

Звіт з управління за 2021 рік

**Товариство з обмеженою відповідальністю
РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНА АГЕНЦІЯ "АММ"**



ЗМІСТ

1. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ТА ОПИС ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	3
1.1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ.....	3
1.2. ІСТОРІЯ ПІДПРИЄМСТВА.....	3
1.3. СТРУКТУРА УПРАВЛІННЯ ТА ВЛАСНОСТІ.....	3
1.4. СФЕРА ДІЯЛЬНОСТІ	3
1.4.1. ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ.....	4
1.4.2. ЛІЦЕНЗІЇ ТА ДОЗВОЛИ.....	4
1.4.3. САНКЦІЇ ТА СУДОВІ СПРАВИ.....	4
2. РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ.....	4
3. ЛІКВІДНІСТЬ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ.....	10
4. ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ.....	11
5. СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ТА КАДРОВА ПОЛІТИКА.....	11
6. РИЗИКИ.....	12
7. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ІННОВАЦІЇ.....	14
8. ФІНАНСОВІ ІНВЕСТИЦІЇ.....	14
9. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	14



1. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ТА ОПИС ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Товариство з обмеженою відповідальністю РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНА АГЕНЦІЯ "АММ" (LIMITED LIABILITY COMPANY ADVERTISING INFORMATION AGENCY «АММ»),

ідентифікаційний код 30263964

місцезнаходженням 01033, м. Київ, вул. Сім'ї Прахових, будинок 58/10 (надалі – Підприємство), зареєстровано 16.12.1998 року (23 роки).

Підприємство належить до недержавної форми власності.

Підприємство на дату підготовки цього документу – станом на 31.12.2021 року – в розумінні статей 91,92, 105 Цивільного кодексу України; Кодексу України з процедур банкрутства в стані припинення не перебуває.

Станом на дату підготовки цього документу Підприємство перебуває на обліку в органах державної податкової служби, є платником податку на прибуток та платником податку на додану вартість (індивідуальний податковий номер 302639626595).

1.2. ІСТОРІЯ ПІДПРИЄМСТВА

Історія діяльності Підприємства розпочалася у 1998 році. 16 грудня 1998 року було офіційно зареєстровано Товариство з обмеженою відповідальністю РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНА АГЕНЦІЯ "АММ". Ключовим напрямком діяльності Підприємства була і залишається по цей час рекламна діяльність. Під організацією рекламної діяльності на підприємстві розуміють розробку рекламних кампаній, бюджетів рекламних кампаній та окремих заходів пов'язаних з рекламою, просуванням або популяризацією торгових марок, підприємств та їх продукції та брендів, стратегічне та тактичне планування рекламної активності, підготовку та розміщення, контроль за реалізацією і визначення та аналіз ефективності проведених рекламних кампаній.

1.3. СТРУКТУРА УПРАВЛІННЯ ТА ВЛАСНОСТІ

3

Орган управління Підприємства – Загальні збори Учасників, до складу яких входять:

Перелік засновників (учасників):

- Ліхачків Єгор Васильович (Україна)- розмір статутного капіталу 10892,58 грн – 31,6875%
- Гороховський Олександр Михайлович (Україна) - розмір статутного капіталу - 5585,94 грн – 16,25%%
- Скачек Сергій Михайлович (Україна)- розмір статутного капіталу- 5585,94 грн –16,25%
- Якубов Борис Миколайович (Україна) розмір статутного капіталу -279,29 грн. –0,8125 %
- Компанія «Енвірал Інвестментс Лімітед (Кіпр) розмір статутного капіталу –12031,25 грн.35%

Уповноважена особа – Горкун Ганна Миколаївна - керівник з 13.06.2018 року. Обмежень щодо повноважень уповноваженої особи немає.

Протягом звітного періоду керівництво Підприємства не змінювалося.

1.4. СФЕРА ДІЯЛЬНОСТІ

Реклама становить одну з найбільш важливих маркетингових функцій, яка здійснюється абсолютною більшістю суб'єктів ринкової діяльності.

