернути на це увагу.

Фінансовий стан організації багато в чому залежить від її здатності підтримувати достатній рівень прибутку. Результативність діяльності компанії оцінюється за допомогою показників рентабельності. Показники рентабельності дозволяють оцінити реальний рівень і динаміку ефективності діяльності компанії, тому що по-своєму економічному змісту характеризують прибуток, одержуваний з кожної гривні коштів, вкладених в діяльність компанії. Рентабельність оцінюється за допомогою системи показників, а саме:

1) рентабельність продажів [133]:

$$R_{\text{продажів}} = \text{ВП (ЧП)} / \text{В}, \quad (2.4)$$

де ВП (ЧП) – валовий або чистий прибуток, грн;

В – виручка, грн.

2) рентабельність виробництва [133]:

$$R_{\text{вир-ва}} = \text{ВП (ЧП)} / C, \quad (2.5)$$

де ВП (ЧП) – валовий або чистий прибуток, грн;

С – собівартість реалізованої продукції, грн.

3) рентабельність інвестицій (капіталу) [133]:

$$R_{\text{інв}} = \text{ЧП} / K, \quad (2.6)$$

де ЧП – чистий прибуток, грн;

К – сума капіталу, грн.

4) рентабельність активів:

$$R_A = \text{П}_{\text{до випл. нал.}} / A, \quad (2.7)$$

де $\text{П}_{\text{до випл. нал.}}$ – прибуток до виплати податків, грн;

A – середньорічна вартість активів, грн.

Розраховані показники рентабельності ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр. представлено в табл. 2.8.

Розрахунок рентабельності продажів за валовим прибутком в 2022–2024 рр. була дуже низькою і коливалася в діапазоні 8,69–9,47%%. Це пояснюється тим фактом, що частка собівартості в доході від реалізації збільшилася з 0,905 в 2022 р. до 0,913 в 2024 р. Це говорить про неефективну цінову політику підприємства в цьому році. Такий стан в компанії є приводом для підвищення цін на послуги та продукцію або для пошуку шляхів скорочення її собівартості.

Таблиця 2.8 – Динаміка коефіцієнтів рентабельності ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр.

Показник	Роки		
	2022	2023	2024
Рентабельність продажу (ВП), %	9,47	9,36	8,69
Рентабельність продажу (ЧП), %	5,57	6,08	5,54
Рентабельність виробництва (ВП), %	10,46	10,32	9,51
Рентабельність виробництва (ЧП), %	6,16	6,71	6,07
Рентабельність капіталу, %	9,43	17,98	11,30
Рентабельність активів, %	11,51	21,92	13,78

Рентабельність продажів за чистим прибутком коливалася в діапазоні 5,54–6,08%. Така ситуація свідчить про дуже низький запас фінансової міцності підприємства і при збільшенні цін на сировину може призвести до нерентабельності діяльності.

Рентабельності виробництва по валовому і чистому прибутку ТОВ «УВК–Брацлав» має аналогічну тенденцію, що і рентабельність продажів за 2022–2024 рр.

Рентабельність активів протягом 2022–2024 рр. змінювалася з 11,51% (2022 р.), до 21,92% в 2023 році, що було позитивною тенденцією. Але у підприємства не було кредитної привабливості з боку банків в 2023 році, оскільки рентабельність активів не перекривала значення облікової ставки Національного Банку за цей період (значення облікової ставки 25% [18]). В 2024 році рентабельність активів знизилася по відношенню до 2023 року і склала 13,78% (облікова ставка Національного Банку за цей період знаходилася в діапазоні 13–15% [18]) тому підприємство продовжує бути кредитно не привабливим для банків за рахунок низької рентабельності активів. Зниження рентабельності активів пояснюється збільшенням коефіцієнту зносу з 39,9% в 2023 році до 61,58% в 2024 році. Керівництву компанії потрібно розробити ряд заходів по оновленню активів підприємства з метою покращення ситуації.

2.3. Оцінка вартості бізнесу ТОВ «УВК–Брацлав»

Як вже зазначалося вище в першому розділі Існує чотири основні підходи до оцінки вартості бізнесу: витратний, порівняльний (ринковий), прибутковий та опціонний. Кожен з цих підходів включає в себе кілька методів.

Першим підходом до оцінки вартості компанії був обраний витратний. Він представлений двома методами: методом вартості чистих активів і методом ліквідаційної вартості. В даному випадку можна застосувати метод чистих активів.

Метод вартості чистих активів застосовують в тому випадку, якщо підприємство володіє значними матеріальними активами і очікується, що буде як і раніше діючим підприємством. ТОВ «УВК-Брацлав» відповідає цим критеріям, тому для оцінки вартості підприємства витратним підходом була обрана методологія чистих накопичених активів.

Процедура оцінки цим методом передбачає таку послідовність кроків: визначення ринкової вартості всіх активів компанії; визначення величини зобов'язань компанії; розрахунок різниці між ринковою вартістю активів і зобов'язань. Таким чином, базовою формулою є [63]:

$$C_B = A - Z, \quad (2.8)$$

де C_B – вартість підприємства, розрахована по методу чистих накопичених активів;

A – середньорічна вартість накопичених активів підприємства;

Z – середньорічна вартість накопичених зобов'язань підприємства.

Проведемо розрахунок вартості підприємства за 3 роки по цій формулі:

$$C_{B\ 2022} = 13283,7 - 12030,5 = 1253,21 \text{ (тис. грн),}$$

$$C_{B\ 2023} = 20574,4 - 17422,0 = 3\ 152,4 \text{ (тис. грн),}$$

$$C_{B\ 2024} = 34317,7 - 25364,8 = 8952,9 \text{ (тис. грн).}$$

Слід зазначити, що в даному випадку вартість підприємства ТОВ «УВК-Брацлав» є власним капіталом підприємства, який зосереджений в основних

засобах, матеріальних запасах, дебіторській заборгованості, грошових коштах та інших оборотних і необоротних активах.

Розрахуємо вартість підприємства ТОВ «УВК-Брацлав» за ринковим підходом. Порівняльний підхід базується на трьох методах: ринку капіталів, угод, галузевих капіталів. Але ці методи ефективні тільки при наявності великої достовірної фінансової інформації щодо конкретного підприємства і його аналогів. Така інформація відсутня, тому проведемо розрахунки за допомогою «золотого правила» оцінки бізнесу, де говориться, що типовий покупець не заплатить за підприємство більше ніж 4-х кратну величину прибутку до оподаткування [63].

$$C_p_{2022} = 1528,4 \times 4 = 6113,6 \text{ (тис. грн),}$$

$$C_p_{2023} = 4510,2 \times 4 = 18040,8 \text{ (тис. грн),}$$

$$C_p_{2024} = 4729,7 \times 4 = 18918,8 \text{ (тис. грн).}$$

Динаміка вартості ТОВ «УВК-Брацлав» за витратним та ринковим підходами за 2022–2024 рр. представлена на рис.2.6.

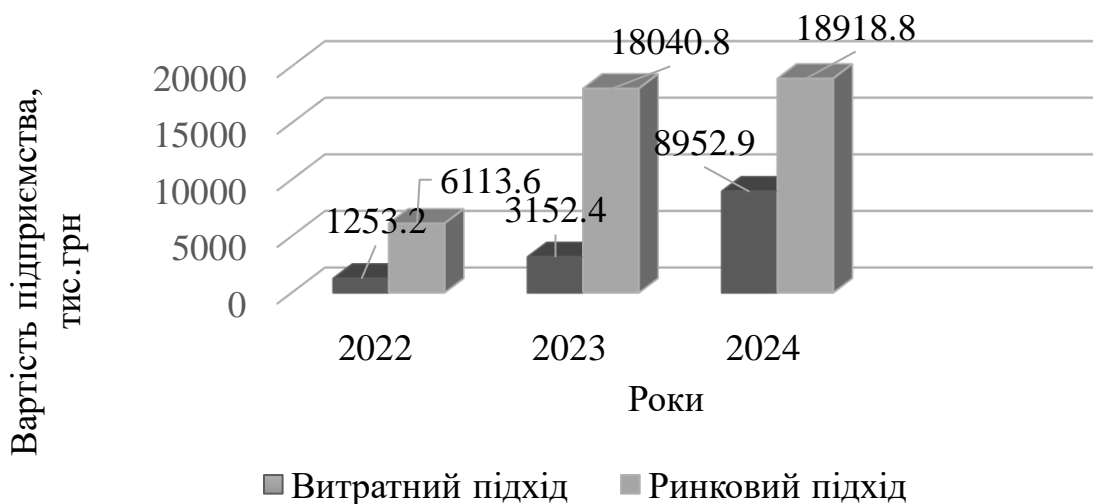


Рис. 2.6 – Динаміка вартості ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр.

З рис.2.6 видно, що за ринковим підходом вартість ТОВ «УВК-Брацлав» зросла в 2024 р. по відношенню до 2022 р. в 3,1 рази та досягла значення 18918,8 тис. грн. За витратним підходом вартість ТОВ «УВК-Брацлав» зросла в

2024 р. по відношенню до 2022 р. в 7,1 рази та досягла значення 8952,9 тис. грн. Таким чином, оцінка вартості підприємства за ринковим підходом для власників підприємства в цілях продажу є більш приваблива.

Оцінимо вартість підприємства за прибутковим (дохідним) підходом. Дохідний підхід вважається найбільш прийнятним з точки зору інвестиційних мотивів, оскільки будь-який інвестор, який вкладає гроші в діюче підприємство, в кінцевому підсумку купує не набір активів, який складається з будинків, споруд, машин, устаткування, нематеріальних цінностей і т. д., а потік майбутніх доходів, який дозволяє йому окупити вкладені кошти, отримати прибуток і підвищити свій добробут. Розрізняють декілька методів дохідного підходу – метод врахування грошових потоків, метод прямої капіталізації, метод «надприбутку» [63]. Метод дисконтування грошових потоків є дуже трудомістким, тому що передбачає моделювання грошових потоків і вимагає багато додаткової інформації, яку не представляється можливим отримати з тих форм звітності, які надає підприємство, тому розрахунки з даного методу не будуть об'єктивними. Метод «надприбутку» передбачає наявність на балансі підприємства будь-яких ноу-хау, що дозволяють отримувати додатковий дохід, порівняно з конкурентами. У ТОВ «УВК–Брацлав» на балансі відсутні нематеріальні активи, тому неможливо розрахувати вартість підприємства за методом «надприбутку», який дає додаткову вартість підприємств, в порівнянні з конкурентами.

У зв'язку з вищевикладеним найбільш прийнятним методом розрахунків вартості підприємства за дохідним підходом є метод прямої капіталізації доходів. Вартість підприємства (V_d) розраховується як співвідношення сукупного річного грошового потоку (ГП) або чистого прибутку (ЧП) підприємства до коефіцієнту капіталізації ($k_{\text{кап}}$) [63].

Коефіцієнт капіталізації розраховується як сума ставки дисконту (i) та коефіцієнту рекапіталізації ($k_{\text{рек}}$) [63].

Ставка дисконту i може бути розрахована як за методом САМР (використовується при моделюванні грошового потоку для власного капіталу) так і за методом середньозваженої вартості капіталу (Weighted Average Cost of Capital

– WACC) (використовується при моделюванні грошового потоку для всього інвестованого капіталу) [63].

Ставка дисконту (i) за моделлю CAMP розраховується по наступній формулі [7]:

$$i = \text{CAMP} = z + \beta \cdot (r_m - z) \quad (2.9)$$

де z – ставка прибутковості по безризиковим активам, %;

r_m – середньорічна прибутковість по акціям в галузі, до якої належить підприємство (якщо дані відсутні в якості показника можливо в розрахунках вибрати середньогалузеву рентабельність продукції);

$(r_m - z)$ – ринкова премія за ризик.

Безризикова ставка z – це ставка прибутковості по безризиковим цінним паперам, в якості яких в розрахунках беруть прибутковість по державних облігаціях. В наших розрахунках були вибрані державні облігації з дворічним терміном погашення., так для розрахунків прийняті наступні середні значення: 2022 р. – 18,90%; 2023 р. – 18,60%; 2024 р. – 16,02% [134]. Показник середньорічної прибутковості підприємств в області виробництва вагів для розрахунку прийнятий в розмірі 20%.

β – міра систематичного ризику вкладення інвестицій в даний вид бізнесу.

Бета-коефіцієнт, що знаходиться в межах від 0 до 1 свідчить про те, що підприємство функціонує на стабільному ринку, який не підлягає щоденній зміні цін. Якщо ж цей коефіцієнт більше 1, це говорить про те, що ризики на ринку високі, а сам ринок недостатньо стабільний. Для наших розрахунків з урахуванням можливих ризиків роботи підприємства в умовах війни приймемо значення β -коефіцієнту рівним 1,5.

Коригування розрахункової ставки дисконту слід робити за формулою Фішера [135]:

$$i_t = (1 + r)(1 + \tau) - 1 = r + \tau + r\tau, \quad (2.10)$$

де r – реальна прибутковість операції;

τ – річний темп інфляції.

Коефіцієнти рекапіталізації може знаходитися за трьома методами: Рингу, Інвуда та Хоскальда [63]. Частіше за все розрахунки ведуть за методом Рингу, який припускає лінійне повернення вкладеного в підприємство капіталу. Розрахунки норми повернення капіталу методом Рингу здійснюється по формулі [63]:

$$k_{рек}^{Ринг} = \frac{1}{n}, \quad (2.11)$$

де $k_{рек}^{Ринг}$ – коефіцієнт рекапіталізації, розрахований методом Рингу;

n – термін служби матеріальних активів підприємства.

В умовах нестабільного середовища, яке характерне для економіки України за прогнозний період повернення засобів на розвиток бізнесу прийемо часовий проміжок рівний 4 рокам.

Оцінку вартості підприємства (бізнесу) за опціонним підходом (модель Блека-Шоулаза) ведуть за формулами (1.4–1.6), наведеними в першому розділі роботи.

Для розрахунків за моделлю Блека-Шоулза у нашому випадку можна зробити наступні припущення:

а) P – капіталізація, у нашому випадку поточна ринкова капіталізація;

EX – номінальна вартість боргу;

б) t – дюрація боргу, коли зобов'язання компанії представляються у вигляді еквівалентної безкупонної облігації з терміном погашення, що дорівнює t . Для розрахунків вартості компанії візьмемо $t = 10$ років, тому що ділова репутація амортизується не більше 10 років [136];

в) σ – стандартне відхилення прибутковості на активи компанії. У вітчизняній практиці оцінки рекомендується використовувати σ в інтервалі 35 – 45% [60]. Для розрахунків значення σ прийнято на рівні 45%.

г) r – купонна ставка. В якості купонної ставки для оцінки вартості компанії обрана середньорічна ставка відсотка за державними облігаціями з дворічним терміном погашення. Так для розрахунків були прийняті наступні середні значення купонної ставки: 2022 р. – 18,90%; 2023 р. – 18,60%; 2024 р. – 16,02% [134].

Вихідні дані для визначення вартості ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр. представлено в табл. 2.9.

Таблиця 2.9 – Вихідні дані для розрахунку вартості ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр. прибутковим та опціонним підходами

Показник	Умовне позначення	Роки		
		2022	2023	2024
1	2	3	4	5
Прибуток підприємства до оподаткування	П _{до} , тис. грн.	1528,4	4510,2	4729,7
Чистий прибуток	ЧП, тис. грн.	1253,2	3698,4	3878,4
Індекс інфляції	τ , %	126,6	105,1	108,4
Річна прибутковість по державним облігаціям з дворічним терміном погашення в національній валюті	z , %	18,90	18,60	16,02
Поточна ринкова капіталізація	Р, тис. грн.	13283,7	20574,4	34317,7
Номінальна вартість боргу	ЕХ, тис. грн.	12030,5	17422,0	25364,8
Дюрація боргу	t , років	10	10	10
Купонна ставка (в моделі Блека-Шоулза)	r , %	18,90	18,60	16,02
Стандартне відхилення прибутковості	σ , %	45	45	45

Для визначення вартості підприємства по методу прямої капіталізації необхідно знайти коефіцієнт капіталізації, який знаходиться як сума ставки дисконту та коефіцієнту рекапіталізації. Розрахуємо ставку дисконту по формулі (2.9) за 2022–2024 рр. для ТОВ «УВК-Брацлав»:

$$i_{2022} = \text{СAMP}_{2022} = 18,90 + 1,5 \cdot (20 - 18,90) = 20,55\%;$$

$$i_{2023} = \text{СAMP}_{2023} = 18,60 + 1,5 \cdot (20 - 18,60) = 20,70\%;$$

$$i_{2024} = \text{СAMP}_{2024} = 16,02 + 1,5 \cdot (20 - 16,02) = 21,99\%.$$

Скорегуємо ставку дисконту за формулою Фішера (2.10) на річний темп інфляції за період з 2022 р. по 2024 р.:

$$i_{\tau}^{2022} = (0,2055 + 0,266 + 0,2055 \cdot 0,266) \cdot 100\% \approx 53,93\%;$$

$$i_{\tau}^{2023} = (0,2070 + 0,051 + 0,2070 \cdot 0,051) \cdot 100\% \approx 26,86\%;$$

$$i_{\tau}^{2024} = (0,2199 + 0,084 + 0,2199 \cdot 0,084) \cdot 100\% \approx 32,24\%.$$

Коефіцієнт рекапіталізації розраховуємо за формулою (2.11). В умовах нестабільного середовища, яке характерне для економіки України за прогностичний період повернення засобів на розвиток бізнесу приймемо часовий проміжок в 4 роки. Тоді значення коефіцієнту рекапіталізації складе:

$$k_{\text{рек}}^{\text{Ринг}} = \frac{1}{4} \cdot 100\% = 25,0\%.$$

Розрахувавши коефіцієнт рекапіталізації, можна визначити величину коефіцієнтів капіталізації для ТОВ «УВК–Брацлав» за 2022–2024 рр.:

$$k_{\text{кап}}^{2022} = 53,93 + 25,00 = 78,93\%;$$

$$k_{\text{кап}}^{2023} = 26,86 + 25,00 = 51,86\%;$$

$$k_{\text{кап}}^{2024} = 32,24 + 25,00 = 57,24\%.$$

Далі вартість ТОВ «УВК-Брацлав» за дохідним підходом методом прямої капіталізації за 2022 – 2024 рр.

$$V_{\text{д}}^{\text{Ринг}}_{2022} = 1253,2/0,7893 = 1587,74(\text{тис. грн});$$

$$V_{\text{д}}^{\text{Ринг}}_{2023} = 3698,4/0,5186 = 7131,51(\text{тис. грн});$$

$$V_{\text{д}}^{\text{Ринг}}_{2024} = 3878,4/0,5724 = 6775,68(\text{тис. грн}).$$

Розрахунок вартості ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022–2024 рр. за опціонним підходом проведемо за формулами 2.12–2.14 в Microsoft Excel. Результати розрахунку наведені в табл.2.10.

