

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
«РЕКЛАМНЕ АГЕНТСТВО «АІТІ»

ЗВІТ З УПРАВЛІННЯ
за 2021 рік

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.....	4
1.4. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА.....	4
1.5. СФЕРА ДІЯЛЬНОСТІ СПРЯМУВАННЯМ.....	4
1.5.1. ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ.....	5
1.5.2. ЛІЦЕНЗІЇ ТА ДОЗВОЛИ.....	5
1.5.3. САНКЦІЇ ТА СУДОВІ СПРАВИ.....	5
2. РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ.....	5
3. ЛІКВІДНІСТЬ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ.....	11
4. ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ.....	12
5. СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ТА КАДРОВА ПОЛІТИКА.....	13
6. РИЗИКИ.....	13
7. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ІННОВАЦІЇ.....	16
8. ФІНАНСОВІ ІНВЕСТИЦІЇ.....	16
9. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	16

1. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ТА ОПИС ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Товариство з обмеженою відповідальністю "РЕКЛАМНЕ АГЕНТСТВО "АІТІ" ("АІТІ" ADVERTISING AGENCY" LLC), ідентифікаційний код 30019424 з місцезнаходженням 01033, м. Київ, вул. Сім'ї Прахових, будинок 58/10 (надалі – Підприємство), зареєстровано 13.07.1998 року (23 роки).

Підприємство належить до недержавної форми власності.

Підприємство на дату підготовки цього документу – станом на 15.07.2022 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 300194226078).

1.2. ІСТОРІЯ ПІДПРИЄМСТВА

Історія діяльності Підприємства розпочалася у 1998 році. 13 липня 1998 року було офіційно зареєстровано Товариство з обмеженою відповідальністю «Рекламне агентство «АІТІ». 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.

Підприємство веде свою діяльність в Україні під ТМ CARAT, та надає послуги іншим клієнтам від імені Dentsu Aegis Network. Афіліційна угода з Dentsu Aegis Network про партнерство на території України підписана ТОВ "РА АІТІ" 01 жовтня 2016 року.

Dentsu Aegis Network - міжнародна компанія, п'ятий за величиною комунікаційний холдинг світу. Кількість працівників - 40 000. До групи входять вісім мережевих брендів - Carat, dentsu X, Dentsu media, iProspect, Isobar, mcgarrybowen, Posterscope і Vizeum, а також спеціалізовані бізнес-підрозділи, представлені в декількох регіонах, серед яких: Amnet, Amplifi, Data2Decisions, Mitchell Communications (PR), psLIVE і 360i.

Підприємство входить в ТОП ешелон медіа агентств України. За підсумками 2017 та 2020 років Підприємство посідає 1-2 місце за обсягом медіа бюджетів відповідно до рейтингу медійних

агентств Всеукраїнської Рекламної Коаліції. П'ять років поспіль з 2017 року по 2021 рік Підприємство впевнено очолює рейтинг «Вибір Рекламодавця».

1.3. СТРУКТУРА УПРАВЛІННЯ ТА ВЛАСНОСТІ

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

Перелік засновників (учасників)

- Компанія "ЕНВІРАЛ ІНВЕСТМЕНТС ЛІМІТЕД" (РЕСПУБЛІКА КІПР). Розмір внеску до статутного капіталу 9843,75 грн., що складає 35% корпоративних прав.
- громадяни України Ліхацький Єгор Васильович. Розмір внеску до статутного капіталу 8912,11 грн., що складає 31,6875% корпоративних прав.
- громадяни України Гороховський Олександр Михайлович. Розмір внеску до статутного капіталу 4570,31 грн., що складає 16,25% корпоративних прав.
- громадяни України Скачек Сергій Михайлович. Розмір внеску до статутного капіталу 4570,31 грн., що складає 16,25% корпоративних прав.
- громадяни України Якубов Борис Миколайович. Розмір внеску до статутного капіталу 228,52 грн., що складає 0,8125% корпоративних прав.

Кінцевий бенефіціарний власник (контролер) Ліхацький Єгор Васильович. Розмір внеску до статутного капіталу складає - 8 912,11 грн. (31,6875%)

Уповноважена особа – Мазарська Марина Леонідівна - керівник з 01.03.2011 року. Обмежень щодо повноважень уповноваженої особи немає.