В основі реклами – інформація і переконання, якими вона оперує для більш детального розуміння споживачами відповідної продукції чи послуги. Реклама робить виклик конкурентам, який змушує підприємство удосконалювати свій товар, щоб підвищувати власну конкурентоспроможність. Вона стимулює виробника вдосконалювати якість власного товару.

Реклама відіграє ключову роль в розвитку економіки та є її важливим елементом. Якщо виробника позбавити такого ефективного зв'язку зі споживачами, яким є реклама, то він перестане вкладати гроші в удосконалення старих та створення нових товарів. На сучасному етапі розвитку ринкового середовища значущість маркетингової діяльності вітчизняних підприємств дуже важлива.



1.4.1. ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ

Основним видом діяльності Підприємства є "Рекламні агентства" (код КВЕД: 73:11).
Інші види діяльності якими займається Підприємство є:
"Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації" (код КВЕД: 73.12),
"Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки" (код КВЕД: 73.20),
"Видання газет" (код КВЕД: 58.13),
"Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм" (код КВЕД: 59.11)
"Видання журналів і періодичних видань" (код КВЕД: 58.14)

1.4.2. ЛІЦЕНЗІЇ ТА ДОЗВОЛИ

Діяльність яку здійснює Підприємство не потребує отримання ліцензій чи спеціальних дозволів.

1.4.3. САНКЦІЇ ТА СУДОВІ СПРАВИ

Підприємство не співпрацює з контрагентами, до яких (та / або до їх засновників / кінцевих бенефіціарів) застосовано національні / міжнародні санкції.

Підприємство не здійснювало перереєстрації в окупованому Криму та на окупованих територіях. Протягом звітного періоду Підприємство не торгувало з країнами під санкціями та немає операцій з контрагентами із «Чорних списків» ЄС, FAFT та ОЕСР.

Засновники / учасники / бенефіціар не є резидентом країн, що знаходяться під санкціями та не є особами, зареєстрованим на тимчасово окупованих територіях.

Станом на дату складення документу відсутні судові справи, в яких Підприємство виступає відповідачем. Підприємство немає відкритих виконавчих проваджень.

4

2. РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ

Аналіз результатів діяльності Підприємства, включаючи пояснення щодо динаміки розвитку підприємства, охоплював період 2019 – 2021 роки.

В основу аналізу покладено показники фінансової звітності за вказані періоди, а також показники форм статистичної звітності (див. Таблиця 1).

Загальні показники діяльності Підприємства за період 2019 – 2021 роки, тис. грн

Таблиця 1

Найменування показника	Джерело інформації / порядок розрахунку	31.12.19	31.12.20	31.12.21
Баланс	форма № 1 рядок 1300 (або рядок 1900)	123 406	240 439	274 576
баланс на початок періоду	форма № 1 рядок 1300 (1900), графа 3	107 053	123 406	240 439
баланс на кінець періоду	форма № 1 рядок 1300 (1900), графа 4	123 406	240 439	274 576
власний капітал	форма № 1 рядок 1495	3 456	9 141	23 624
власні оборотні активи	форма № 1 рядок 1495 - рядок 1095	3 219	8 906	23 138
вартість основних засобів (залишкова)	форма № 1 рядок 1010	237	235	486
грошові кошти та їх еквіваленти, поточні фінансові інвестиції	форма № 1 рядок 1160 + рядок 1165	7 183	8 066	12 870