Таблиця 2.10 – Результати розрахунку вартості ТОВ «УВК-Брацлав» за моделлю Блека-Шоулза за 2022– 2024 рр.

Показник	Умовне позначення	Роки		
		2022	2023	2024
1	2	3	4	5
Вираз	d_1	1,97	1,90	1,63

Закінчення табл.2.10

1	2	3	4	5
Вираз	d_2	0,55	0,48	0,20
Кумулятивна нормальна ймовірність функції щільності	$N(d_1)$	0,9756	0,9714	0,9479
Нормальна ймовірність щільності	$N(d_2)$	0,7078	0,6840	0,5800
Вартість підприємства	V_0 , тис. грн	3258,20	4050,34	4771,72

Результати оцінки вартості ТОВ «УВК-Брацлав» за різними підходами приведені на рис. 2.7.

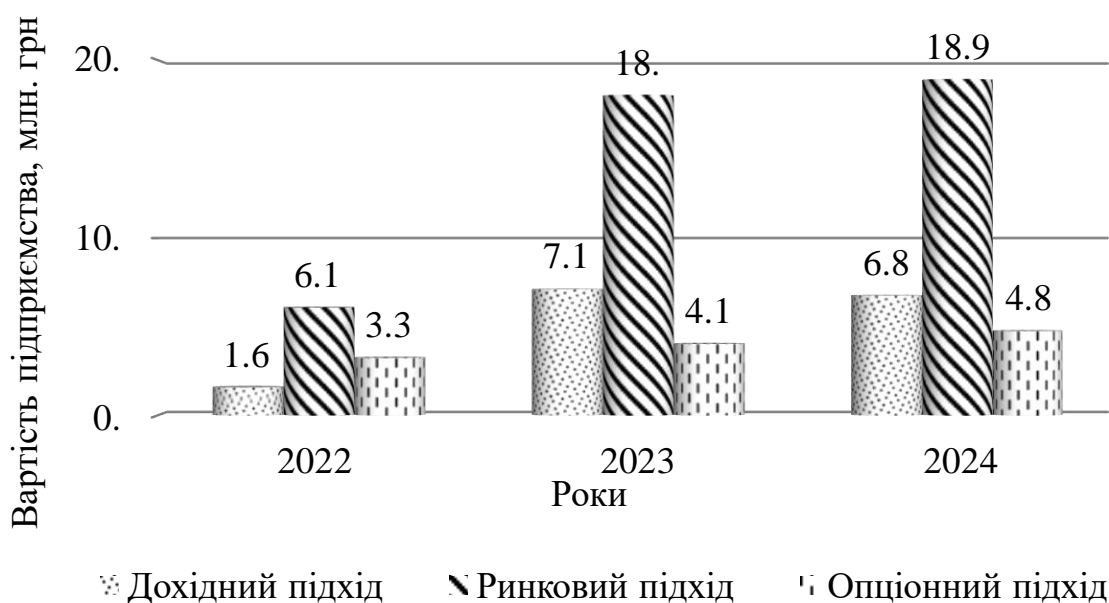


Рис. 2.7 – Динаміка вартості ТОВ «УВК-Брацлав» за 2022 – 2024 рр. за дохідним, ринковим і опціонним підходами

З рис. 2.7 видно, що вартість підприємства в розрізі кожного року має досить широкий діапазон коливань. Наприклад в 2022 р. вартість коливалась від 1,6 млн. грн (дохідний підхід) до 6,1 млн. грн. (ринковий підхід). Розмір максимальної вартості відрізняється від мінімальної складає 3,8 рази. В 2024 р.

відношення максимальної вартості підприємства до мінімальної зросло до $18,9/4,8 = 3,9$ разів.

За витратним, ринковим, прибутковим та опціонним підходами вартість ТОВ «УВК–Брацлав» зросла (за витратним в 7,1 рази, ринковим в 3,1 рази, прибутковим в 4,3 рази, а за опційним відповідно в 1,5 рази). В такому випадку виникає необхідність визначати середньозважену вартість підприємства, яка дасть більш конкретну величину вартості, на яку будуть орієнтуватися інвестори та покупці.

Висновки за розділом 2

За 2022–2024 рр. ефективність використання фондів підприємства збільшилася в 2,04 рази, про що свідчить динаміка фондівіддачі підприємства, яка зросла 3,757 грн/грн до 7,649 грн/грн.

На підприємстві спостерігається динаміка зростання чистих активів протягом 2022–2024 рр. Так, в 2022 році вони склали 1253,2 тис. грн, а в 2024 році в 7,14 разів більше і досягли значення 8953,2 тис. грн. Позитивне значення чистих активів підприємства свідчить про те, що підприємство швидко розвивається та розширює свою діяльність, що може позитивно вплинути на інвесторів та кредиторів.

Чистий оборотний капітал підприємства 2022–2023 рр. був від'ємним, тобто короткотермінові зобов'язання перевищували вартість оборотних активів, що свідчить про погану інвестиційну привабливість підприємства. В 2024 році тенденція змінилася в кращий бік і цей показник досяг значення 5392,2 тис. грн. Це має позитивний вплив на платоспроможність підприємства та його інвестиційну привабливість.

На протязі 2022–2024 рр. ТОВ «УВК-Брацлав» було прибутковим, про що свідчить динаміка зростання всіх видів прибутку. Так валовий прибуток зріс в 2,9 рази, а чистий прибуток зріс в 3,1 рази, що є позитивним фактом і свідчить про ефективну роботу керівництва підприємства.

Розрахунок рентабельності продажів за валовим прибутком показав, що рентабельність підприємства в 2022–2024 рр. була низькою. Це пояснюється тим, що частка собівартості в доході від реалізації збільшилася. Це говорить про неефективну цінову політику підприємства.. Такий стан в компанії є приводом для підвищення цін на послуги або для пошуку шляхів скорочення її собівартості.

На підприємстві спостерігаються ознаки фінансової кризи, тому що всі коефіцієнти ліквідності знаходяться нижче нормативного значення. Але слід зауважити, що значення коефіцієнтів загальної ліквідності, термінової та абсолютної цього коефіцієнта протягом досліджуваного періоду 2022–2024 рр. демонструє позитивну динаміку. Так в 2022 р. на 1 грн. короткострокових зобов'язань припадало 0,638 грн. поточних активів, в 2024 р. – 1,213 грн (збільшення склало 90,1%).

Підприємство не має фінансової автономії протягом 2022–2024 рр., тому що коефіцієнт автономії за ці роки менше 0,5.

Вартість підприємства в розрізі 2022–2024 рр. має досить широкий діапазон коливань. Наприклад в 2022 р. вартість коливалась від 1,6 млн. грн (дохідний підхід) до 6,1 млн. грн. (ринковий підхід). Розмір максимальної вартості відрізняється від мінімальної в 3,8 рази. В 2024 р. відношення максимальної вартості підприємства до мінімальної зросло до $18,9/4,8 = 3,9$ разів.

Таким чином, оцінка вартості підприємства за ринковим підходом для власників підприємства в цілях продажу є більш приваблива.

Слід зазначити, що за прибутковим підходом капіталізація бізнесу ТОВ «УВК–Брацлав» в 2024 році знизилася по відношенню до 2023 року майже на 5%, пояснюється це зростанням темпу інфляції в 2024 році по відношенню до 2023 року (105,1% в 2023 р., 108,4% в 2024 р). Якщо в наступному році темпи інфляції зростуть ще більше, а чистий прибуток компанії залишиться на теперішньому рівні, то капіталізація фірми за прибутковим підходом продовжить падати. Тому підприємству слід розробити стратегію розвитку компанії з метою укріплення своїх конкурентних позицій на світовому ринку, яка б дала змогу збільшити вартість капіталізації ТОВ «УВК–Брацлав».

3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОШУКУ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Вибір основних напрямків підвищення вартості підприємства

Оцінка вартості ТОВ «УВК–Брацлав» капіталізація за 2022–2024 рр. виявила, що за прибутковим підходом капіталізація бізнесу ТОВ «УВК–Брацлав» в 2024 році знизилася по відношенню до 2023 року майже на 5%, пояснюється це зростанням темпу інфляції в 2024 році по відношенню до 2023 року (105,1% в 2023 р., 108,4% в 2024 р). Якщо в наступному році темпи інфляції зростуть ще більше, а чистий прибуток компанії залишиться на теперішньому рівні, то капіталізація фірми за прибутковим підходом продовжить падати. Тому підприємству слід розробити стратегію розвитку компанії з метою укріплення своїх конкурентних позицій на світовому ринку, яка б дала змогу збільшити вартість капіталізації ТОВ «УВК–Брацлав». Тому таким актуальним є пошук шляхів підвищення вартості компанії.

Світова практика управління вартістю бізнесу [137–139] дає можливість виділити такі напрямки підвищення вартості ТОВ «УВК–Брацлав» (рис. 3.1), з якого видно, що капіталізація зростає завдяки здійсненню таких заходів:

- оптимізація фінансової структури (зменшення рівня заборгованості через реструктуризацію боргів; раціональне управління капіталом для забезпечення ефективного співвідношення між власним і позиковим капіталом);

- інвестиції у розвиток (реалізація інноваційних проєктів, які можуть підвищити конкурентоспроможність підприємства; розширення виробничих потужностей та освоєння нових ринків);

- удосконалення бізнес-процесів (автоматизація та цифровізація процесів для зниження операційних витрат; оптимізація логістики та управління ланцюгами постачання);

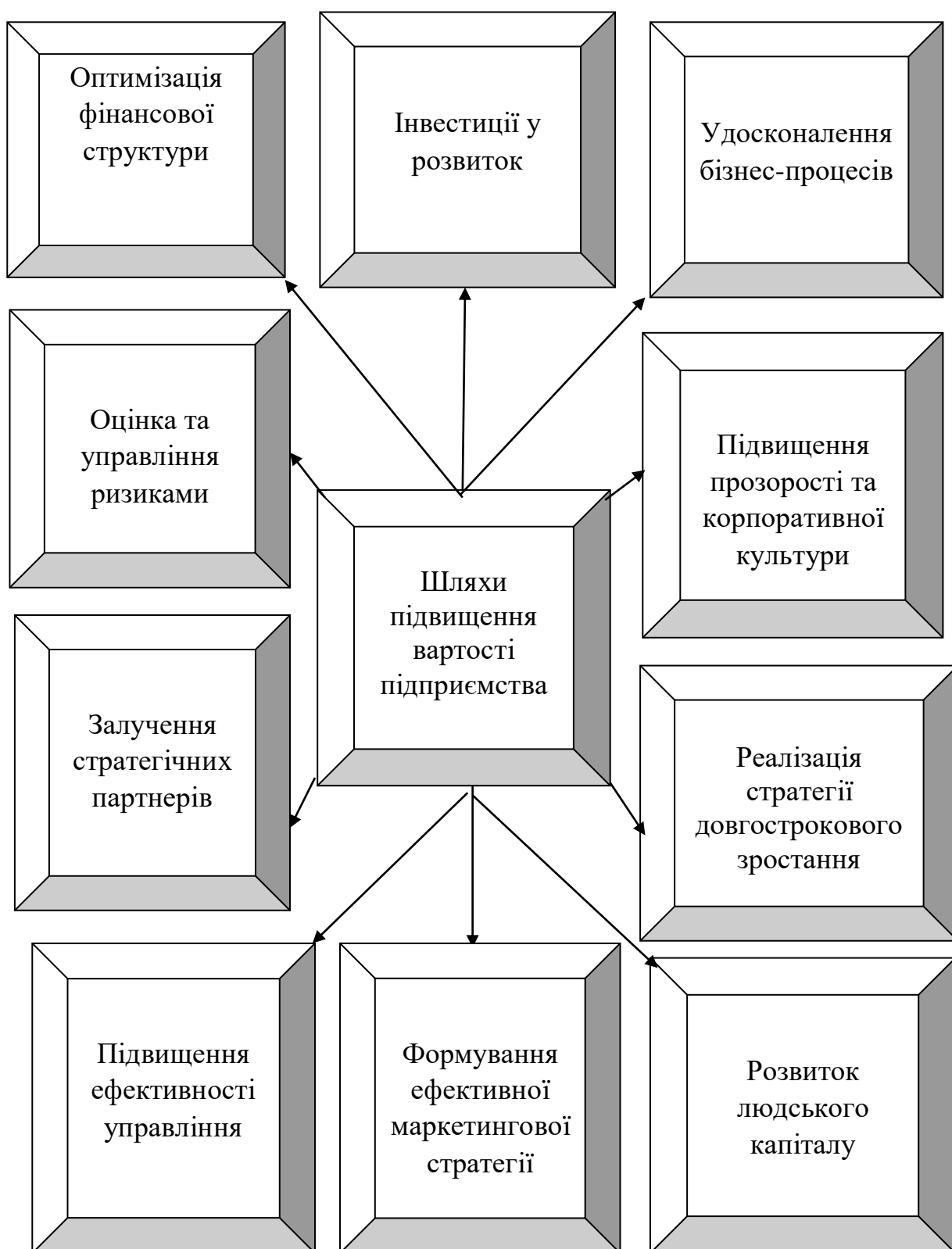


Рис. 3.1 – Шляхи підвищення вартості ТОВ «УВК–Брацлав»

Складено автором на основі аналізу фінансового стану підприємства

- підвищення ефективності управління (запровадження концепцій управління на основі збалансованої системи показників (BSC); використання показника економічної доданої вартості (EVA) для прийняття рішень);

- формування ефективної маркетингової стратегії (підвищення лояльності клієнтів шляхом поліпшення якості продукції чи послуг; побудова сильної брендової ідентичності, яка збільшує вартість бренду компанії);

- розвиток людського капіталу (інвестиції в навчання та професійний розвиток працівників; створення мотивуючої системи оплати праці, пов'язаної з результатами діяльності);

- оцінка та управління ризиками (регулярна діагностика можливих ризиків і розробка планів щодо їх мінімізації; диверсифікація бізнесу для зменшення залежності від одного джерела доходу);

- залучення стратегічних партнерів (пошук інвесторів або партнерів в Західній Європі та Канаді, які можуть забезпечити додаткові ресурси або технології, що підвищують ринкову позицію підприємства);

- підвищення прозорості та корпоративної культури (запровадження принципів ESG (екологія, соціальна відповідальність, управління), які сприяють зростанню репутації; публічність та прозорість фінансової звітності для залучення інвесторів);

- реалізація стратегії довгострокового зростання (формулювання та впровадження стратегічних планів розвитку, що орієнтовані на збільшення вартості для власників бізнесу та стейкхолдерів).

Кожен із цих шляхів потребує комплексного підходу, аналізу поточної ситуації підприємства та адаптації до специфіки ринку.

Слід зауважити, що діагностика фінансового стану ТОВ «УВК–Брацлав» за 2022–2024 рр., проведений у другому розділі виявив, що у підприємства спостерігаються ознаки фінансової кризи, тому що всі коефіцієнти ліквідності знаходяться нижче нормативного значення, тому потрібні заходи по підвищенню ліквідності активів. У ТОВ «УВК–Брацлав» на протязі досліджуваного періоду спостерігається відсутність фінансової незалежності, фінансові ризики

підприємства дуже високі, тому потрібні заходи, які будуть сприяти оптимізації структури капіталу. Такий стан справ на підприємстві потребує оптимізації його фінансової структури, тому розглянемо основні аспекти цього напрямку підвищення капіталізації більш детально (рис. 3.2).