1.4. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА

Організаційна структура Підприємства станом на кінець звітного періоду була наступною:

Директор		
Відділ по роботі з клієнтами	Відділ медіа досліджень	Бухгалтерія і фінанси
Директор по роботі з клієнтами + співробітники відділу	Керівник відділу медіа досліджень + співробітники відділу	Головний бухгалтер + співробітники відділу

1.5. 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.

1.5.1. 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), "Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність" (код КВЕД 79.90), "Організування інших видів відпочинку та розваг" (код КВЕД 93.29).

1.5.2. ЛІЦЕНЗІЇ ТА ДОЗВОЛИ

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

1.5.3. 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 торгувала з країнами під санкціями та немає операцій з контрагентами із «Чорних списків» ЄС, FАFT 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.

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).

Таблиця 1 Загальні показники діяльності Підприємства за період 2019 - 2021 роки, тис. грн.

Найменування показника	Джерело інформації / порядок розрахунку	31.12.19	31.12.20	31.12.21
Баланс	форма № 1 рядок 1300 (або рядок	242325	231052	268244

Найменування показника	Джерело інформації / порядок розрахунку	31.12.19	31.12.20	31.12.21
	1900)			
баланс на початок періоду	форма № 1 рядок 1300 (1900), графа 3	266064	242325	231052
баланс на кінець періоду	форма № 1 рядок 1300 (1900), графа 4	242325	231052	268244
власний капітал	форма № 1 рядок 1495	7333	10899	40129
власні оборотні активи	форма № 1 рядок 1495 - рядок 1095	6249	6732	39015
вартість основних засобів (залишкова)	форма № 1 рядок 1010	528	307	309
грошові кошти та їх еквіваленти, поточні фінансові інвестиції	форма № 1 рядок 1160 + рядок 1165	17626	38077	28081
довгострокові зобов'язання	форма № 1 рядок 1510 + рядок 1515	-	-	-
запаси	форма № 1 рядок 1100	55	-	-
знос основних засобів (на кінець періоду)	форма № 1 рядок 1012	3749	4340	5761
забезпечення наступних виплат і платежів	форма № 1 рядок 1520 + рядок 1521 + рядок 1525 + рядок 1660	1010	300	730
доходи майбутніх періодів	форма № 1 рядок 1665	--	-	-
поточні фінансові інвестиції	форма № 1 рядок 1160	-	-	-
поточні зобов'язання	форма № 1 рядок 1695 - рядок 1660 - рядок 1665	233982	219853	227385
довгострокові фінансові інвестиції, які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	форма № 1 рядок 1030	-	-	-
довгострокові фінансові інвестиції - інші	форма № 1 рядок 1035	-	-	-
витрати майбутніх періодів	форма № 1 рядок 1170	10556	2293	6339
необоротні активи	форма № 1 рядок 1095	1084	4167	1114
"нормальні" джерела покриття	форма № 1 рядок 1495 + рядок 1595 - рядок 1425 - рядок 1430 + рядок 1695 - рядок 1095	241241	226885	267130
оборотні активи	форма № 1 рядок 1195	241241	226885	267130
первісна вартість	форма № 1 рядок 1011	4277	4647	6070