Найменування показника	Джерело інформації / порядок розрахунку	31.12.19	31.12.20	31.12.21
знос основних засобів (на кінець періоду)	форма № 1 рядок 1012 гр 4	1 630	1 913	2 325
поточні зобов'язання	форма № 1 рядок 1695 - рядок 1660 - рядок 1665	119 311	230 503	249 980
витрати майбутніх періодів	форма № 1 рядок 1170	6,7	-	-
необоротні активи	форма № 1 рядок 1095	237	235	486
"нормальні" джерела покриття	форма № 1 рядок 1495 + рядок 1595 - рядок 1425 - рядок 1430 + рядок 1695 - рядок 1095	123 168	240 204	274 090
оборотні активи	форма № 1 рядок 1195	123 168	240 204	274 090
первісна вартість основних засобів	форма № 1 рядок 1011	1 868	2 148	2 811
первісна вартість основних засобів на кінець періоду	форма № 1 рядок 1011, графа 4	1 868	2 148	2 811
первісна вартість основних засобів на початок періоду	форма № 1 рядок 1011, графа 3	1 754	1 868	2 148
середня вартість власного капіталу	форма № 1 рядок 1495 (графа 3 + графа 4) / 2	7 463	6 299	16 383
середня вартість основних засобів	форма № 1 рядок 1010 (графа 3 + графа 4) / 2	301	236	361
середня дебіторська заборгованість	форма № 1 рядки , 1125+1155 (графа 3 + графа 4) / 2	456 483	173 392	245 957
середня кредиторська заборгованість	форма № 1 рядок 1595 + рядок 1695 (графа 3 + графа 4) / 2	107 768	175 625	241 125
функціонуючий капітал	форма № 1 рядок 1195 - рядок 1695	3 856	8906	23 138
чистий дохід від реалізації	форма № 2 рядок 2000	466 911	652 409	929 897
собівартість реалізованих послуг	ф2р2050	440 700	620 680	884 496
Інші операційні витрати	ф2р2130+2150 +2180	23 044	21 744	28 036
прибуток до оподаткування	ф2р2290	4 406	11 223	17 669
чистий прибуток	ф2р 2350	3 619	9 185	14 483
первісна вартість активної частини основних засобів на кінець року	форма № 5 рядок 130, графа 14 + рядок 140, графа 14	1075	1252	1711
знос активної частини основних засобів на кінець року	форма № 5 рядок 130, графа 15 + рядок 140, графа 15	858	1030	1232
первісна вартість активної частини основних засобів на початок року	форма № 5 рядок 130, графа 3 + рядок 140, графа 3	989	1075	1252
знос активної частини основних засобів на початок року	форма № 5 рядок 130, графа 4 + рядок 140, графа 4	654	853	1030

Найменування показника	Джерело інформації / порядок розрахунку	31.12.19	31.12.20	31.12.21
первісна вартість основних засобів, які вибули протягом періоду	форма № 5 рядок 260, графа 8	0	0	0
первісна вартість основних засобів, які надійшли протягом періоду	форма № 5 рядок 260, графа 5	114	280	663
середня кількість працівників в еквіваленті повної зайнятості, осіб	форма № 1- підприємництво рядок 600	27	29	35
Дивіденди, виплачені власникам	форма № 4 рядок 4200, графа 10	13 774	3 500	0

Отримана інформація була покладена в основу горизонтального та вертикального аналізу, а також розрахунку показників оцінки фінансово-господарського стану.

Горизонтальний і вертикальний аналіз бухгалтерського балансу є доповненням один одного, і характеризують структуру звітної бухгалтерської форми і динаміку окремих її показників..

Таблиця 2.

Горизонтальний аналіз активу бухгалтерського балансу

Актив	Код рядка	На кінець 2019 р.	На кінець 2021 р.	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
I. Необоротні активи					
Нематеріальні активи	1000	-	-	-	-
первісна вартість	1001	66	66	0	0,00
накопичена амортизація	1002	(66)	(66)	-881	2,55
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0	0,00
Основні засоби	1010	237	486	249	1,05
первісна вартість	1011	1868	2811	943	0,50
знос	1012	1630	2325	695	0,43
Усього за розділом I	1095	237	486	249	1,05
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	109127	259721	150594	1,38
з бюджетом	1135	466	1	-465	-0,99
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	6376	913	-5463	-0,86

Актив	Код рядка	На кінець 2019 р.	На кінець 2021 р.	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Гроші та їх еквіваленти	1165	7183	12870	5687	0,79
Витрати майбутніх періодів	1170	6,7	0	-6,7	1
Інші оборотні активи	1190	9,2	125	115,8	12,59
Усього за розділом II	1195	123168	274090	150922	1,23
Баланс	1300	123405	274576	151171	1,22