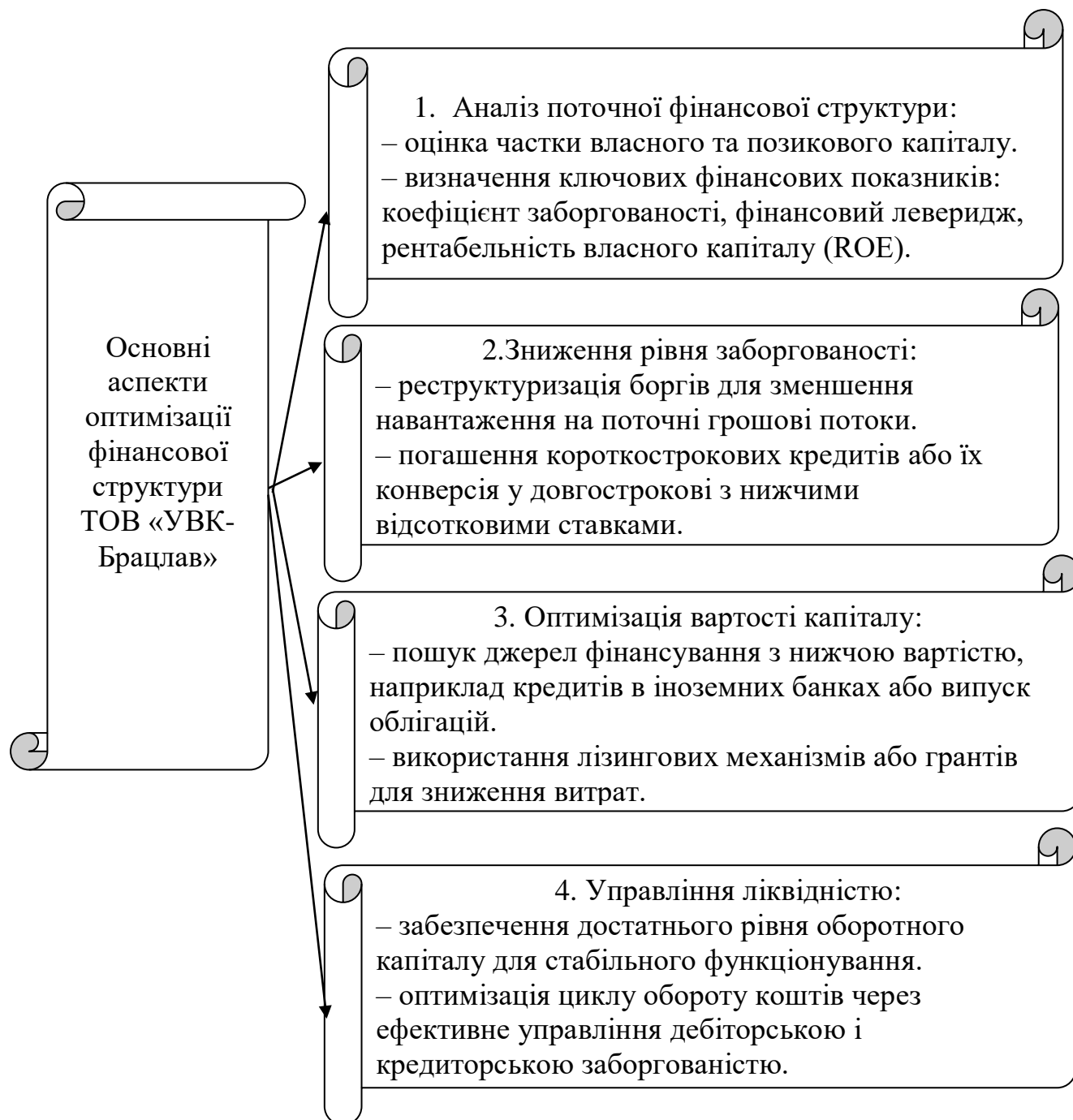


Рис. 3.2 – Основні аспекти оптимізації фінансової структури ТОВ «УВК–Брацлав»

Складено автором на основі аналізу фінансового стану підприємства та [24, 135]

В зв'язку з тим, що у ТОВ «УВК–Брацлав» дуже низький коефіцієнт фінансової автономії за 2022–2024 рр. (діапазон значень 0,094–0,261), рентабельність капіталу (13,78% в 2024 р.), то розглянемо більш детально заходи щодо збалансування власного і позикового капіталу, тобто підтримання такого співвідношення, яке дозволяє забезпечити фінансову стійкість та максимізувати рентабельність капіталу та активів.

Збалансування власного і позикового капіталу є ключовим інструментом для забезпечення фінансової стабільності підприємства, зменшення ризиків і підвищення рентабельності. Оптиміальне співвідношення цих джерел фінансування дозволяє ефективно використовувати ресурси, мінімізувати витрати на капітал і зберігати конкурентоспроможність. Механізми збалансування капіталу компанії наведені на рис.3.3.



Рис. 3.3 – Механізми збалансування капіталу ТОВ «УВК–Брацлав»

Складено автором на основі аналізу фінансового стану підприємства та [24,135]

В результаті запровадження запропонованого механізму збалансування капіталу очікуються такі результати:

- забезпечення фінансової стійкості та зниження ризиків неплатоспроможності.
- оптимізація вартості капіталу і підвищення рентабельності.
- збільшення довіри з боку інвесторів і кредиторів завдяки стабільній фінансовій структурі.
- підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Збалансування власного і позикового капіталу дозволить підприємству ефективно управляти фінансовими ресурсами і підвищити свою інвестиційну привабливість.

Ще одним ключовим аспектом оптимізації фінансової структури є заходи щодо підвищення ефективності управління активами. Ефективне управління ліквідністю забезпечує підприємству здатність своєчасно виконувати фінансові зобов'язання, стабільно функціонувати і знижувати ризики фінансових труднощів.

Основні напрямки:

1) забезпечення достатнього рівня оборотного капіталу:

а) аналіз потреб у капіталі (регулярний моніторинг рівня оборотного капіталу для підтримання балансу між активами і пасивами; планування грошових потоків на коротко- і середньострокову перспективу.

б) резервування коштів (формування фінансового резерву для покриття непередбачених витрат або фінансових ризиків)

в) диверсифікація джерел фінансування (використання різних джерел, таких як короткострокові кредити, факторинг або емісія облігацій для забезпечення потреб в оборотному капіталі.

2) оптимізація циклу обороту коштів:

а) управління дебіторською заборгованістю (зменшення термінів оплати рахунків шляхом впровадження чітких умов контрактів; використання знижок за дострокову оплату для стимулювання швидшого надходження коштів;

моніторинг платоспроможності клієнтів і мінімізація ризиків виникнення проблемних боргів)

б) управління кредиторською заборгованістю (оптимізація термінів розрахунків із постачальниками з метою використання максимально можливих строків без порушення умов контрактів; перегляд умов договорів для отримання вигідніших умов оплати або відстрочок.

в) скорочення фінансового циклу (прискорення реалізації продукції та зниження обсягів запасів для зменшення строку заморожування коштів; запровадження практики Just-in-Time для оптимізації закупівель і зберігання запасів.

3) Автоматизація процесів управління ліквідністю:

а) використання спеціалізованих програмних рішень для моніторингу та прогнозування грошових потоків.

б) інтеграція ERP-систем для автоматизованого обліку оборотних активів і пасивів.

Оптимізація фінансової структури представляє собою оперативну програму підвищення вартості ТОВ «УВК–Брацлав», яка дозволить йому швидко вийти з кризового фінансового стану та підвищити:

- ліквідність активів;
- фінансову стійкість та платоспроможність підприємства;
- рентабельність активів;
- інвестиційну та кредитну привабливість підприємства.

Решта шляхів, наведених на рис. 3.1, є ключовими напрямками забезпечення довгострокового зростання вартості підприємства, тому зведемо їх у стратегічну програму підвищення капіталізації вартості компанії (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Стратегічна програма підвищення капіталізації ТОВ «УВК–Брацлав» на перспективу

Шляхи підвищення вартості підприємства	Основні напрямки та заходи	Очікувані результати
1	2	3
1. Інвестиції у розвиток	<p>1. Реалізація інноваційних проєктів:</p> <ul style="list-style-type: none"> – впровадження нових технологій: автоматизація та цифровізація виробничих процесів; використання сучасного обладнання для підвищення ефективності; – розробка нових продуктів: інвестиції у дослідження та розробки (R&D) для створення інноваційної продукції; використання сучасних трендів і потреб ринку, таких як екологічні або енергозберігаючі рішення. – інтеграція інновацій у бізнес-процеси: використання штучного інтелекту, аналітики даних та автоматизованих систем для підвищення операційної ефективності. <p>2. Розширення виробничих потужностей:</p> <ul style="list-style-type: none"> – модернізація існуючих виробництв: підвищення продуктивності та зниження витрат через оптимізацію виробничих процесів; – будівництво нових виробничих об'єктів: інвестиції у створення додаткових потужностей для задоволення зростаючого попиту. – диверсифікація виробництва: випуск нових видів продукції для зниження залежності від одного сегмента ринку. <p>3. Освоєння нових ринків:</p> <ul style="list-style-type: none"> – вихід на міжнародні ринки: аналіз іноземних ринків і пошук можливостей для експорту; адаптація продуктів до специфіки локальних ринків. – пошук нових цільових аудиторій: використання маркетингових досліджень для ідентифікації потенційних клієнтів; розробка рекламних кампаній, орієнтованих на розширення клієнтської бази. – партнерство та франчайзинг: – створення стратегічних альянсів або відкриття франчайзингових точок у нових регіонах. 	<ul style="list-style-type: none"> – зростання обсягів продажів за рахунок освоєння нових ринків (Західна Європа, Африка, Канада); – підвищення продуктивності та конкурентоспроможності продукції; – довгострокове зростання фінансових показників і вартості підприємства. – створення позитивного іміджу та ділової репутації підприємства

Продовження табл.3.1

1	2	3
2. Удосконалення бізнес-процесів	<p>1. Автоматизація та цифровізація процесів:</p> <ul style="list-style-type: none"> – впровадження сучасних технологій: використання ERP-систем для інтеграції та управління всіма основними бізнес-процесами (фінанси, виробництво, постачання, продажі); впровадження CRM-систем для автоматизації роботи з клієнтами; цифровізація документообігу; перехід на електронний документообіг для зменшення часу і витрат на управління інформацією. – роботизація рутинних завдань: використання RPA (Robotic Process Automation) для автоматизації повторюваних завдань, таких як облік, звітність або управління даними; аналітика даних та штучний інтелект; використання великих даних (Big Data) для прийняття обґрунтованих рішень; інтеграція AI для прогнозування попиту, аналізу ризиків і підтримки операційних процесів. <p>2. Оптимізація логістики та управління ланцюгами постачання:</p> <ul style="list-style-type: none"> – раціоналізація логістичних операцій: оптимізація маршрутів постачання для скорочення витрат на транспортування; зменшення термінів доставки за рахунок використання сучасних логістичних платформ. – інвентаризація та управління запасами: впровадження автоматизованих систем управління складом (WMS); використання методу Just-in-Time для скорочення витрат на зберігання. – побудова прозорого ланцюга постачання: впровадження блокчейн-технологій для забезпечення прозорості та відстеження походження товарів; налагодження співпраці з надійними постачальниками для зменшення ризиків. – зменшення втрат: ідентифікація та усунення вузьких місць у ланцюзі постачання; використання аналітичних інструментів для моніторингу ефективності логістичних процесів. 	<ul style="list-style-type: none"> – зниження операційних витрат і підвищення прибутковості; – прискорення виконання бізнес-процесів і підвищення їхньої точності; – покращення якості обслуговування клієнтів за рахунок швидкої доставки та точності виконання замовлень; – збільшення прозорості та контрольованості операцій.

Продовження табл.3.1

1	2	3
<p>3.Підвищення ефективності управління</p>	<p>1. Запровадження концепцій управління на основі збалансованої системи показників (BSC):</p> <ul style="list-style-type: none"> – сутність BSC: BSC – це інструмент стратегічного управління, що дозволяє підприємству забезпечити баланс між фінансовими та нефінансовими аспектами діяльності; включає чотири ключові перспективи: фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси, навчання та розвиток. – переваги використання: поєднання стратегічних і операційних цілей; поліпшення прозорості процесів і спрощення контролю за виконанням стратегічного плану; зосередження уваги не тільки на короткострокових фінансових результатах, а й на довгострокових факторах успіху. <p>2. Використання показника економічної доданої вартості (EVA) для прийняття рішень.</p> <p>Сутність EVA– це фінансовий показник, який демонструє, наскільки прибуток підприємства перевищує витрати на залучений капітал; формула EVA: $EVA = NOPAT - (WACC \times IC)$ EVA=NOPAT–(WACC×IC), де NOPAT – чистий операційний прибуток після оподаткування;</p> <ul style="list-style-type: none"> WACC – середньозважена вартість капіталу; IC – інвестований капітал. 	<ul style="list-style-type: none"> – поліпшення стратегічного планування завдяки інтеграції фінансових і нефінансових показників; – підвищення прозорості управлінських рішень і залучення працівників до досягнення стратегічних цілей; – оптимізація розподілу капіталу, що призводить до зростання вартості підприємства; – підвищення довгострокової конкурентоспроможності та фінансової стійкості; – інтеграція BSC та EVA в управління підприємством сприяє досягненню збалансованого розвитку та ефективного використання ресурсів.

Продовження табл. 3.1

1	2	3
4.Маркетингові стратегії	<p>1. Підвищення лояльності клієнтів шляхом поліпшення якості продукції чи послуг:</p> <ul style="list-style-type: none"> – якість продукції/послуг: впровадження стандартів якості (ISO, HACCP тощо) для забезпечення стабільного рівня продукції; регулярний збір і аналіз зворотного зв'язку від клієнтів для вдосконалення товарів і послуг; – персоналізований підхід: налаштування продуктів або сервісів під індивідуальні потреби споживачів; використання CRM-систем для аналізу поведінки клієнтів і прогнозування їхніх потреб; – підвищення рівня обслуговування: запровадження програм навчання персоналу для покращення взаємодії з клієнтами; розвиток мультиканального обслуговування (онлайн, офлайн, мобільні додатки) для зручності споживачів; – програми лояльності: створення бонусних систем, знижок та акцій для постійних клієнтів; розробка спеціальних пропозицій для клієнтів із високою частотою покупок. <p>2. Побудова сильної брендової ідентичності:</p> <ul style="list-style-type: none"> – розробка унікального бренду: визначення ключових цінностей та місії бренду, які відображають його унікальність; розробка привабливого дизайну, логотипу та слогана, які легко запам'ятовуються; – репутація бренду: активна взаємодія з аудиторією через соціальні мережі та інші канали комунікації: участь у суспільно значущих ініціативах, які формують позитивний імідж (ESG-проекти, екологічна відповідальність); – розширення впізнаваності: використання сучасних інструментів цифрового маркетингу: таргетована реклама, контент-маркетинг, SEO-оптимізація; партнерства з відомими брендами або інфлюенсерами; – емоційна складова: створення історій і асоціацій, які викликають емоційний зв'язок із брендом; проведення інтерактивних акцій і заходів, що залучають споживачів до бренду. 	<ul style="list-style-type: none"> – збільшення довгострокової клієнтської бази за рахунок підвищення лояльності; – розширення ринкової частки завдяки впізнаваності та позитивному іміджу бренду; – зростання вартості нематеріальних активів, таких як торгові марки, репутація та патенти; – зміцнення позицій підприємства у висококонкурентних галузях.

Продовження табл. 3.1

1	2	3
<p>5. Розвиток людського капіталу</p>	<p>1. Інвестиції в навчання та професійний розвиток працівників:</p> <ul style="list-style-type: none"> – забезпечення доступу до навчальних програм, курсів підвищення кваліфікації, тренінгів, семінарів та конференцій для співробітників; – інвестування в розвиток ключових навичок і компетенцій, необхідних для виконання сучасних завдань і адаптації до змін в умовах ринку; – підтримка програм наставництва та обміну досвідом між досвідченими та новими працівниками, що сприяє швидшому впровадженню нових знань та технологій; – розвиток корпоративної культури, орієнтованої на навчання, інновації та постійне самовдосконалення; <p>2. Створення мотивуючої системи оплати праці, пов'язаної з результатами діяльності:</p> <ul style="list-style-type: none"> – впровадження системи бонусів, премій, комісійних виплат, що безпосередньо залежать від досягнення індивідуальних і командних результатів; – використання різних мотиваційних механізмів, таких як акції, опціони або інші форми компенсацій, що стимулюють співробітників до досягнення високих результатів; – забезпечення прозорості та справедливості в системі оцінки та винагороди, щоб працівники мали чітке уявлення про те, як їхня праця впливає на заробіток і розвиток компанії; – розвиток політики кар'єрного зростання та професійного розвитку, що дозволяє мотивувати співробітників до досягнення більш високих результатів за допомогою можливості просування по службі. 	<ul style="list-style-type: none"> – досягнення конкурентних переваг та стабільного розвитку компанії; – підвищення продуктивності праці; – підвищення прибутку та вартості підприємству.