За даними горизонтального аналізу ми виявили, що на кінець досліджуваного періоду загальна вартість активів збільшилась на 151171 тис. грн. в порівнянні з 2019 р. Абсолютна величина збільшення в оборотних активах склала 150922 тис.грн. Оборотні активи збільшилися за період і перевищують необоротні. В той же час у абсолютному вираженні значно збільшилась сума основних засобів на 943 тис. грн., що становить 50 % в порівнянні з 2019 роком, відбулося оновлення основних засобів за рахунок придбання нової комп'ютерної техніки. В той же час, значно збільшилась сума та частка дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи та послуги – в абсолютному вимірюванні на 150594 тис. грн. (або на 138 %). Це сталося в наслідок збільшення обсягу надання послуг та новим клієнтам. Проте, те що дебіторська заборгованість має значний розмір, але строки її погашення стабільні та відповідають умовам договору, а тому слід очікувати надходження коштів в наступних періодах, що покращить ситуацію з показниками ліквідності.

Горизонтальний аналіз пасиву бухгалтерського балансу

Таблиця 3

Пасив	Код рядка	На кінець 2019 р.	На кінець 2021 р.	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
I. Власний капітал					
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	34,4	34,4	0	0,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	3421	23590	20169	5,89
Усього за розділом I	1495	3455	23624	20169	5,89
III. Поточні зобов'язання					
Поточна кредиторська заборгованість за:					
товари, роботи, послуги	1615	118698	247205	128507	1,08
розрахунками з бюджетом	1620	431	1968	1537	3,57
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	487	487	
розрахунками з оплати праці	1630	-	216	216	
за авансами одержаними	1635	-	460	460	
за розрахунками з учасниками	1640	-	-	-	
Поточні забезпечення	1660	638	972	334	0,52
Інші поточні зобов'язання	1690	183	84	-99	-0,54
Усього за розділом III	1695	119949	250952	131003	1,09
Баланс	1900	123405	274576	151171	1,22

У власному капіталі підприємства з 2019 р. по 2021 р. збільшився нерозподілений прибуток (непокритий збиток) на 20169 тис. грн. за рахунок чистого прибутку, і відсутності розподілу дивідендів учасникам в 2021 році.

Збільшилась кредиторська заборгованість щодо товарів, робіт і послуг на 128507 тис. грн. в порівнянні з 2019 роком, збільшення відбулося за рахунок збільшення обсягів закупівлі послуг та відповідає строкам погашення за договорами. Кредиторська та дебіторська заборгованість збалансована, отже підприємство вчасно розраховується з постачальниками та підрядчиками за виконані роботи та отримані послуги. На кінець 2021 року наявна заборгованість з оплати праці, а саме не профінансовані лікарняні ФСС .

Вертикальний аналіз активу бухгалтерського балансу

Таблиця 4

Актив	Код рядка	На кінець 2019 р.	На кінець 2021 р.	Питома вага у 2019 р.	Питома вага у 2021 р.	Зміна питомої ваги
I. Необоротні активи						
Нематеріальні активи	1000	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
первісна вартість	1001	66	66	0,05%	0,02%	-0,03%
накопичена амортизація	1002	-66	-66	-0,05%	-0,02%	0,03%
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Основні засоби	1010	237	486	0,19%	0,18%	-0,02%
первісна вартість	1011	1868	2811	1,51%	1,02%	-0,49%
знос	1012	1630	2325	1,32%	0,85%	-0,47%
Усього за розділом I	1095	237	486	0,19%	0,18%	-0,02%
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	109127	259721	88,43%	94,59%	6,16%
з бюджетом	1135	466	1	0,38%	0,00%	-0,38%
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	6376	913	5,17%	0,33%	-4,83%
Гроші та їх еквіваленти	1165	7183	12870	5,82%	4,69%	-1,13%
Витрати майбутніх періодів	1170	6,7	0	0,01%	0,00%	-0,01%
Інші оборотні активи	1190	9,2	125	0,01%	0,05%	0,04%
Усього за розділом II	1195	123168	274090	99,81%	99,82%	0,02%
Баланс	1300	123405	274576	100,00%	100,00%	0,00%

Дебіторська заборгованість складає значну частину активів балансу на кінець 2021 року це 94.59%, але договірні умови забезпечують стабільне, регулярне, ритмічне її погашення.