1	2	3
<p>6. Оцінка та управління ризиками</p>	<p>1. Регулярна діагностика можливих ризиків і розробка планів щодо їх мінімізації:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проведення систематичних аналізів і оцінки ризиків, які можуть вплинути на діяльність підприємства (фінансові, операційні, ринкові, правові, екологічні тощо); – використання інструментів і методик, таких як SWOT-аналіз, PEST-аналіз, а також моделювання сценаріїв для прогнозування можливих загроз і їх наслідків; – розробка планів управління ризиками, включаючи стратегії для їх уникнення, зменшення або перенесення на інші сторони (страхування, партнерства, хеджування); – створення спеціалізованих підрозділів або команд для моніторингу та оперативного реагування на ризики, а також навчання співробітників для виявлення та управління ризиками. <p>2. Диверсифікація бізнесу для зменшення залежності від одного джерела доходу:</p> <ul style="list-style-type: none"> – розширення асортименту товарів або послуг, щоб знизити залежність від конкретного продукту чи ринку. Це дозволяє зменшити ризики, пов'язані з змінами в попиті чи цінових коливаннях; – географічна диверсифікація — вихід на нові ринки або розширення присутності на існуючих ринках для зменшення ризиків, пов'язаних з економічними чи політичними змінами в окремих регіонах; – диверсифікація в різні галузі чи сектора економіки, що дозволяє зменшити вплив змін в окремих галузях на загальну фінансову стабільність підприємства. – пошук нових каналів розподілу та продажу, а також укладання стратегічних партнерств з іншими підприємствами для забезпечення додаткових джерел доходу та зміцнення фінансової стійкості. 	<ul style="list-style-type: none"> – мінімізація потенційних негативних наслідків ризиків; – збільшення гнучкості і здатності адаптуватися до змін на ринку; – збільшення вартості підприємства

1	2	3
7. Залучення стратегічних партнерів	<p>1. Пошук інвесторів або партнерів, які можуть забезпечити додаткові ресурси або технології:</p> <ul style="list-style-type: none"> – інвестори: пошук фінансових партнерів, які готові вкласти капітал в розвиток бізнесу або конкретні проекти. Це можуть бути венчурні капіталісти, приватні інвестори або інвестиційні компанії, що спеціалізуються на підтримці інноваційних підприємств. – технологічні партнери: співпраця з компаніями, що мають доступ до новітніх технологій або спеціалізуються на дослідженнях та розробках. Це дозволяє підприємству отримати конкурентні переваги завдяки інноваціям та новим рішенням без необхідності самостійно розробляти ці технології. – спільні підприємства (joint ventures): створення спільних підприємств із партнерами для реалізації певних бізнес-проектів, що дозволяє поділити витрати, ризики та отримати доступ до нових ринків або ресурсів. – постачальники та дистриб'ютори: пошук стратегічних партнерів серед постачальників сировини, матеріалів або дистриб'юторів, що можуть забезпечити ефективність ланцюга постачання або збільшити охоплення ринку. <p>2. Злиття або поглинання, що підвищують ринкову позицію підприємства:</p> <ul style="list-style-type: none"> – злиття (mergers): об'єднання двох або більше компаній для створення більш потужної структури з більшими можливостями для зростання, підвищення ефективності або зміцнення позицій на ринку. Це може бути особливо вигідним у випадках, коли обидва бізнеси мають доповнюючі сильні сторони; – поглинання (acquisitions): придбання іншої компанії з метою розширення портфеля продуктів або послуг, доступу до нових ринків або технологій. Поглинання дозволяє швидко збільшити частку на ринку і отримати доступ до ресурсів, яких бракує підприємству. – консолідація ринку: об'єднання з конкурентами або іншими компаніями, що дозволяє скоротити конкуренцію, підвищити ринкову частку та знизити витрати завдяки економії на масштабах. – поглинання підприємств в суміжних галузях: це дає можливість диверсифікації бізнесу, зниження залежності від одного сектору і підвищення стійкості до ринкових коливань. 	<ul style="list-style-type: none"> – зростання потужностей; – підвищення конкурентоспроможності підприємства; – розширення портфелю продуктів та послуг підприємства; – підвищення ринкової частки ринку; – підвищення вартості підприємства

Продовження табл. 3.1

1	2	3
<p>8. Підвищення прозорості та корпоративної культури</p>	<p>1. Запровадження принципів ESG (екологія, соціальна відповідальність, управління), які сприяють зростанню репутації:</p> <ul style="list-style-type: none"> – екологічна відповідальність: впровадження практик, які мінімізують негативний вплив на навколишнє середовище (ефективне використання ресурсів, скорочення викидів, переробка відходів, застосування сталих технологій). Це не лише покращує екологічний імідж компанії, але й відповідає вимогам урядів та міжнародних організацій щодо захисту навколишнього середовища. – соціальна відповідальність: реалізація ініціатив, що сприяють розвитку місцевих спільнот, підтримка добробуту працівників, створення рівних можливостей для всіх співробітників та клієнтів, а також залучення до благодійних і соціальних проєктів.. – управління (Governance): створення ефективної системи корпоративного управління, що забезпечує прозорість у прийнятті рішень, підтримку етики та боротьбу з корупцією; – вигоди від впровадження ESG: компанії, які активно впроваджують принципи ESG, отримують конкурентні переваги. <p>2. Публічність та прозорість фінансової звітності для залучення інвесторів:</p> <ul style="list-style-type: none"> – регулярна фінансова звітність: публікація чітких та зрозумілих фінансових звітів за міжнародними стандартами (наприклад, МСФЗ), що демонструє точну картину фінансового стану компанії; – аудит та перевірки: регулярні аудити незалежними компаніями для перевірки достовірності фінансових даних; – прозорість у веденні бізнесу: окрім фінансової звітності, публікація стратегічних планів, досягнень, ризиків і викликів компанії дозволяє створити відчуття відкритості та забезпечити довіру з боку інвесторів, акціонерів та інших зацікавлених сторін. – залучення соціально відповідальних інвесторів: компанії, які дотримуються принципів ESG та публікують прозорі фінансові звіти, можуть залучати інвесторів, зацікавлених не лише у фінансовій вигоді, але й у соціальній та екологічній відповідальності. 	<ul style="list-style-type: none"> – відповідальність перед суспільством допомагає створенню позитивного іміджу підприємства; – підвищення лояльності споживачів; – підвищення інтересу інвесторів до підприємства; – поліпшення репутації підприємства; – співпраця з іншими відповідальними компаніями; – підвищення рівня довіри з боку інвесторів та стейкхолдерів; – підвищення вартості підприємства

Продовження табл. 3.1

1	2	3
<p>9. Реалізація стратегії довгострокового зростання</p>	<p>1. Формулювання стратегічних планів розвитку:</p> <ul style="list-style-type: none"> – визначення довгострокових цілей: підприємство повинно чітко визначити свої стратегічні цілі, орієнтуючись на потреби акціонерів, співробітників, клієнтів і суспільства; – аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища: використання інструментів стратегічного аналізу (SWOT, PEST, аналіз конкурентів) для оцінки можливих загроз та можливостей, а також внутрішніх сильних і слабких сторін компанії; – формулювання стратегії: розробка чітких планів щодо розвитку бізнесу, диверсифікації, інвестицій, підвищення операційної ефективності або впровадження нових технологій. <p>2. Впровадження стратегічних планів:</p> <ul style="list-style-type: none"> – постановка конкретних задач та термінів: стратегічні плани повинні мати чітке розподілення задач на короткострокові, середньострокові та довгострокові. Для кожної задачі необхідно встановити конкретні терміни виконання, ресурси та відповідальних осіб. – інвестування в інновації та розвиток: одним із важливих аспектів стратегії є інвестування в дослідження та розробки, нові технології та вдосконалення процесів; – оцінка результатів та коригування: регулярний моніторинг прогресу у реалізації стратегії дозволяє своєчасно виявляти проблеми та коригувати дії для досягнення поставлених цілей. <p>3. Орієнтація на збільшення вартості для зацікавлених сторін:</p> <ul style="list-style-type: none"> – максимізація прибутковості та ефективності: підвищення ефективності операційної діяльності, оптимізація витрат та збільшення. – залучення інвесторів; – підвищення лояльності клієнтів і співробітників: задоволення потреб клієнтів, забезпечення високої якості продукції та послуг, а також підтримка мотивованої і кваліфікованої команди. 	<ul style="list-style-type: none"> – зростання доходів, розширення ринків, підвищення ефективності, інновації в продуктах і послугах; – підвищення конкурентоспроможності підприємства; – забезпечення стабільних фінансових показників роботи в довгостроковій перспективі; – збільшення вартості підприємства; – створення додаткової вартості для стейкхолдерів.

Складено автором на основ практичного досвіду роботи успішних компаній [137–139]

З табл. 3.1 видно, що 4 напрямки з 9 щодо підвищення капіталізації вартості бізнесу пов'язані з інвестиціями в інновації, а саме:

- інвестиції у розвиток (реалізація інноваційних проєктів: інтеграція інновацій у бізнес-процеси: використання штучного інтелекту, аналітики даних та автоматизованих систем для підвищення операційної ефективності);
- удосконалення бізнес-процесів (на базі інновацій);
- залучення стратегічних партнерів (технологічних, які мають доступ до інновацій);
- реалізація стратегії довгострокового зростання (інвестування в інновації та розвиток: одним із важливих аспектів стратегії є інвестування в дослідження та розробки, нові технології та вдосконалення процесів).

Таким чином, для в основу формування стратегії довгострокового зростання ТОВ «УВК –Брацлав», яке дозволить суттєво підвищити вартість капіталізації компанії, потрібно реалізувати інвестиційний проєкт інноваційного удосконалення бізнес-процесів на підприємстві.

3.2. Техніко-економічне обґрунтування інноваційного проєкту по розвитку підприємства

Як вже зазначалося в другому розділі роботи ТОВ «УВК-Брацлав» виробляє різні види вагового обладнання для різних галузей економіки, а саме: ваги для залізничного транспорту (вагонні); для автомобільного транспорту (автомобільні); ваги для сільського господарства (для зважування тварин, зерна), нестандартне вагове обладнання; для логістичних компаній (ваги для складів. В структурі виручки ТОВ «УВК-Брацлав» займають доходи від виробництва та реалізації вагового обладнання для автомобільного транспорту – 85–90% [131].

В даний час конструкторська-проєктний підрозділ ТОВ «УВК-Брацлав» займається розробкою ваг нового покоління на базі штучного інтелекту, для повної заміни людини в цьому процесі. Цифровізація у виробництві

металоконструкцій спрямована на оптимізацію процесів, підвищення точності виготовлення, зменшення витрат і прискорення виконання замовлень. Пропонується впровадити інноваційну технологію автоматизації лазерного зварювання (Laser Beam Welding – LBW) металоконструкцій за допомогою роботи FANUC .

Інноваційна роботизована лазерна технологія немає обмежень по використанню, оскільки є сумісною з вагами будь-якого виробництва. FANUC інтегрує лазерні системи (наприклад, з джерелами CO₂ або волоконними лазерами) для зварювання. Цей метод забезпечує швидке й точне нагрівання металу за рахунок лазерного променя [140].

Особливості технології: мінімальна зона термічного впливу, що знижує ризик деформації; висока швидкість процесу; можливість роботи з матеріалами різної товщини.

Перевагами лазерного різання є : висока точність, оскільки лазером управляє комп'ютер, який зчитує інформацію з креслення. Тому відхилення лінії різання становить лише 0,1 мм; відсутність температурних деформацій; акуратність різання. Лазер дає ідеально рівний розріз, причому навіть для мініатюрних деталей і найтонших отворів; максимальна економічність. Для лазера не потрібні додаткові інструменти, щоб почати роботу над новою деталлю. Розкрій листа може здійснюватися максимально щільно; мінімум відходів. При лазерному різанні не утворюються тирса та інші відходи, які необхідно утилізувати. Тільки в окремих випадках може утворюватися мінімальна кількість окалини. Однак, у набагато меншій кількості, ніж при плазмовому різанні. Також при різанні плазмою утворюється багато грата і різ потребує додаткової обробки (шліфування). У випадку з лазерним верстатом виріб відразу готовий як до зварювання, так і до фарбування; відсутність механічної деформації заготовок. Адже при використанні цієї технології заготовка не пересувається, пересувається сам лазер [141, 142].

Впровадження роботизовано] лазерної технології дозволить дотримуватися заданих параметрів зварювання, високої продуктивності при виготовленні серійних металоконструкцій. В середньому, за даними практичного використання роботів FANUC у виробничих процесах, продуктивність може зрости на 20–50% [143], а іноді й більше. Дана цифрова технологія дозволить покращити якості швів і зниження часу виконання робіт.

Ключові фактори зростання продуктивності:

а) швидкість виконання операцій: роботи FANUC працюють швидше, ніж люди, особливо у повторюваних завданнях, таких як зварювання, складання або пакування; час зварювання одного шва може скоротитися до 30–40% завдяки точному програмуванню та відсутності перерв;

б) скорочення простоїв: роботи працюють у безперервному режимі, 24/7, без перерв на відпочинок; забезпечує стабільне виконання завдань і підвищує ефективність лінії;

в) зменшення браку: роботи FANUC виконують завдання з високою точністю, що знижує ймовірність помилок і дефектів; у деяких процесах зменшення браку може досягати 90%, що також позитивно впливає на продуктивність;

г) оптимізація процесів: роботи дозволяють автоматизувати логістичні та виробничі процеси, що знижує час на переміщення деталей або переналаштування обладнання;

д) економія на персоналі: роботи FANUC зменшують необхідність у великій кількості ручної праці, дозволяючи перерозподілити працівників на більш складні завдання [144].

Вартість зварювального робота FANUC може значно варіюватися залежно від моделі, конфігурації та додаткового обладнання. Базові моделі, такі як FANUC Arc Mate 100iC, можуть коштувати від \$50,000 до \$100,000. Однак, повні роботизовані зварювальні комплекси, що включають контролери, джерела

зварювального струму, позиціонери та інші компоненти, можуть коштувати значно дорожче, іноді перевищуючи \$200,000 [144].

Змоделюємо та оцінимо фактори вартості при впровадженні роботизованої лазерної технології: впровадження лазерного робота допоможе знизити собівартість виробленої продукції на 2%, зростання продуктивності праці на 20% допоможе збільшити обсяг вироблених металоконструкцій та автомобільних вагів відповідно на 20%, що дозволить за умови виходу на нові ринки Західної Європи та Канади отримати додатково 10% доходів.

Робот FANUC коштує 220 тис. \$. Розрахуємо вартість обладнання в гривнях, застосувавши курс долару на 21.12.2024 по даними Національного Банку України (41,477 грн/дол.) [134] : $220\,000 \cdot 41,77 = 9\,189\,400$ грн = 9,19 млн. грн.

Таким чином, вартість обладнання за інноваційним проектом складає 9,19 млн. грн. Джерело фінансування інноваційного проекту – власні кошти підприємства.

Прогноз чистого прибутку та чистого грошового потоку за інвестиційним проектом впровадження технології автоматизації LBW за допомогою роботу FANUC представлено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2 – Прогнозування чистого прибутку та грошового потоку після впровадження технології автоматизації LBW за допомогою роботу FANUC

Показник	До впровадження	Після впровадження
1	2	3
Виручка від реалізації продукції, млн. грн. (з урахуванням виходу на нові ринки)	70,02	77,02
Собівартість виготовлення продукції, тис. грн. (з урахуванням зниження трудомісткості процесу на 5%)	63,94	62,66
Валовий прибуток, млн. грн.	6,08	14,36
Інші операційні витрати, млн. грн.	1,35	1,35
Прибуток до оподаткування, млн. грн.	4,73	13,01
Податок на прибуток, млн. грн.	0,85	2,34
Чистий прибуток, млн. грн.	3,88	10,67

Закінчення табл.3.2

1	2	3
Інвестиції (вартість лазерного роботу), млн. грн.	–	9,19
Річна норма амортизації, %	–	24
Амортизаційні відрахування, млн. грн.	–	2,21
Річний грошовий потік, млн. грн.	3,88	12,88

Проведемо обґрунтування ставки дисконтування за інвестиційним проектом кумулятивним методом з використанням 9 ризикових факторів, а саме: керівний склад; розмір підприємства; фінансова структура (джерела фінансування); товарна та територіальна диверсифікація; диверсифікованість клієнтури; рівень та прогнозованість прибутків; корупційні ризики; ризик військових дій; політичні ризики (в т.ч. законодавчі). Основна розрахункова формула має такий вигляд [60]:

$$i = z + \sum_{m=1}^n R_m, \quad (3.1)$$

де z – безризикова ставка доходу;

r_m – премія за m -видом ризику;

m – кількість премій за ризик.

Для цілей оцінювання в якості безрисккової премії в розрахунковій практиці використовують ставку доходності за державними казначейськими зобов'язаннями. В якості таких виберемо «воєнні» казначейські зобов'язання Міністерства фінансів України, а саме 11% річних [145]. Результати розрахунку премії за ризики за кумулятивним методом для визначення ставки дисконту для інноваційного проекту представлені в табл.3.3.

Додаткова премія за ризик, як видно з табл. 3.3 складає 39%. Розрахуємо ставку дисконту для інноваційного проекту на 2025 рік шляхом підстановки даних в формулу (3.1):

$$i_{2025} = 11 + 39 = 50\%.$$

Таким чином, розрахунки показали, що ставка дисконту за інвестиційним проєктом становить 50%.

Таблиця 3.3 – Результати розрахунку премії за ризик для визначення ставки дисконту

Вид ризику	Інтервал значень, %	Показник для підприємства, %
Керівний склад	0 – 5	3
Розмір підприємства	0 – 5	3
Фінансова структура (джерела фінансування)	0 – 5	3
Товарна та територіальна диверсифікація	0 – 5	3
Диверсифікованість клієнтської бази	0 – 5	3
Рівень та прогнозованість прибутку	0 – 5	4
Корупційні ризики	0 – 7	7
Ризик воєнних дій	0 – 7	7
Політичні ризики (в т.ч. законодавчі)	0 – 7	6
Разом		39

Проведемо розрахунок грошових потоків за інноваційним проєктом впровадження технології автоматизації LBW за допомогою роботу FANUC. Результати розрахунків наведено в табл.3.4.

Таблиця 3.4 – Розрахунок грошових потоків за інноваційним проєктом «Технологія автоматизації LBW за допомогою роботу FANUC»

Показник	Роки				
	2025	2026	2027	2028	2029
1	2	3	4	5	6
Виручка від реалізації автомобільних вагів, млн. грн.	77,02	77,02	77,02	77,02	77,02
Собівартість виготовлення автомобільних вагів, млн. грн.	62,66	62,66	62,66	62,66	62,66
Річний валовий прибуток, млн. грн.	14,36	14,36	14,36	14,36	14,36
Інші операційні витрати, млн. грн.	1,35	1,35	1,35	1,35	1,35

Закінчення табл. 3.4

1	2	3	4	5	6
Прибуток до оподаткування, млн. грн.	13,01	13,01	13,01	13,01	13,01
Податок на прибуток, млн. грн. (ставка h= 18%)	2,34	2,34	2,34	2,34	2,34
Чистий прибуток, млн. грн.	10,67	10,67	10,67	10,67	10,67
Амортизація, млн. грн. *(норма амортизаційних відрахувань 6% квартал, 24% річних	2,21	2,21	2,21	2,21	0,35
Річний грошовий потік, млн. грн.	12,88	12,88	12,88	12,88	11,02

З табл. 3.4 видно, що чистий річний потік за інноваційним проектом «Технологія автоматизації LBW за допомогою роботу FANUC» складає 12,88 млн. грн., що в 3,39 рази більший ніж потік, який генерувався на підприємстві в 2024 році.

3.3. Економічна ефективність розроблених заходів щодо підвищення вартості підприємства

Розрахуємо економічну ефективність впровадження інноваційного проекту «Технологія автоматизації LBW за допомогою роботу FANUC» за наступними показниками: чистий дисконтований грошовий потік (ЧГП), термін окупності ($T_{ок}$), рентабельність інвестицій (PI), індекс доходності (ІД), внутрішня норма прибутковості (ВНП). Методика розрахунку показників наведена в додат. К.

Результати розрахунку чистого грошового потоку інноваційного проекту, представлено в табл.3.5.

Як показали розрахунки згідно табл. 3.5, що ЧГП проекту складає 12,89 млн. грн., що задовольняє критерію доцільності > 0 [146]. Таким чином, проаналізуємо інноваційний проект за іншими критеріями економічної доцільності впровадження.

Термін окупності проекту складе:

$$T_{ок} = 1 + (9,19 - 8,59) / 5,72 = 1,1 \text{ року.}$$

Таблиця 3.5 – Розрахунок ЧГП інноваційного проекту «Технологія автоматизації LBW за допомогою роботу FANUC», млн. грн

Показник	Роки					
	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Грошовий потік ГП	-9,19	12,88	12,88	12,88	12,88	11,02
Кд (E=50%)	1,0000	0,6667	0,4444	0,2936	0,1975	0,1317
Дисконтований грошовий потік ДГП.	-9,19	8,59	5,72	3,78	2,54	1,45
Чистий дисконтований грошовий потік ЧГП	-9,19	-0,60	5,12	8,90	11,44	12,89

Розрахуємо індекс доходності проекту:

$$ID = (8,59 + 5,72 + 3,78 + 2,54 + 1,45) / 9,19 = 2,40 > 1.$$

За критерієм індексу доходності можливо зробити висновок щодо доцільності впровадження інноваційного проекту, тому що $ID = 2,40 > 1$.

Розрахуємо рентабельність інвестицій по проекту:

$$PI = (12,89 / 9,19) \cdot 100\% = 140,26\%.$$

Важливим критерієм доцільності впровадження інноваційного проекту виступає показник ВНП, який характеризує ступінь ризику, яку може витримати проект. Для розрахунку показника спочатку знайдемо ЧГП проекту при $E=100\%$:

$ЧГП_{100\%} = -9,19 + 12,88 \cdot 0,500 + 12,88 \cdot 0,250 + 12,88 \cdot 0,125 + 12,88 \cdot 0,0625 + 11,02 \cdot 0,0313 = 3,23$ млн. грн. > 0 . Тому потрібно взяти ставку дисконту більшого значення, наприклад 150% і перевірити чи змінить свій знак ЧГП:

Розрахуємо ЧГП проекту при $E=150\%$:

$ЧГП_{150\%} = -9,19 + 12,88 \cdot 0,400 + 12,88 \cdot 0,16 + 12,88 \cdot 0,064 + 12,88 \cdot 0,0256 + 11,02 \cdot 0,010 = -0,72$ млн. грн. < 0 .

Розрахуємо внутрішню норму прибутковості інвестиційного проекту шляхом підстановки даних у формулу (Д.7):

$$ВНП = 100\% + [3,23 / (3,23 - (-0,72))] \cdot (150\% - 100\%) = 140,89\%.$$

ВНП проекту складає $140,89\%$, а це в $2,81$ рази більша ставки дисконту $140,89\% > 50,00\%$, що характеризує проект як стійкий до зовнішніх ризиків.

Рентабельність інвестицій становить 140,26%, що вище за ефективність альтернативного вкладення в банку (середня ставка на депозиті в національній валюті на протязі 2024 року коливалася в діапазоні 13–16,0%).

Розрахунки показали, що застосування лазерної різки та зварювання металу при виготовленні вагів за допомогою роботу FANUC в ТОВ «УВК–Брацлав» економічно ефективно, про що свідчать всі критерії економічної ефективності впровадження даного інноваційного проєкту.

Проаналізуємо, як впровадження інвестиційного проєкту вплине на вартість ТОВ «УВК–Брацлав» за формулою [63]:

$$Вб \text{ (після)} = Вб \text{ (до)} + ЧГП \quad (3.2)$$

де Вб (після), Вб (до) – відповідно вартість підприємства після та до впровадження інвестиційного проєкту.

Результати розрахунку вартості підприємства в результаті впровадження інноваційного проєкту «Технологія автоматизації LBW за допомогою роботу FANUC» представлена в табл.3.6.

Таблиця 3.6 – Результати розрахунку вартості ТОВ «УВК-Брацлав» в результаті впровадження інноваційного проєкту «Технологія автоматизації LBW за допомогою роботу FANUC»

Підхід до оцінки	Чистий грошовий потік, млн. грн	Вартість підприємства, млн. грн		Темп приросту (падіння) капіталізації, % / рази
		до впровадження проєкту	після впровадження проєкту	
1	2	3	4	5
Майновий	12,89	8,95	21,84	144,0/↑2,44
Ринковий	12,89	18,92	31,81	68,1/↑1,68
Дохідний	12,89	6,78	19,67	190,1/↑2,90

Закінчення табл.3.6

1	2	3	4	5
Опціональний	12,89	4,77	17,66	270,2/↑3,70

З табл. 3.6 видно, що приріст капіталізації ТОВ «УВК–Брацлав» в результаті впровадження інноваційного проекту «Технологія впровадження лазерної різки та зварювання металу за допомогою роботу FANUC» суттєво зростає: за ринковим підходом в 1,68 рази, витратним – в 2,44 дохідним – в 2,90, а опціонаним – в 3,70 рази. Приріст вартості капіталізації коливається в діапазоні від 68,1% (ринковий підхід) до 270,2% (опціональний підхід). Динаміка капіталізації у вартісному вимірі ТОВ «УВК–Брацлав» за дохідним, ринковим, опціонаним та витратним підходом в результаті впровадження інноваційного проекту представлена на рис. 3.4

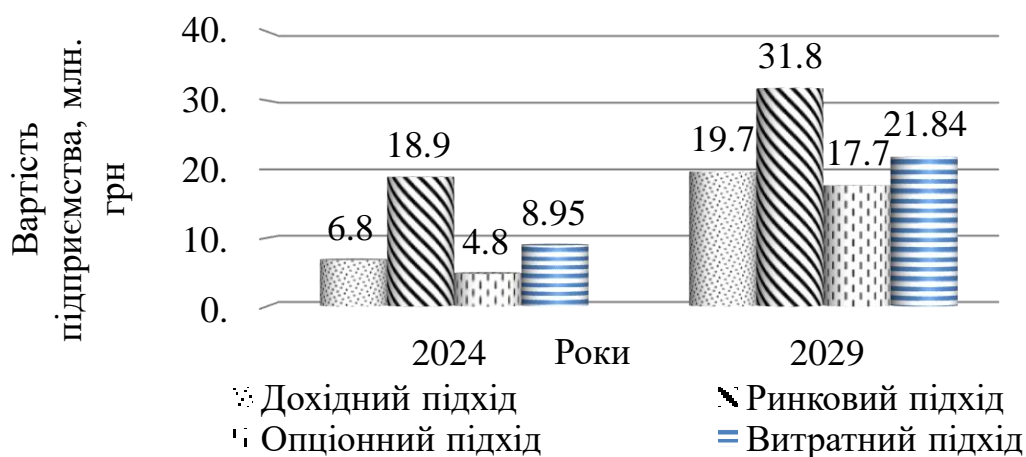


Рис. 3.4 – Динаміка капіталізації ТОВ «УВК-Брацлав» за 2024 – 2029 рр. за дохідним, ринковим, опціонаним та витратним підходами

З рис.3.4 видно, що за всіма оціночними підходами вартість підприємства суттєво зростає в 2029 році: так за витратним з 8,95 млн. грн. в 2024 р. до 21,84 млн. грн, за опціонаним з 4,77 млн. грн. в 2024 р. до 17,66 млн. грн, ринковим відповідно з 18,92 млн. грн до 31,81 млн. грн, прибутковим з 6,78 млн. грн. до 19,67 млн. грн.

Таким чином, мета кваліфікаційної роботи досягнута.

Висновки за розділом 3

В третьому розділі запропоновано та обґрунтовано такі шляхи підвищення вартості ТОВ «УВК–Брацлав»: оптимізація фінансової структури; інвестиції у розвиток; удосконалення бізнес-процесів; підвищення ефективності управління; формування ефективної маркетингової стратегії; розвиток людського капіталу; оцінка та управління ризиками; залучення стратегічних партнерів (пошук інвесторів або партнерів в Західній Європі та Канаді, які можуть забезпечити додаткові ресурси або технології, що підвищують ринкову позицію підприємства); підвищення прозорості та корпоративної культури (запровадження принципів ESG (екологія, соціальна відповідальність, управління), які сприяють зростанню репутації; реалізація стратегії довгострокового зростання.

Для підвищення вартості підприємства запропоновано впровадити інноваційний проєкт лазерної різки та зварки металу в процесі виготовлення металоконструкцій за допомогою робота FANUC, а також вихід на нові ринки, зокрема Канади та Західної Європи, що дозволить підвищити річні доходи підприємства від реалізації на 10%. Впровадження запропонованої технології дозволять знизити собівартість виготовлення продукції на 2%. Розрахунки показали, що застосування лазерної різки та зварювання металу при виготовленні вагів за допомогою роботу FANUC в ТОВ «УВК–Брацлав» економічно ефективно, про що свідчать всі критерії економічної ефективності впровадження даного інноваційного проєкту – термін окупності інвестицій, чистий грошовий потік, індекс доходності, індекс рентабельності, внутрішня норма прибутковості.

Приріст капіталізації ТОВ «УВК–Брацлав» в результаті впровадження інноваційного проєкту «Технологія впровадження лазерної різки та зварювання металу за допомогою роботу FANUC» суттєво зросте: за ринковим підходом в 1,68 рази, витратним – в 2,44 дохідним – в 2,90, а опціонним – в 3,70 рази. Приріст вартості капіталізації у відсотках коливається в діапазоні від 68,1% (ринковий підхід) до 270,2% (опціонним підхід).

ВИСНОВКИ

Результати дослідження теоретичних основ вартості як стратегічної цілі фінансового управління можливо зробити наступні висновки

Протягом останніх десятиліть відбувалися значні зміни в тому, як підприємства підходять до управління своєю вартістю, адже з кожним десятиліттям зростала важливість стратегічного управління, фінансових інструментів та інновацій. Еволюція парадигми управління вартістю бізнесу пройшла шість етапів:

- 1) традиційний підхід управління фінансовими результатами (до 1950-х років);
- 2) зростання значення стратегічного управління (1960 – 1980 рр.);
- 3) фокус на створенні акціонерної вартості (1990 рр.);
- 4) концепція створення вартості для стейкхолдерів (2000-ті роки);
- 5) цифровізація та інноваційне управління (2010-ті роки і далі);
- 6) стратегії з орієнтацією на стійкий розвиток і соціальну відповідальність (2020-ті роки).

Для оцінки вартості бізнесу існує чотири традиційні підходи: дохідний (прибутковий), майновий (витратний), ринковий (порівняльний) та опціонний за моделлю Блека Шоулза, окремі автори виділяють підхід на основі бренду або інтелектуальної власності та гібридний.

Вартість бізнесу у більшості випадків є змінною величиною, залежною від зовнішніх (відносно до виробничо-фінансової характеристики підприємства) умов. Саме такі змінні величини варто оцінювати з використанням техніки опціонного ціноутворення. Застосування опційного методу оцінки вартості бізнесу особливо виправдано за невизначеності щодо майбутніх грошових потоків за певні проміжки часу та високого ступеня впливу менеджменту.

Ринок далекий від ідеальних моделей, конкуренція недосконала, а кількість показників в основі формул занадто велике. Тому різні підходи покажуть різні результати, тому потрібно вибирати той метод, який більшою мірою підходить до характеристик конкретного бізнесу та відповідає конкретній меті оцінки.

Другий розділ роботи носить аналітичний характер і присвячений аналізу фінансового стану ТОВ «УВК-Брацлав» дозволив виявити наступне.

За 2022–2024 рр. ефективність використання фондів підприємства збільшилася в 2,04 рази, про що свідчить динаміка фондівіддачі підприємства, яка зростає з 3,757 грн/грн до 7,649 грн/грн.

На підприємстві спостерігається динаміка зростання чистих активів протягом 2022–2024 рр. Так, в 2022 році вони склали 1253,2 тис. грн, а в 2024 році в 7,14 разів більше і досягли значення 8953,2 тис. грн. Позитивне значення чистих активів підприємства свідчить про те, що підприємство швидко розвивається та розширює свою діяльність, що може позитивно вплинути на інвесторів та кредиторів.

Чистий оборотний капітал підприємства 2022–2023 рр. був від’ємним, тобто короткотермінові зобов’язання перевищували вартість оборотних активів, що свідчить про погану інвестиційну привабливість підприємства. В 2024 році тенденція змінилася в кращий бік і цей показник досяг значення 5392,2 тис. грн. Це має позитивний вплив на платоспроможність підприємства та його інвестиційну привабливість.

На протязі 2022–2024 рр. ТОВ «УВК-Брацлав» було прибутковим, про що свідчить динаміка зростання всіх видів прибутку. Так валовий прибуток зріс в 2,9 рази, а чистий прибуток зріс в 3,1 рази, що є позитивним фактом і свідчить про ефективну роботу керівництва підприємства.

Розрахунок рентабельності продажів за валовим прибутком показав, що рентабельність підприємства в 2022–2024 рр. була низькою. Це пояснюється тим, що частка собівартості в доході від реалізації збільшилася. Це говорить про неефективну цінову політику підприємства. Такий стан в компанії є приводом для підвищення цін на послуги або для пошуку шляхів скорочення її собівартості.

На підприємстві спостерігаються ознаки фінансової кризи, тому що всі коефіцієнти ліквідності знаходяться нижче нормативного значення. Але слід зауважити, що значення коефіцієнтів загальної ліквідності, термінової та абсолютної цього коефіцієнта протягом досліджуваного періоду 2022–2024 рр. демонструє позитивну динаміку. Так в 2022 р. на 1 грн. короткострокових зобов'язань припадало 0,638 грн. поточних активів, в 2024 р. – 1,213 грн (збільшення склало 90,1%).

Підприємство не має фінансової автономії протягом 2022–2024 рр., тому що коефіцієнт автономії за ці роки менше 0,5.

Вартість підприємства в розрізі 2022–2024 рр. має досить широкий діапазон коливань. Наприклад в 2022 р. вартість коливалась від 1,6 млн. грн (дохідний підхід) до 6,1 млн. грн. (ринковий підхід). Розмір максимальної вартості відрізняється від мінімальної в 3,8 рази. В 2024 р. відношення максимальної вартості підприємства до мінімальної зросло до $18,9/4,8 = 3,9$ разів.

Таким чином, оцінка вартості підприємства за ринковим підходом для власників підприємства в цілях продажу є більш приваблива.