Вертикальний аналіз пасиву бухгалтерського балансу

Таблиця 5

Пасив	Код рядка	На кінець 2019 р.	На кінець 2021 р.	Питома вага у 2019 р.	Питома вага у 2020 р.	Зміна питомої ваги
I. Власний капітал						
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	34,4	34,4	0,03%	0,01%	-0,02%
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	3421	23590	2,77%	8,59%	5,82%
Усього за розділом I	1495	3455	23624	2,80%	8,60%	5,80%
III. Поточні зобов'язання						
Поточна кредиторська заборгованість за:				0,00%	0,00%	0,00%
товари, роботи, послуги	1615	118698	247205	96,19%	90,03%	-6,15%
розрахунками з бюджетом	1620	431	1968	0,35%	0,72%	0,37%
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	487	0,00%	0,18%	0,18%
розрахунками з оплати праці	1630	-	216	0,00%	0,08%	0,08%
за авансами одержаними	1635	-	460	0,00%	0,17%	0,17%
за розрахунками з учасниками	1640	-	-	0,00%	0,00%	0,00%
Поточні забезпечення	1660	638	972	0,52%	0,35%	-0,16%
Інші поточні зобов'язання	1690	183	84	0,15%	0,03%	-0,12%
Усього за розділом III	1695	119949	250952	97,20%	91,40%	-5,80%
Баланс	1900	123405	274576	100,00%	100,00%	0,00%

Станом на 31.12.2021 року до структури зобов'язань Підприємства входять лише поточні зобов'язання. Значну частину з питомою вагою 90,03% на 2021 рік складає поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги. Кредиторська заборгованість стабільно, регулярно, ритмічно зменшується пропорційно зменшенню дебіторської заборгованості.

За даними Звітів про фінансові результати Підприємство прибуткове і спостерігається позитивна тенденція зростання чистого доходу та чистого прибутку протягом 2019 – 2021 років (див. Таблиця 5). Протягом періоду, що аналізується значно зріс прибуток підприємства : .

Аналіз прибутку Підприємства

Таблиця 6.

Стаття	Код рядка	Рік 2019		Рік 2021		Зміни		
		Абсолют на величина	відносна величина	абсолютна величина	відносна величина	в абсолютних величинах	в структурі	темпи зростання, %
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	466911	100%	929897	100%	462986	0%	199%
Чистий прибуток	2350	3619	0,77%	14483	1,58%	10864	0,81%	400%



3. ЛІКВІДНІСТЬ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ

Фінансовий стан підприємства в короткостроковій перспективі оцінюється показниками ліквідності і платоспроможності, які характеризують здатність своєчасного і повного проведення розрахунків по короткочасним зобов'язанням перед контрагентами.

Ліквідність підприємства – це його спроможність перетворювати свої активи на гроші для покриття всіх необхідних платежів.

Аналіз ліквідності підприємства здійснюється шляхом розрахунку таких показників (коефіцієнтів): коефіцієнта покриття, коефіцієнта швидкої ліквідності, коефіцієнта поточної ліквідності та коефіцієнта абсолютної ліквідності.

Показники ліквідності Підприємства знаходяться в межах нормативних значень, що вказує на сталу та достатню спроможність Підприємства покривати всі свої зобов'язання.

Показники ліквідності

Таблиця 7

Назва показника	Алгоритм розрахунку	Рекомендоване значення	Розрахунок	
			На кінець 2019 р.	На кінець 2021 р.
Коефіцієнт поточної ліквідності	p.1195/p.1695	від 1 до 3, однак більш бажаним є значення 2-3.	1,03	1,09
Коефіцієнт швидкої ліквідності	(p.1195p.1100)/p.1695	від 0,5 до 1 і вище	1,03	1,09
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	p.1165/p.1695	від 0,1 до 0,2	0,06	0,05

Коефіцієнт покриття розраховується як відношення оборотних активів до поточних зобов'язань підприємства та показує достатність ресурсів підприємства, які можуть бути використані для погашення його поточних зобов'язань.

Відповідно до загально визначених стандартів, вважається, що цей коефіцієнт повинен знаходитися в межах від одиниці до двох. Нижня межа обумовлена тим, що оборотних коштів повинно бути щонайменше достатньо для погашення короткострокових зобов'язань.

Перевищення короткострокових коштів над зобов'язаннями більш ніж в два (три) рази вважається також небажаним, оскільки може свідчити про порушення структури капіталу.

Значення коефіцієнта загальної ліквідності (покриття) Підприємства протягом 2019 – 2021 років було достатнім, тобто складало більше 1.

Достатнім є також показники поточної ліквідності, що розраховується як відношення оборотних активів до всіх зобов'язань підприємства та показує достатність ресурсів підприємства, які можуть бути використані для їх погашення.

Аналіз фінансової стійкості (платоспроможності) підприємства здійснюється за даними балансу підприємства, характеризує структуру джерел фінансування ресурсів підприємства, ступінь фінансової стійкості і незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування діяльності.

Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства здійснюється шляхом розрахунку, зокрема, але не виключно, таких показників (коефіцієнтів):

- коефіцієнта платоспроможності (автономії),
- коефіцієнта фінансування,
- коефіцієнта забезпеченості власними оборотними засобами,
- коефіцієнта маневреності власного капіталу.

Аналіз вказаних показників та їх значення вказують на достатню та стійку платоспроможність Підприємства та його фінансову незалежність, а також, відсутність ознак неплатоспроможності чи ризиків банкрутства в найближчій перспективі.

4. ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ

Підприємство активно здійснює заходи щодо захисту довкілля, інвестує у новітні технології.

Основним джерелом для роботи Підприємства є електроенергія.

У Підприємства не має відходів, що підлягають спеціальним заходам утилізації.

Підприємством укладено відповідні угоди щодо утилізації звичайних відходів.

5. СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ТА КАДРОВА ПОЛІТИКА

Облікова кількість штатних працівників на кінець звітного періоду склала 46 осіб.

Протягом 2021 року кількість прийнятих штатних працівників – 24. Кількість звільнених працівників 6. Причини звільнення: за власним бажанням, за угодою сторін.

Облікова кількість штатних працівників, які знаходяться у відпустці по догляду за дитиною до досягнення нею віку, встановленого чинним законодавством – 4.

Склад фонду оплати праці штатних працівників в 2021 році був наступним (тис. грн):



Назва показників	2021 рік
Фонд оплати праці штатних працівників, всього	14 433
- Фонд основної заробітної плати	13 120
- Фонд додаткової заробітної плати.:	1 313

Оплата за невідпрацьований робочий час склала 767 тис. грн При цьому, протягом звітного періоду у працівників Підприємства не було невідпрацьованого робочого часу через

- через переведення на неповний робочий день (тиждень) з економічних причин;
- через масові невиходи на роботу (страйки).

Протягом звітного періоду на Підприємстві відсутні потерпілі та нещасні випадки. Підприємство активно підтримує спорт та здоровий спосіб життя.

6. РИЗИКИ

1. Ризик зміни ринкових цін внаслідок зміни економічної кон'юнктури, інших ринкових умов.

Ризик зміни ринкових цін – це ризик того, що компанія не зможе продати товари/роботи/послуги за ціною, що дозволяє отримати прибуток. Такий ризик виникає в результаті збільшення конкуренції або зміни очікувань ринку щодо товарів/робіт/послуг компанії.

Підприємство розглядає такий ризик як обмежений.