Слід зазначити, що за прибутковим підходом капіталізація бізнесу ТОВ «УВК–Брацлав» в 2024 році знизилася по відношенню до 2023 року майже на 5%, пояснюється це зростанням темпу інфляції в 2024 році по відношенню до 2023 року (105,1% в 2023 р., 108,4% в 2024 р). Якщо в наступному році темпи інфляції зростуть ще більше, а чистий прибуток компанії залишиться на теперішньому рівні, то капіталізація фірми за прибутковим підходом продовжить падати. Тому підприємству слід розробити стратегію розвитку компанії з метою укріплення своїх конкурентних позицій на світовому ринку, яка б дала змогу збільшити вартість капіталізації ТОВ «УВК–Брацлав».

Третій розділ роботи присвячено обґрунтуванню шляхів та заходів щодо підвищення вартості підприємства. Зокрема запропоновано та обґрунтовано такі шляхи підвищення вартості ТОВ «УВК–Брацлав»: оптимізація фінансової структури; інвестиції у розвиток; удосконалення бізнес-процесів; підвищення

ефективності управління; формування ефективної маркетингової стратегії; розвиток людського капіталу; оцінка та управління ризиками; залучення стратегічних партнерів (пошук інвесторів або партнерів в Західній Європі та Канаді, які можуть забезпечити додаткові ресурси або технології, що підвищують ринкову позицію підприємства); підвищення прозорості та корпоративної культури (запровадження принципів ESG (екологія, соціальна відповідальність, управління), які сприяють зростанню репутації; реалізація стратегії довгострокового зростання.

В роботі для підвищення вартості підприємства запропоновано інноваційний проєкт лазерної різки та зварки металу в процесі виготовлення металоконструкцій за допомогою робота FANUC, а також вихід на нові ринки, зокрема Канади та Західної Європи. Вихід на нові ринки дозволить підвищити річні доходи підприємства від реалізації на 10%. Впровадження інноваційної технології лазерної різки та зварювання металу дозволять знизити собівартість виготовлення продукції на 2%.

Розрахунки показали, що застосування лазерної різки та зварювання металу при виготовленні вагів за допомогою роботу FANUC в ТОВ «УВК–Брацлав» економічно ефективно, про що свідчать всі критерії економічної ефективності впровадження даного інноваційного проєкту – термін окупності інвестицій, чистий грошовий потік, індекс доходності, індекс рентабельності, внутрішня норма прибутковості.

Приріст капіталізації ТОВ «УВК–Брацлав» в результаті впровадження інноваційного проєкту «Технологія впровадження лазерної різки та зварювання металу за допомогою роботу FANUC» суттєво зросте: за ринковим підходом в 1,68 рази, витратним – в 2,44 дохідним – в 2,90, а опціонним – в 3,70 рази. Приріст вартості капіталізації у відсотках коливається в діапазоні від 68,1% (ринковий підхід) до 270,2% (опціонний підхід).

За всіма оціночними підходами вартість підприємства суттєво зросте в 2029 році: так за витратним з 8,95 млн. грн. в 2024 р. до 21,84 млн. грн, за опціонним з 4,77 млн. грн. в 2024 р. до 17,66 млн. грн, ринковим відповідно з 18,92 млн. грн до 31,81 млн. грн, прибутковим з 6,78 млн. грн. до 19,67 млн. грн.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Arnold, G. (2019). *Corporate Financial Management*. 6th ed. Harlow: Pearson Education, 800 p.
2. Brandenburger, A.M. and Nalebuff, B.J. (2024). *Co-opetition*. New York: Currency Doubleday. Branderburger, 304 p.
3. Brealey, R.A., Myers, S.C. and Allen, F. (2020). *Principles of Corporate Finance*. 13th ed. New York: McGraw-Hill Education, 1056 p.
4. Berk, J. and DeMarzo, P. (2020). *Corporate Finance*. 5th ed. Boston, MA: Pearson, 1184 p.
5. Damodaran, A. (2023). *Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset*. 4th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
6. Damodaran, A. (2019). *Narrative and Numbers: The Value of Stories in Business*. New York: Columbia University Press, 320 p.
7. Copeland, T., Koller, T. and Murrin, J. (2020). *Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies*. 7th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 896 pp.
8. Fama, E.F. and French, K.R. (2004). The Capital Asset Pricing Model: Theory and Evidence. *Journal of Economic Perspectives*, 45 p.
9. Fernández, P. (2019). *Valuation and Common Sense*. 5th ed. Barcelona: IESE Business School, 662 p.
10. Fisher, I. (2012). *The Theory of Interest: As Determined by Impatience to Spend Income and Opportunity to Invest It*. Mansfield Centre, CT: Martino Fine Books, 566 p.
11. Hitchner, J.R. (2022). *Advanced Valuation Techniques and Practices*. 2nd ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 800 p.
12. Hitchner, J.R. (2017). *Financial Valuation: Applications and Models*. 4th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 1296 pp.
13. Jensen, M.C. (2010). Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function, *Journal of Applied Corporate Finance*, 22(1), pp. 32–42.

14. Kaplan, R.S., Norton, D.P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Boston, MA: Harvard Business School Press, 322 p.
15. Koller, T., Goedhart, M. and Wessels, D. (2020). *Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies – University Edition*. 7th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 880 p.
16. Merton, R.C. (1990). *Continuous-Time Finance*. Revised ed. Oxford: Blackwell Publishing, 748 p.
17. Pratt, S.P. and Grabowski, R.J. (2022). *Cost of Capital: Applications and Examples*. 6th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 912 p.
18. Rappaport, A. (2014). *Creating Shareholder Value: A Guide for Managers and Investors*. 2nd ed. Hoboken, NJ: Wiley, 205 p.
19. Reilly, R.F. and Schweihs, R.P. (2019). *Guide to Business Valuations*. 4th ed. New York: AICPA, 1250 p.
20. Stewart, G.B. (2013). *The Quest for Value: A Guide for Senior Managers*. New York: HarperBusiness, 768 p.
21. Tirole, J. (2019). *Economics for the Common Good*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 584 p.
22. Young, S.D. and O'Byrne, S.F. (2021). *EVA and Value-Based Management: A Practical Guide to Implementation*. New York: McGraw-Hill, 464 p.
23. Андрущенко, О. С. (2019). Використання методу реальних опціонів під час оцінювання енергозберігаючих інновацій. *Проблеми системного підходу в економіці*, 1(69), с. 61–67.
24. Бланк, І.А. (2016). *Управління вартістю підприємства*. Київ: Ніка-Центр, 680 с.
25. Брізецька, О. В. (2011). Управління вартістю: фактори формування вартості підприємства. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*. Київ: Національний авіаційний університет [online]. Available at: <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/346> [Accessed 10 Oct. 2024].

26. Брюховецька, Н. Ю. (2019). Підходи до визначення капіталізації підприємств. *Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна*, 31-1, с. 224–229.
27. Булеєва, І. П., Брюховецька, Н. Є. (2011). *Капіталізація підприємств: теорія та практика*. Донецьк: ДонУЕП, 328 с.
28. Воронін, А. В. (2016). Системний підхід до управління вартістю підприємства. В: *Економіка і організація управління*, (23), с. 148–155.
29. Васюренко, О.В. (2014). *Економічна додана вартість як інструмент оцінки ефективності бізнесу*. Харків: ХНЕУ, 412 с.
30. Гейць, В. М., Гриценко, А. А. (2007). *Капіталізація економіки України*. Київ: Інститут економіки та прогнозування, 220 с.
31. Герасимчук, В.Г. і Давиденко, Ю.О. (2021). *Інтегральна оцінка вартості підприємства*. Одеса: ОНУ, 356 с.
32. Гопко, Н. (2021). Оцінка факторів впливу на вартість підприємств. *Ринок цінних паперів в Україні*, 5–6, с.3–8.
33. Дамодаран, А. (2022). *Інвестиційна оцінка: інструменти та методи оцінки бідь-яких активів*. 10-е вид. Київ: ТОВ Ліра-К, 1316 с.
34. Дубицький, Д. П., Ступнікер, Г. Л. (2014). Оцінка вартості підприємства за національними та міжнародними стандартами. *Ефективна економіка*, 4 [online]. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2961> [Accessed 10 Oct. 2024].
35. Журавльова, І.В. (2017). *Ефективність фінансового управління на основі вартісного підходу*. Харків: ВД «Інжек», 520 с.
36. Загорський, В. С., Хаустова, В. Є. (2009). *Теоретичні аспекти капіталізації суб'єктів господарювання. Інновації: проблеми науки та практики*. В : В. С. Пономаренка В. С., М. О. Кизим, Ю. Б. Іванова, ред. Харків: ФОП Лібуркіна Л. М.; ВД «ІНЖЕК», с. 176–192.
37. Зінкевич, О.В. (2019). *Вартісно-орієнтоване управління: теоретичні засади і практика*. Львів: ЛНУ, 405 с.

38. Зубенко, А. В. (2019). *Оцінка бізнесу та об'єктів нерухомості*. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 88 с.
39. Лашхі, Д. Ю. (2001). Визначення ділової репутації компанії методом опціонів. *Фінансова газета*, 18, с. 45–52.
40. Левчак, І. Я. (2014). Вартість підприємства як критерій ефективності управління. *Науковий вісник ужгородського університету. Серія «Економіка»*, 1(42), с. 104–108.
41. Кириченко, Г. В. (2019). Основні підходи до оцінювання вартості та можливість їх застосування на підприємствах транспорту. *Менеджмент та підприємництво в Україні*, 1, с. 14–23.
42. Козоріз, М. А. (2018). *Оцінка рівня капіталізації суб'єктів господарювання*. Львів: Компакт-ЛВ, 112 с.
43. Козак, Ю. Г. (2021). *Фінансові аспекти управління капіталізацією підприємств*. Київ: КНТЕУ, 350 с.
44. Колос, І. В. (2019). Обґрунтування ключових чинників вартості підприємства. В: *Фондовий ринок*, 44, с. 28–36.
45. Котова, М. В., Шаповал, С. С. (2019). Обґрунтування методики розрахунку ставки дисконтування у вітчизняній практиці. В: *Економічний простір*, 22/1, с. 92–98.
46. Костирко, Р. О., Тертична, Н. В. та Шевчук В. О. (2008). Комплексна оцінка вартості підприємства. В: М.Г. Чумаченко, ред. Харків: Фактор, 278 с.
47. Лапішко, М. Л., Гохберг, І. І. (2014). Особливості визначення ставки капіталізації для оцінки комерційної нерухомості в умовах неактивного ринку. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*, 1(14), с. 124–131.
48. Лепа, Р.М. (2020). *Моделі оцінки вартості бізнесу: український контекст*. Харків: ВД «Промінь», 480 с.
49. Мартін, Дж. Петті, В. (2006). *VBM – управління, що базується на вартості: корпоративна відповідь революції акціонерів*. Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 272 с.

50. Мендрул, О. Г. (2019). *Управління вартістю підприємств*. Київ: КНЕУ, 272 с.
51. Міокова, Г. І. (2012). Вартість підприємства та її оцінка. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*, 22(2), с. 149–156.
52. Момот, Т. В. (2006). *Вартісно-орієнтований організаційно-економічний механізм корпоративного управління акціонерними товариствами: теорія, методологія і практика*. Докт. екон. наук: 08.07.03. Харків, 426 с.
53. Момот, Т. В. (2007). Оцінка вартості бізнесу: сучасні технології. Харків.:Фактор,224 с.
54. Мних, Є.В. (2019). *Інструменти управління вартістю підприємства в Україні*. Київ: Академвидав, 310 с.
55. Онікієнко, В.В. (2019). *Методи управління вартістю бізнесу в умовах ризику*. Київ: Кондор, 440 с.
56. Поддєрьогін, А.М. (2022). *Фінанси підприємств*. 10-е вид. Київ: КНЕУ, 672 с.
57. Полтініна, О. П. (2019). *Управління вартістю підприємства*. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 140 с.
58. Ралко, О. С. (2015). Методи визначення ставки дисконтування. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, 11, с. 150–153.
59. Ткаченко, О.О. (2020). *Корпоративне управління та вартість компанії*. Київ: Наукова думка, 398 с.
60. Федонін, О.С., Єгоршин, А.П. і Колосова, В.П. (2018). *Управління капіталізацією підприємства*. Київ: ВД «КНЕУ», 528 с.
61. Хаустова, В. Є., Курочкіна, І. Г. (2009). *Оцінка вартості бізнесу суб'єктів господарювання (на прикладі металургійної галузі України)*. Харків: ВД «ІНЖЕК», 268 с.
62. Хаустова, В. Є., Матюшенко, О. І. (2009). Методологічні засади оцінки вартості підприємства. В: *Проблеми економіки*, 4, с. 57–76.

63. Цибульська Е. І. (2020). *Оцінка бізнесу та його складових*. Київ : Видавничий дім Кондор, 364 с.
64. Чубук, Л. П. (2023). Методи визначення ставок дисконту та капіталізації для оцінки нерухомості, адекватних ринковим умовам. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*, 151, с. 48–53.
65. Чумаченко, М.Г. (2020). *Економіка підприємства: теорія і практика*. Київ: ВД «Каравела», 496 с.
66. Чумаченко, М. Г., Панков, В. А. (2019). Управління вартістю компанії на основі ціннісного підходу. *Фінанси України*, 2, с. 66–79.
67. Шевчук, О. В., Зименко, А. В. (2008). Опційний метод оцінки бізнесу. В: *Економічний вісник Донбасу*, 2(12), с. 130–134.
68. Швець, В.Г. (2020). *Формування стратегії підвищення вартості підприємства*. Львів: ЛНУ, 384 с.
69. Яшкіна, Н. В. (2018). *Оцінка бізнесу*. Київ : Алерта, 440 с.
70. Зайцев, О. С., Цибульська, Е. І. (2024). Шляхи підвищення вартості бізнес-структури. *Наук та освіта в умовах воєнного часу*. Дніпро: Research Europe, Міжнародний гуманітарний центр, с.188–193.
71. Зайцев, О. С. (2023). Вплив кіберзлочинності на сучасний бізнес: адаптація до технологічних змін та захист споживачів. *Управління як чинник економічної рівноваги*. Харків, с. 42–46.
72. Fama, E.F. (1970). Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. *Journal of Finance*, 25(2), pp. 383–417
73. European Valuation Standards (EVS). The European Group of Valuers' Associations (TEGoVA), остання редакція – 2020 [online]. Available at: <https://www.tegova.org> [Accessed 10 Oct. 2024].
74. International Valuation Standards (IVS) (2022). International Valuation Standards Council (IVSC), [online]. Available at: <https://www.ivsc.org> [Accessed 10 Oct. 2024].

75. International Financial Reporting Standards (IFRS) (2023). International Accounting Standards Board (IASB), [online]. Available at: <https://www.ifrs.org> [Accessed 10 Oct. 2024].

76. International Accounting Standards Board (IASB) (2023), [online]. Available at: <https://www.ifrs.org> [Accessed 10 Oct. 2024].

77. ISO 10668:2010. Brand valuation – Requirements for monetary brand valuation. International Organization for Standardization, [online]. Available at: <https://www.iso.org/standard/46032.html> [Accessed 10 Oct. 2024].

78. Методика оцінки майна, майнових прав і професійної оціночної діяльності в Україні. Затверджена постановою Кабінету Міністрів України № 1440 від 10.09.2003 року [online]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua> [Accessed 10 Oct. 2024].

79. Маршалл, А. (2020). Принципи економіки. 8-е вид. Лондон: Macmillan, 140 с.

80. Фішер, І. (2009). *The Nature of Capital and Income*. New York: The Lawbook Exchange, Ltd. 452 p.

81. Knight, F.H. (2013). *Risk, Uncertainty, and Profit*. Бостон: Vernon Press, 313 p.

82. Berle, A.A. and Means, G.C. (2021). *The Modern Corporation and Private Property*. New York: Transaction Publishers, 434 p.

83. Keynes, J.M. (2008). *The General Theory of Employment, Interest and Money*. Нью-Йорк: Prometheus Books, 472 p..

84. Hicks, J.R. (2016). *Value and Capital: An Inquiry into Some Fundamental Principles of Economic Theory*. Oxford: Clarendon Press, 120 p.

85. Chandler, A.D. (2019). *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business*. Cambridge: Harvard University Press, 340 p.

86. Taylor, F.W. (2024). *The Principles of Scientific Management*. New York: Dover Publications, 80 p.

87. Fayol, H. (2013). *General and Industrial Management*. London: Pitman, 140 p.

88. Pigou, A.C. (2022). *The Economics of Welfare*. London: Macmillan, 1022 p.

89. Drucker, P.F. (2013). *The Concept of the Corporation*. New York: Transaction Publishers, 310 p.
90. Chandler, A.D. (2019). *Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise*. Cambridge, MA: MIT Press, 463 p.
91. Ansoff, H.I. (1988). *Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion*. New York: Wiley, 288 p.
92. Porter, M.E. (2018). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press, 398 p.
93. Andrews, K.R. (2018). *The Concept of Corporate Strategy*. Homewood, IL: Irwin, 180 p.
94. Rumelt, R.P. (2016). *Strategy, Structure, and Economic Performance*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press, 249 p.
95. Freeman, R.E., Harrison, J.S. & Wicks, A.C. (2020). *Managing for Stakeholders: Survival, Reputation, and Success*. New Haven: Yale University Press, 254 p.
96. Porter, M.E. & Kramer, M.R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), p. 62–77.
97. Eccles, R.G., Ioannou, I. & Serafeim, G. (2014). The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance. *Management Science*, 60(11), p. 2835–2857.
98. Elkington, J. (2004). Enter the Triple Bottom Line, in Henriques, A. & Richardson, J. (eds.) *The Triple Bottom Line: Does it All Add Up?*. London: Earthscan, p. 1–16.
99. Jensen, M.C. (2002). Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), p. 235–256.
100. Carroll, A.B. & Shabana, K.M. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), p. 85–105.