2. Ризики, пов'язані із втратою майна чи майнових прав.

Ризик втрати майна або майнових прав - це ризик, пов'язаний із втратою майна в результаті втрати права власності на власність чи продукцію.

Підприємством вжито всіх заходів правового характеру щодо забезпечення майна Підприємства від незаконного заволодіння ним.

Протягом звітного періоду відсутні судові справи, в яких Підприємство виступає відповідачем.

Тому цей ризик Підприємство розглядає як низький.

3. Ризики, пов'язані із зміною офіційного курсу гривні до іноземної валюти, встановленого Національним банком України, процентних ставок, кредитні ризики.

Валютні ризики пов'язані зі зміною курсу іноземної валюти відносно базової валюти розрахунків

компанії. Такий ризик виникає, якщо на розмір прибутку можуть вплинути коливання валютних курсів. У компанії може виникнути цей ризик, якщо валюта витрат відрізняється від валюти доходів.

У рамках своєї діяльності Підприємство здійснює експорт послуг, але він не становить значної питомої ваги в обсягах реалізації.

Тому цей ризик Підприємство розглядає як низький.

4. Ризик, пов'язаний з відсутністю результатів проведення науково-дослідних та дослідно- конструкторських робіт.

Оскільки Підприємство не здійснює науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи, воно не несе ризиків, пов'язаних з відсутністю їх результатів.

5. Інвестиційні ризики, пов'язані з можливими фінансовими втратами внаслідок помилок, допущених під час здійснення інвестицій, включаючи вибір об'єкта інвестування

Оскільки Підприємство не здійснює інвестиційної діяльності, тому не несуть такий ризик, , воно не несе ризиків, пов'язаних з можливими фінансовими втратами внаслідок помилок, допущених під час здійснення інвестицій, включаючи вибір об'єкта інвестування.

6. Ризик заподіяння шкоди навколишньому природному середовищу

Оскільки господарська діяльність Підприємства – це надання рекламних послуг. Підприємство не має виробничих потужностей, які б могли заподіяти шкоду навколишньому природному середовищу.

Підприємство не порушує законодавства про охорону навколишнього природного середовища внаслідок своєї господарської діяльності, отож несе даний ризик, проте обмежено.

7. Підприємницькі (комерційні) ризики, пов'язані із здійсненням стратегічного управління, включаючи цінову політику та стратегію виробництва і реалізації товарів (робіт, послуг).

Даний ризик пов'язаний із здійсненням стратегічного управління, включаючи цінову політику і стратегію реалізації товарів/робіт/послуг. Підприємницький ризик є одним з ключових, оскільки він безпосередньо впливає на фінансові результати діяльності компанії, на її взаємини з покупцями та іншими контрагентами.

Враховуючи, що Підприємство і його керівництво самостійно приймає ключові управлінські рішення, воно намагається знизити такі ризики до мінімально прийнятних.

8. Ризик зниження рівня споживчого попиту на товари (роботи, послуги).

Ризик зниження рівня споживчого попиту - це ризик того, що компанія виявиться нездатною продати свої

товари/роботи/послуги.

Підприємство розглядає такий ризик як обмежений через високу якість послуг, відомість Підприємства на ринку рекламних послуг.

9. Кредитний ризик.

Кредитний ризик пов'язаний з можливою несплатою або несвоєчасною сплатою заборгованості покупцями за товар. Цей ризик стосується ситуації, коли покупець товарів/робіт/послуг, уклавши договір купівлі-продажу і отримавши товари, роботи/послуги, стає нездатним або не бажає сплатити відповідну суму постачальнику.

Через відсутність довгострокової заборгованості та прийнятні показники оборненості поточної кредиторської заборгованості Підприємство розглядає цей ризик як низький.

10. Ризик пов'язаний з подальшими воєнними діями на території України:

Після падіння рекламного ринку в березні 2022 року, в червні 2022 року ринок почав потроху відновлюватися.