101. Brynjolfsson, E. & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. New York: W.W. Norton & Company, 256 p.
102. Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. Geneva: World Economic Forum, 192 p.
103. Westerman, G., Bonnet, D. & McAfee, A. (2014). *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*. Boston: Harvard Business Review Press, 350 p.
104. Tapscott, D. & Tapscott, A. (2019). *Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin and Other Cryptocurrencies Is Changing the World*. New York: Portfolio/Penguin, 354 p.
105. McKinsey & Company (2019). Unlocking Success in Digital Transformations. *McKinsey Quarterly*, October, p. 1–14.
106. Iansiti, M. & Lakhani, K.R. (2020). *Competing in the Age of AI: Strategy and Leadership When Algorithms and Networks Run the World*. Boston: Harvard Business Review Press, p. 98–124.
107. Wamba, S.F., Gunasekaran, A., Akter, S., Ren, S.J.-F., Dubey, R. & Childe, S.J. (2020). Big Data Analytics and Firm Performance: Effects of Dynamic Capabilities. *Journal of Business Research*, 70, p. 356–365.
108. Teece, D.J. (2019). Business Models and Dynamic Capabilities, *Long Range Planning*, 51(1), p. 40–49.
109. Elkington, J. (2020). *Green Swans: The Coming Boom in Regenerative Capitalism*. New York: Fast Company Press, p. 45–76.
110. Raworth, K. (2017). *Doughnut Economics: Seven Ways to Think Like a 21st-Century Economist*. White River Junction: Chelsea Green Publishing, 288 p.
111. United Nations Global Compact (2021). *Leadership for the Decade of Action: A Call to Responsible Business*. New York: UN Global Compact, 456 p.

112. Bocken, N.M.P., Short, S.W., Rana, P. & Evans, S. (2014). A Literature and Practice Review to Develop Sustainable Business Model Archetypes. *Journal of Cleaner Production*, 65, p. 42–56.
113. Eccles, R.G. & Klimenko, S. (2019). The Investor Revolution. *Harvard Business Review*, 97(3), p. 106–116.
114. George, G., Schillebeeckx, S.J.D. & Liak, T. (2021). The Management of Natural Resources: An Overview and Research Agenda Toward a Circular Economy/ *Journal of Management*, 47(3), p. 568–590.
115. GRI (Global Reporting Initiative) (2022). *Sustainability Reporting Standards*. Amsterdam: GRI Press, p. 12–49.
116. TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) (2021). *Guidance on Metrics, Targets, and Transition Plans*. London: TCFD Secretariat, p. 20–40.
117. Porter, M.E., Serafeim, G. & Kramer, M.R. (2019). Where ESG Fails. *Institutional Investor*, 45(1), p. 25–30.
118. Whelan, T. & Fink, C. (2020). The Comprehensive Business Case for Sustainability. *Harvard Business Review*, 98(1), p. 46–57.
119. Nissim, D. and Penman, S.H. (2001). Ratio Analysis and Equity Valuation: From Research to Practice. *Review of Accounting Studies*, 6(1), pp. 109–154.
120. Grabowski, R.J. and Pratt, S.P. (2014). *Cost of Capital: Applications and Examples*. 5th ed. Hoboken: Wiley, 768 p..
121. Black, F. and Scholes, M. (1973). The Pricing of Options and Corporate Liabilities. *Journal of Political Economy*, 81(3), pp. 637–654.
122. Cox, J.C., Ross, S.A. and Rubinstein, M. (1979). Option Pricing: A Simplified Approach. *Journal of Financial Economics*, 7(3), pp. 229–263.
123. Trigeorgis, L. (1996). *Real Options: Managerial Flexibility and Strategy in Resource Allocation*. Cambridge: MIT Press, 427 p.
124. Mun, J. (2006). *Real Options Analysis: Tools and Techniques for Valuing Strategic Investments and Decisions*. 2nd ed. Hoboken: Wiley, 688 p.

125. Kapferer, J.-N. (2022). *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking*. 7th ed. London: Kogan Page, 512 p.
126. Salinas, G. (2022). *The International Brand Valuation Manual: A Complete Overview and Analysis of Brand Valuation Techniques, Methodologies and Applications*. Hoboken: Wiley, 322 p.
127. Smith, G. and Parr, R. (2023). *Intellectual Property: Valuation, Exploitation, and Infringement Damages*. 5rd ed. Hoboken: Wiley, 872 p.
128. Barwise, P. and Meehan, S. (2022). *Simply Better: Winning and Keeping Customers by Delivering What Matters Most*. Boston: Harvard Business School Press, 208 p.
129. Reilly, R.F. and Schweih, R.P. (2024). *Valuing Intangible Assets*. New York: McGraw-Hill, 608 p.
130. Ukrvescom (2024). *Автомобільні ваги* [online]. Available at: <https://www.ukrvescom.com/> [Accessed 10 Oct. 2024].
131. Українська вагова компанія: веб-сайт [online]. Available at: <https://ukrvescom.com/> [Accessed 10 Oct. 2024].
132. Іванова, О. А., Решетняк О. І. (2024). *Економіка сучасного підприємства*. Харків: Вид-во НУА, 355 с.
133. Кононенко О., Маханько. О. (2012). *Аналіз фінансової звітності*. 5-те вид., перероб. і доп. Харків: Фактор, 200 с.
134. Офіційний вебсайт Національного банку України: <https://bank.gov.ua/control/uk/index/> / [Accessed 10 Oct. 2024].
135. Цибульська, Е. І. (2021). *Фінансовий менеджмент*. Київ: Видавничий дім Кондор, 348 с.
136. Лашхі, Д. Ю. (2017). Визначення ділової репутації компанії методом опціонів. *Фінансова газета*, 18, С. 45–52.
137. Коупленд, Т., Коллер, Т. та Муррін, Дж. (2023). *Вартість компанії: оцінка та управління*. Львів: Компакт-ЛВ, 576 с.

138. McKinsey & Company Inc. (2020). *Valuation Workbook: Step-by-Step Exercises and Tests to Help You Master Valuation*. 7th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 320 p.
139. Titman, S. and Martin, J.D. (2021). *Valuation: The Art and Science of Corporate Investment Decisions*. 4th ed. Boston, MA: Pearson, 496 p.
140. Caldas, R. L., Gopalakrishnan, K. and Chen, W. (2016). Application of robotic laser beam welding in automotive industries. *Journal of Manufacturing Processes*, 23(1), p.42–50. <https://doi.org/10.1016/j.jmapro.2016.04.003>
141. Zhu, J., Xu, S., & Li, H. (2019). Application of FANUC robotic systems in laser welding of metal structures. *International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 98(9-12), p.3137–3146. <https://doi.org/10.1007/s00170-018-2634-3>
142. Fan, Y., Wang, J. and Li, C. (2020). Laser welding of metal structures using FANUC robotic systems. *Laser in Manufacturing*, 25(4), p.134–145. <https://doi.org/10.1080/030521511789798>
143. Pereira, J. R., Souza, D. M., & Silva, F. D. (2019) High-efficiency laser welding of complex metal structures with robotic arms: Case study using FANUC robots. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 58(5), p.301–309. <https://doi.org/10.1016/j.rcim.2019.05.004>
144. Ruggiero, A., Ferraris, G., & Calabrese, L. (2020) A study on the efficiency of laser welding for metal structures using FANUC robotic arms. *Welding Journal*, 99(6), p.112–118. <https://doi.org/10.2341/2020.06.WJ-1002>
145. Облігації державної внутрішньої позики [online]. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/bonds/> [Accessed 10 Oct. 2024].
146. Цибульська, Е. І. (2020). *Управління проектами : метод. рекомендації до практичних занять для студентів всіх форм навчання, які навчаються за спеціальністю 051 – Економіка*. Харків: Вид-во НУА, 88 с.

ДОДАТКИ

Додаток А – Звітність ТОВ «УВК–Брацлав» за 2022 рік

Додаток 2
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку
25 "Спрощена фінансова звітність" (пункт 4 розділу І)

Фінансова звітність мікропідприємства

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Підприємство	Дата (рік, місяць, число)	Коди
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "УКРАЇНЬСЬКА ВАГОВА КОМПАНІЯ - БРАЦЛАВ"	за ЄДРПОУ	2023 01 01 44696557
Територія	за КАТОТТГ	UA051000100100620 14
Організаційно-правова форма господарювання	за КОПФГ	240
Вид економічної діяльності	за КВЕД	26.51
Середня кількість працівників, осіб		
Одиниця виміру:	тис. грн. з одним десятковим знаком	
Адреса, телефон	вулиця СОБОРНА, буд. 124, смт. БРАЦЛАВ, ТУЛЬЧИНСЬКИЙ РАЙОН, ВІННИЦЬКА обл., 22870, Україна	0972494164

1. Баланс на 31 грудня 2022 р. Форма № 1-мс Код за ДКУД **1801006**

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Основні засоби :	1010	-	4 923,2
первісна вартість	1011	-	5 985,7
знос	1012	(-)	(1 062,5)
Інші необоротні активи	1090	-	682,3
Усього за розділом I	1095	-	5 605,5
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	-	2 937,2
Поточна дебіторська заборгованість	1155	-	4 650,6
Гроші та їх еквіваленти	1165	-	9,7
Інші оборотні активи	1190	-	80,7
Усього за розділом II	1195	-	7 678,2
Баланс	1300	-	13 283,7

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Капітал	1400	-	100,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-	1 253,2
Неоплачений капітал	1425	(-)	(100,0)
Усього за розділом I	1495	-	1 253,2
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
товари, роботи, послуги	1615	-	10 550,8
розрахунками з бюджетом	1620	-	333,4
розрахунками зі страхування	1625	-	54,7
розрахунками з оплати праці	1630	-	267,8
Інші поточні зобов'язання	1690	-	823,8
Усього за розділом III	1695	-	12 030,5
Баланс	1900	-	13 283,7

Закінчення додатку А

tel:2350%201%20253,2

2. Звіт про фінансові результати
за _____ Рік 2022Форма № 2-мс
Код за ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	22 490,0	-
Інші доходи	2160	440,5	-
Разом доходи (2000 +2160)	2280	22 930,5	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(20 360,4)	(-)
Інші витрати	2165	(1 041,7)	(-)
Разом витрати (2050 +2165)	2285	(21 402,1)	(-)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	1 528,4	-
Податок на прибуток	2300	(275,2)	(-)
Витрати (доходи), які зменшують (збільшують) фінансовий результат після оподаткування	2310	-	-
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300 – (+) 2310)	2350	1 253,2	-

Керівник

Головний бухгалтер



(підпис)

(підпис)

ЕП КУРСОВ ІГОР
ОЛЕГОВИЧ

КУРСОВ ІГОР ОЛЕГОВИЧ

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад

Додаток Б – Звітність ТОВ «УВК–Брацлав» за 2023 рік

Додаток 2
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку
25 "Спрощена фінансова звітність" (пункт 4 розділу І)

Фінансова звітність мікропідприємства

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Підприємство	Дата (рік, місяць, число)	Коди
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "УКРАЇНЬСЬКА ВАГОВА КОМПАНІЯ - БРАЦЛАВ" за ЄДРПОУ	2024 01 01	44696557
Територія	за КАТОТТГ 1	UA05100010010062014
Організаційно-правова форма господарювання	за КОПФГ	240
Вид економічної діяльності	за КВЕД	26.51
Середня кількість працівників, осіб	19	
Одиниця виміру:	тис. грн. з одним десятковим знаком	
Адреса, телефон	вулиця СОБОРНА, буд. 124, смт. БРАЦЛАВ, ТУЛЬЧИНСЬКИЙ РАЙОН, ВІННИЦЬКА обл., 22870, Україна	

1. Баланс на 31 грудня 2023 р. Форма № 1-мс Код за ДКУД 1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Основні засоби :	1010	5 597,1	4 883,0
первісна вартість	1011	6 659,6	8 117,9
знос	1012	(1 062,5)	(3 234,9)
Інші необоротні активи	1090	8,4	43,4
Усього за розділом I	1095	5 605,5	4 926,4
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	2 937,2	11 339,1
Поточна дебіторська заборгованість	1155	4 650,6	6 177,0
Гроші та їх еквіваленти	1165	9,7	4 215,0
Інші оборотні активи	1190	80,7	1 207,6
Усього за розділом II	1195	7 678,2	22 938,7
Баланс	1300	13 283,7	27 865,1

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Капітал	1400	100,0	100,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 253,2	4 951,6
Неоплачений капітал	1425	(100,0)	(-)
Усього за розділом I	1495	1 253,2	5 051,6
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
товари, роботи, послуги	1615	10 550,8	15 524,3
розрахунками з бюджетом	1620	333,4	861,4
розрахунками зі страхування	1625	54,7	52,7
розрахунками з оплати праці	1630	267,8	204,7
Інші поточні зобов'язання	1690	823,8	6 170,4
Усього за розділом III	1695	12 030,5	22 813,5
Баланс	1900	13 283,7	27 865,1

Закінчення додатку Б

2. Звіт про фінансові результати
за _____ Рік 2023Форма № 2-мс
Код за ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	60 844,1	22 490,0
Інші доходи	2160	1 604,4	440,5
Разом доходи (2000 +2160)	2280	62 448,5	22 930,5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(55 151,3)	(20 360,4)
Інші витрати	2165	(2 787,0)	(1 041,7)
Разом витрати (2050 +2165)	2285	(57 938,3)	(21 402,1)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	4 510,2	1 528,4
Податок на прибуток	2300	(811,8)	(275,2)
Витрати (доходи), які зменшують (збільшують) фінансовий результат після оподаткування	2310	-	-
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300 – (+) 2310)	2350	3 698,4	1 253,2

ЕП КУРСОВ ІГОР
ОЛЕГОВИЧ

КУРСОВ ІГОР ОЛЕГОВИЧ

(ініціали, прізвище)

Керівник

(підпис)

Головний бухгалтер

(підпис)

(ініціали, прізвище)

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад



Додаток В – Звітність ТОВ «УВК–Брацлав» підприємства за 1 квартал 2024 року

Додаток 2
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку
25 "Спрощена фінансова звітність" (пункт 4 розділу І)

Фінансова звітність мікропідприємства

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	Коди		
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "УКРАЇНЬСЬКА ВАГОВА КОМПАНІЯ - БРАЦЛАВ"	за ЄДРПОУ	2024	04	01
Територія	за КАТОТТГ	44696557		
ВІННИЦЬКА	1	UA051000100100620		
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	14		
Вид економічної діяльності	Виробництво інструментів і обладнання для вимірювання, дослідження та навігації	240		
Середня кількість працівників, осіб	20	26.51		
Одиниця виміру:	тис. грн. з одним десятковим знаком			
Адреса, телефон	вулиця СОБОРНА, буд. 124, смт. БРАЦЛАВ, ТУЛЬЧИНСЬКИЙ РАЙОН, ВІННИЦЬКА обл., 22870, Україна			

1. Баланс на **31 березня 2024** р. **Форма № 1-мс** Код за ДКУД **1801006**

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Основні засоби :	1010	4 883,0	4 291,3
первісна вартість	1011	8 117,9	8 117,9
знос	1012	(3 234,9)	(3 826,6)
Інші необоротні активи	1090	43,4	43,4
Усього за розділом I	1095	4 926,4	4 334,7
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	11 339,1	13 378,8
Поточна дебіторська заборгованість	1155	6 177,0	14 104,0
Гроші та їх еквіваленти	1165	4 215,0	17,5
Інші оборотні активи	1190	1 207,6	1 547,8
Усього за розділом II	1195	22 938,7	29 048,1
Баланс	1300	27 865,1	33 382,8

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Капітал	1400	100,0	100,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	4 951,6	5 368,1
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	5 051,6	5 468,1
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
1595		-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
товари, роботи, послуги	1615	15 524,3	18 340,2
розрахунками з бюджетом	1620	861,4	227,0
розрахунками зі страхування	1625	52,7	127,4
розрахунками з оплати праці	1630	204,7	501,7
Інші поточні зобов'язання	1690	6 170,4	8 718,4
Усього за розділом III	1695	22 813,5	27 914,7
Баланс	1900	27 865,1	33 382,8

Додаток Г – Звітність «УВК–Брацлав» за 1 півріччя 2024 року

Додаток 2
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку
25 "Спрощена фінансова звітність" (пункт 4 розділу I)

Фінансова звітність мікропідприємства

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "УКРАЇНЬСЬКА ВАГОВА КОМПАНІЯ - БРАЦЛАВ"	Дата(рік,місяць,число)	2024	07	01
Територія	ВІННИЦЬКА	за ЄДРПОУ	44696557		
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КАТОТТГ	1		
Вид економічної діяльності	Виробництво інструментів і обладнання для вимірювання, дослідження та навігації	за КОПФГ	240		
Середня кількість працівників, осіб	20	за КВЕД	26.51		
Одиниця виміру:	тис. грн. з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон	вулиця СОБОРНА, буд. 124, смт. БРАЦЛАВ, ТУЛЬЧИНСЬКИЙ РАЙОН, ВІННИЦЬКА обл., 22870, Україна				

1. Баланс на
на 30 червня 2024 р.

Форма № 1-мс

Код за ДКУД 1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Основні засоби :	1010	4 883,0	4 033,3
первісна вартість	1011	8 117,9	8 463,5
знос	1012	(3 234,9)	(4 430,2)
Інші необоротні активи	1090	43,4	43,4
Усього за розділом I	1095	4 926,4	4 076,7
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	11 339,1	10 991,6
Поточна дебіторська заборгованість	1155	6 177,0	14 342,8
Гроші та їх еквіваленти	1165	4 215,0	883,9
Інші оборотні активи	1190	1 207,6	796,4
Усього за розділом II	1195	22 938,7	27 014,7
Баланс	1300	27 865,1	31 091,4
Пасив			
I. Власний капітал			
Капітал	1400	100,0	100,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	4 951,6	6 529,7
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	5 051,6	6 629,7
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
товари, роботи, послуги	1615	15 524,3	18 764,7
розрахунками з бюджетом	1620	861,4	357,0
розрахунками зі страхування	1625	52,7	126,8
розрахунками з оплати праці	1630	204,7	478,8
Інші поточні зобов'язання	1690	6 170,4	4 734,4
Усього за розділом III	1695	22 813,5	24 461,7
Баланс	1900	27 865,1	31 091,4

Додаток Д – Результати прогнозу фінансових результатів діяльності
ТОВ «УВК–Брацлав» за 2024

Показники	Факт				Прогноз			Індекс приро сту
	2023	1 кв. 2024	1 півр. 2024	2 кв. 2024	3 кв. 2024	4 кв. 2024	2024	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	60844,1	10438,3	30299,6	19861,3	19861,3	19861,3	70022,2	0,15
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	55151,3	9339,7	27539,9	18200,2	18200,2	18200,2	63940,3	0,16
Валовий прибуток (збиток)	5692,8	1098,6	2759,7	1661,1	1661,1	1661,1	6081,9	0,07
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (збиток)	5692,8	1098,6	2759,7	1661,1	1661,1	1661,1	6081,9	0,07
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток)	4510,2	521,9	1924,5	1402,6	1402,6	1402,6	4729,7	0,05
Витрати (дохід) з податку на прибуток	811,8	105,4	346,4	248,6	248,6	248,6	851,3	0,05
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	3698,4	416,5	1578,1	1161,6	1161,6	1161,6	3878,4	0,05
Разом доходи	62448,5	10438,3	31491,6	21053,3	21053,3	21053,3	73598,2	0,18
Разом витрати	57938,3	9916,4	29567,1	19650,7	19650,7	19650,7	68868,5	0,19
Інші доходи	1604,4	0,0	1192,0	1192,0	1192,0	1192,0	3576,0	1,23
Інші витрати	2787,0	576,7	2027,2	1450,5	1450,5	1450,5	4928,2	0,77

Додаток Ж – Розрахунок прогнозного балансу ТОВ «УВК–Брацлав» на 2024 рік



Таблиця Ж.1 - Динаміка зміни індексу приросту розміру активів та пасивів ТОВ «УВК –Брацлав» за 1 півріччя 2024 року

Показник	Факт				Динаміка 1 кв		Динаміка 1 півр	
	2022	2023	1кв.2024	1півр. 2024	Δ 1 кв	Індекс приросту	Δ 1 півр	Індекс приросту
Актив								
Основні засоби:	5 597,10	4 883,00	4 291,30	4 033,30	-591,70	-0,12	-849,70	-0,17
первісна вартість	6 659,60	8 117,90	8 117,90	8 463,50	0,00	0,00	345,60	0,04
знос	1 062,50	3 234,90	3 826,60	4 430,20	591,70	0,18	1 195,30	0,37
Інші необоротні активи	8,40	43,40	43,40	43,40	0,00	0,00	0,00	0,00
НЕОБОРОТНІ АКТИВИ	5 605,50	4 926,40	4 334,70	4 076,70	-591,70	-0,12	-849,70	-0,17
Запаси	2 937,20	11 339,10	13 378,80	10 991,60	2 039,70	0,18	-347,50	-0,03
Інша поточна дебіторська заборгованість	4 650,60	6 177,00	14 104,00	14 342,80	7 927,00	1,28	8 165,80	1,32
Гроші та їх еквіваленти	9,70	4 215,00	17,50	883,90	-4 197,50	-1,00	-3 331,10	-0,79
Інші оборотні активи	80,70	1 207,60	1 547,80	796,40	340,20	0,28	-411,20	-0,34
ОБОРОТНІ АКТИВИ	7 678,20	22 938,70	29 048,10	27 014,70	6 109,40	0,27	4 076,00	0,18
БАЛАНС	13 283,70	27 865,10	33 382,80	31 091,40	5 517,70	0,20	3 226,30	0,12
Пасив								
Зареєстрований (пайовий) капітал	100,00	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1 253,20	4 951,60	5 368,10	6 529,70	416,50	0,08	1 578,10	0,32
ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ	1 253,20	5 051,60	5 468,10	6 629,70	416,50	0,08	1 578,10	0,31
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	10 550,80	15 524,30	18 340,20	18 764,70	2 815,90	0,18	3 240,40	0,21
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	333,40	861,40	227,00	357,00	-634,40	-0,74	-504,40	-0,59
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками зі страхування	54,70	52,70	127,40	126,80	74,70	1,42	74,10	1,41
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з оплати праці	267,80	204,70	501,70	478,80	297,00	1,45	274,10	1,34
Інші поточні зобов'язання	823,80	6 170,40	8 718,40	4 734,40	2 548,00	0,41	-1 436,00	-0,23
ПОТОЧНІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ І ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	12 030,50	22 813,50	27 914,70	24 461,70	5 101,20	0,22	1 648,20	0,07
БАЛАНС	13 283,70	27 865,10	33 382,80	31 091,40	5 517,70	0,20	3 226,30	0,12





Таблиця Ж.2 – Прогнозний баланс ТОВ «УВК –Брацлав» на 2024 рік

Показник	Факт				Прогноз	
	2022	2023	1кв.2024	1півр.2024	2024	Індекс приросту
Актив						
Основні засоби:	5 597,10	4 883,00	4 291,30	4 033,30	3 517,30	-
первісна вартість	6 659,60	8 117,90	8 117,90	8 463,50	9 154,70	-
знос	1 062,50	3 234,90	3 826,60	4 430,20	5 637,40	-
Інші необоротні активи	8,40	43,40	43,40	43,40	43,40	-
НЕОБОРОТНІ АКТИВИ	5 605,50	4 926,40	4 334,70	4 076,70	3 560,70	0,72
Запаси	2 937,20	11 339,10	13 378,80	10 991,60	6 217,20	0,55
Інша поточна дебіторська заборгованість	4 650,60	6 177,00	14 104,00	14 342,80	14 820,40	2,40
Гроші та їх еквіваленти	9,70	4 215,00	17,50	883,90	2 616,70	0,62
Інші оборотні активи	80,70	1 207,60	1 547,80	796,40	7 102,70	5,88
ОБОРОТНІ АКТИВИ	7 678,20	22 938,70	29 048,10	27 014,70	30 757,00	1,34
БАЛАНС	13 283,70	27 865,10	33 382,80	31 091,40	34 317,70	1,23
Пасив						
Зареєстрований (пайовий) капітал	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1 253,20	4 951,60	5 368,10	6 529,70	8 852,90	-
ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ	1 253,20	5 051,60	5 468,10	6 629,70	8 952,90	-
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	10 550,80	15 524,30	18 340,20	18 764,70	19 613,70	1,26
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	333,40	861,40	227,00	357,00	617,00	0,72
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками зі страхування	54,70	52,70	127,40	126,80	125,60	2,38
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з оплати праці	267,80	204,70	501,70	478,80	433,00	2,12
Інші поточні зобов'язання	823,80	6 170,40	8 718,40	4 734,40	4 575,50	0,74
ПОТОЧНІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ І ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	12 030,50	22 813,50	27 914,70	24 461,70	25 364,80	1,11
БАЛАНС	13 283,70	27 865,10	33 382,80	31 091,40	34 317,70	1,23

Додаток 3 – Рахунок-фактура на експорт металокожструкцій

1 Отправитель (наименование, адрес, страна) Absender (Name, Anschrift, Land) ДП "ВАГОВИЙ КОНТРОЛЬ УКРАЇНИ" 61108, м. Харків, вул. ТРАНСПОРТНА КОЛОНА, буд.2 Украина			Международная товарно-транспортная накладная Internationaler Frachtbrief  № 53 Данная перевозка, несмотря на то, как бы прочие договоры, осуществляется в соответствии с условиями Конвенции о договоре международной дорожной перевозки грузов (КДПГ) Diese Beförderung unterliegt trotz aller gegenteiligen Abmachungen den Bestimmungen des Übereinkommens über den Beförderungsvertrag im internationalen Straßengüterverkehr (CMR)				
2 Получатель (наименование, адрес, страна) Empfänger (Name, Anschrift, Land) "ALEX S&E" SRL MD-2005, ул. Ион Прункул 4/1, г. Кишинев, Молдова			16 Перевозчик (наименование, адрес, страна) Frachtführer (Name, Anschrift, Land) "Ukrinformtrade" LTD Code 0014300875 61082, Kharkiv, Ukraine, Kod 14300875 144 Moscow boulevard, room 710				
3 Место разгрузки груза Anlieferungsart des Gutes Место/Ort Кишинев Страна/Land Молдова			17 Последующий перевозчик (наименование, адрес, страна) Nachfolgende Frachtführer (Name, Anschrift, Land)				
4 Место и дата загрузки груза Ort und Tag Übernahme des Gutes Место/Ort Харьков Страна/Land Украина Дата/Datum 05.03.2021			18 Оговорки и замечания перевозчика Vorbehalte und Bemerkungen der Frachtführer AX3557IM/AX8835XP				
5 Предоставные документы Belegliste Dokumente Счет-фактура № 53 от 05.03.2021 Отгрузочная спецификация №1 от 05.03.2021							
6 Товар и марка Kaufgegenstand und Marken	7 Количество мест Anzahl der Packstücke	8 Вид упаковки Art der Verpackung	9 Наименование груза Bezeichnung des Gutes	10 Статус № Statistik-Nr	11 Вес брутто, кг Bruttogew., kg	12 Объем, м³ Umfang m³	
	70	Карт.кор.связки,б/упак.	Металлокожструкц. Датчики	842390	14021,10 кг		
13 Класс Klasse	Цифра Ziffer	Бумага Papier	ДОПОГ ADR	19 Подлежит оплате Zu zahlen vom:	Отправитель Absender	Валюта Währung	Получатель Empfänger
14 Водителю Kaufmannschaft 15 Условия оплаты Frachtabrechnungsbedingungen Фирма Firma Инициалы Initialen				20 Особые согласованные условия Besondere Vereinbarungen			
21 Составлен в Ausgegeben in Харьков, Украина			Дата am 05.03.2021		24 Груз получен Gut empfangen Дата Datum Ам. _____ 20 Прибытие под погрузку Ankunft für Beladung Убытие Abfahrt		
22 Подпись и штамп отправителя Unterschrift und Stempel des Absenders 			23 «Ukrinformtrade» LTD Kharkiv, Ukraine, 61082, 144 Moscow boulevard, room 710 Tel/fax +380(57)7121529 Kod 14300875 UKR 066/10169		Подпись и штамп получателя Unterschrift und Stempel des Empfängers		
25 Подпись/Подпись Unterschrift/Unterschrift			26 Марка/Тур Marken/Typ				

Додаток І – Зразок сертифікату на експортовану продукцію

1. Грузоотправитель/экспортер (наименование и адрес) Дочернее предприятие "Весовой контроль Украины", 61108, г.Харьков, ул.Транспортная колонна_2 Украина		4. № MD16300F1034 2129753 СЕРТИФИКАТ О ПРОИСХОЖДЕНИИ ТОВАРА Форма СТ-1			
2. Грузополучитель/импортер (наименование и адрес) "ALEX S&E" SRL MD-2005,г.Кишинев, ул.Ион Прункул 4/1 Республика Молдова		Выдан в <u>УКРАИНЕ</u> (наименование страны) Для предоставления в <u>РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА</u> (наименование страны)			
3. Средства транспорта и маршрут следования (насколько это известно) Автотранспорт		5. Для служебных отметок Контракт №0224-01 MI /Молдова от 24.02.2021			
6. №	7. Количество мест и вид упаковки	8. Описание товара	9. Критерий происхождения	10. Количество товара	11. Номер и дата счета фактуры
1.	30 мест: 21-без упак., 5-карт коробок, 3-дерев. прокладки-бруски, стяжная лента,1- стяж. лента	Металлоконструкция для грузоприемной платформы 18 м Gpr Line	D8423	1шт	№ 53 от 05.03.2021
2.		Металлоконструкция для грузоприемной платформы 14 м Euro Line	D8423	1шт	
3.		Металлоконструкция для грузоприемной платформы 6 м Mobile Line	D8423	1шт	
4.		Металлоконструкция для платформенных весов 1,2x1,2	D8423	6шт	
5.		Металлоконструкция для платформенных весов 1,2x1,5	D8423	4шт	
6.		Металлоконструкция для палетных весов 1,2x0,8	D8423	2шт	
7.		Комплект металлоконструкций весов для взвешивания животных 1,5x1,0	D8423	1шт	
8.		Комплект металлоконструкций весов для взвешивания животных 2,0x1,2	D8423	1шт	
12. Удостоверение Настоящим удостоверяется, что декларация заявителя соответствует действительности ХАРЬКОВСКАЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА 61037, Украина, г.Харьков, пр. Московский, 122Б  Подпись 05.03.2021 Дата  Печать О.В. Яшин		13. Декларация заявителя Нижеподписавшийся заявляет, что вышеприведенные сведения соответствуют действительности; что все товары полностью произведены или подвергнуты достаточной переработке в <u>УКРАИНЕ</u> (наименование страны) и что все они отвечают требованиям происхождения, установленным в отношении таких товаров  Подпись 05.03.2021 Дата  Печать И.А.Мовчан			

ДОДАТОК К

Методика оцінки доцільності впровадження інвестиційного проєкту

Для оцінки доцільності впровадження інвестиційного проєкту розраховують такі показники: чистий дисконтований грошовий потік ЧГП, термін окупності $T_{ок}$, рентабельність інвестицій РІ, індекс доходності ІД, внутрішня норма прибутковості ВНП.

До визначення ЧДП необхідно спочатку розрахувати річні грошові потоки підприємства від впровадження інвестиційного проєкту. Річний грошовий потік розраховується за формулою [146]:

$$ГП_t = ЧП_t + A_t, \quad (Д.1)$$

де $ГП_t$ – грошовий потік t-го року;

A_t – амортизація t-го року.

Дисконтований грошовий по розраховується за формулою [146]:

$$ДГП_t = ГП_t \cdot k_{дт}, \quad (Д.2)$$

де $ДГП_t$ – дисконтований грошовий потік t-го року;

$k_{дт}$ – коефіцієнт дисконтування t-го року.

Чистий дисконтований грошовий потік по проєкту знаходиться за формулою [146]:

$$ЧГП = -I_0 + \sum ДГП_t, \quad (Д.3)$$

де I_0 – інвестиції по проєкту.

Термін окупності проекту розраховують за формулою [146]:

$$T_{\text{ок}} = n + (I_0 - \Sigma \text{ДГП}_t) / \text{ДГП}_{n+1}, \quad (\text{Д.4})$$

де t – порядковий номер року;

n – максимальна ціла кількість років, за які сумарний дисконтований грошовий потік менше разових інвестицій;

$n+1$ – порядковий номер року, в якому сумарний дисконтований грошовий потік перевищив разові інвестиції;

I_0 – разові інвестиції.

Рентабельність інвестицій знаходиться за формулою [146]:

$$PI = (\text{ЧГП}/I_0) \cdot 100\%, \quad (\text{Д.5})$$

Індекс доходності розраховується за формулою [146]:

$$ID = \Sigma \text{ДГП}/I_0, \quad (\text{Д.6})$$

де $\Sigma \text{ДГП}$ – сумарний дисконтований грошовий потік від впровадження проекту.

Внутрішня норма прибутковості знаходиться за формулою [146]:

$$\text{ВНП} = E_1 + [(\text{ЧГП}_1 / (\text{ЧГП}_1 - (-\text{ЧГП}_2))] \cdot (E_2 - E_1), \quad (\text{Д.7})$$

де E_1 – значення ставки дисконту, при якому ЧГП позитивний ($\text{ЧГП}_1 > 0$);

E_2 – значення ставки дисконту, при якому ЧГП від'ємний ($\text{ЧДП}_2 < 0$).