Зокрема проводилось дослідження, чи є взагалі реклама допустимою піж час війни? Опитування дало наступні результати:



Розміщення реклами можливе навіть в умовах війни. Майже 90% опитаних вважають допустимим рекламувати товари та бренди. Найбільш релевантними майданчиками для цього можуть бути інтернет-ресурси, зокрема, сайти, соцмережі, YouTube. Традиційні медіа для реклами обрав майже кожен другий опитаний.



Зміни у взаємодії з медіа: увага прикута до новин зокрема завдяки Telegram каналам



Рейтинги мобільних застосунків в квітні:

- Telegram за останні місяці суттєво збільшив свою аудиторію та майже наздогнав Facebook
- Охоплення додатку Дія збільшилося на 10% за три місяці й досягло позначки 84%
- TikTok продовжує набувати популярності і в квітні додаток піднявся на 16-ту позицію

Топ-20 мобільних застосунків квітня (за охопленням)

1	Chrome	99%	11	FB Messenger	76%
2	Gmail	99%	12	Google Pay	61%
3	Viber	98%	13	Нова Пошта	59%
4	YouTube	98%	14	Monobank	55%
5	Facebook	95%	15	OLX	54%
6	Telegram	94%	16	Tik Tok	52%
7	Google Maps	93%	17	WhatsApp	48%
8	Дія	83%	18	My Kyivstar	48%
9	Privat 24	80%	19	YouTube Music	47%
10	Instagram	80%	20	My Vodafone	42%

Час користування Telegram з лютого збільшився у 8 разів:

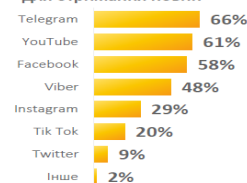
Раніше користувач приділяв Telegram 5 хвилин на день на спілкування, то від лютого цей показник виріс завдяки підпискам на новинні канали до 40 хвилин на день та показник охоплення зріс на 6 в.п. до 90%



77% українців використовують соціальні мережі для отримання новин:

Телебаченням користуються 67%, інтернетом (без соцмереж) — 61%, радіо — 28%, друкованими ЗМІ — 16%. Найбільше українці довіряють телебаченню (60,5%), соцмережам (54%) та інтернету (майже 49%)

Соцмережі, які використовують для отримання новин





Фарма залишається піонером і лідером ТВ-реклами під час війни, проте поступово поживляється активність інших категорій, зокрема зв'язку та торгівлі.

7. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ІННОВАЦІЇ

Наше Підприємство приділяє велике значення розвитку та інноваціям, постійно працюючи над вдосконаленням підходів для вивчення споживача, пошуку інсайтів та побудовою нових моделей медіа планування та підвищення ефективності рекламних кампаній. Створюючи інновації, вже біл 11 років ми будемо бренди і розвиваємо їх в нашій країні та за її межами.

У ринку є запит на автоматизовані рішення, data-центричні кампанії та системну роботу з інфлюенсерами. І ці реалії формують вектори у розвиток диджитальних сервісів.

14

8. ФІНАНСОВІ ІНВЕСТИЦІЇ

Станом на кінець звітнього періоду у Підприємства відсутні фінансові інвестиції підприємства у цінні папери інших підприємств, фінансові інвестиції в асоційовані і дочірні підприємства тощо.

9. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

В планах Підприємства:

- подальше удосконалення моделі рекламної діяльності, що задіює новітні комунікаційні технології та розвиток даних про звички споживання медіа
- інформування суб'єктів підприємництва про можливості ринку реклами та про економічні переваги рекламних інвестицій, стимулювання нових проявів рекламних комунікацій
- встановлення та розвиток стандартів якості у підходах до стратегічного та тактичного планування рекламних діяльності брендів у всіх видах медіа
- подальший розвиток Інтернет-реклами та її ефективну інтеграцію у повномасштабні рекламні активності
- покращення соціальних аспектів та кадрової політики; введення нових форм заохочення та мотивації працівників;
- розробка та запровадження нових програм навчання та освіти персоналу.

Генеральний директор

Г.М.Горкун