Найменування показника	Джерело інформації / порядок розрахунку	31.12.19	31.12.20	31.12.21
основних засобів				
первісна вартість основних засобів на кінець періоду	форма № 1 рядок 1011, графа 4	4277	4647	6070
первісна вартість основних засобів на початок періоду	форма № 1 рядок 1011, графа 3	3901	4277	4647
позиковий капітал (довгострокові та поточні зобов'язання)	форма № 1 рядок 1510 + рядок 1515 + рядок 1695 - рядок 1660 - рядок 1665	233982	219853	227385
середня вартість власного капіталу	форма № 1 рядок 1495 (графа 3 + графа 4) / 2	11666	9272	25514
середня вартість основних засобів	форма № 1 рядок 1010 (графа 3 + графа 4) / 2	638	417	308
середня дебіторська заборгованість	форма № 1 рядки 1040, 1120-1155 (графа 3 + графа 4) / 2	221086	196930	207994
середні запаси	форма № 1 рядки 1100 (графа 3 + графа 4) / 2	28	27	-
середня кредиторська заборгованість	форма № 1 рядок 1595 + рядок 1695 (графа 3 + графа 4) / 2	242589	227417	224134
функціонуючий капітал	форма № 1 рядок 1195 - рядок 1695	6249	6732	39015
чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	форма № 2 рядок 2000	732311	668489	1111849
витрати на виробництво та операційні витрати	форма № 2 рядок 2050 + рядок 2130 + рядок 2150 + рядок 2180	714715	664583	1069516
валовий прибуток (збиток)	форма № 2 рядок 2090 або рядок 2095	55997	54191	89345
собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	форма № 2 рядок 2050	676314	614298	1022504
адміністративні витрати	форма № 2 рядок 2130	34649	31746	42759
витрати на збут	форма № 2 рядок 2150	12	59	70
прибуток (збиток) до оподаткування	форма № 2 рядок 2290 або 2295	19139	4818	44598
чистий прибуток (збиток)	форма № 2 рядок 2350 або рядок 2355	15449	3877	36535
амортизація як елемент операційних	форма № 2 рядок 2515	595	593	1489

Найменування показника	Джерело інформації / порядок розрахунку	31.12.19	31.12.20	31.12.21
витрат				
первісна вартість активної частини основних засобів на кінець року	форма № 5 рядок 130, графа 14 + рядок 140, графа 14	2546	2662	2878
знос активної частини основних засобів на кінець року	форма № 5 рядок 130, графа 15 + рядок 140, графа 15	2218	2506	2688
первісна вартість активної частини основних засобів на початок року	форма № 5 рядок 130, графа 3 + рядок 140, графа 3	3901	2546	2662
знос активної частини основних засобів на початок року	форма № 5 рядок 130, графа 4 + рядок 140, графа 4	3154	2218	2506
первісна вартість основних засобів, які вибули протягом періоду	форма № 5 рядок 260, графа 8	-	-	-
первісна вартість основних засобів, які надійшли протягом періоду	форма № 5 рядок 260, графа 5	376	370	1423
середня кількість працівників в еквіваленті повної зайнятості, осіб	форма № 1- підприємство рядок 600	59	55	71
загальний обсяг капітальних інвестицій	форма № 5 рядок 340	376	370	1741
інвестиції в машини, обладнання, інструмент, інвентар, транспорт	форма № 5 рядок 290	326	116	296
інвестиції в інші матеріальні активи	форма № 5 рядок 300	50	254	1128
Дивіденди, виплачені власникам	форма № 4 рядок 4200, графа 10	24115	-	7305

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

Результати горизонтального та вертикального аналізу показників Балансу на початок та на кінець періоду, що підлягає аналізу, наведено в Таблиці 2.

Таблиця 2. Горизонтальний та вертикальний аналіз показників Балансу, тис. грн

Показник Балансу	Код рядка	на 31.12.2019 року		на 31.12.2021 року		Зміни	
		Абсолютна величина	Відносна величина	Абсолютна величина	Відносна величина	В абсолютних величинах	темпи зростання, %
АКТИВ							
I. Необоротні активи	1095	1084	1%	1114	1%	30	3%
II. Оборотні активи	1195	241241	99%	267130	99%	25889	11%
БАЛАНС	1300	242325	100%	268244	100%	25919	-
ПАСИВ							
I. Власний капітал	1495	7333	3%	40129	15%	32796	447%
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	1595	-	-	-	-	-	-
III. Поточні зобов'язання	1695	234992	97%	228115	85%	-6877	-
БАЛАНС	1900	242325	100%	268244	100%	25919	-

Станом на 31 грудня 2021 року порівняно з 31 грудня 2019 року валюта балансу Підприємства зросла на 25919 тис. грн., що свідчить про розширення господарського обороту і в цілому є позитивною характеристикою.

При цьому відбувалося як зростання вартості необоротних активів так і оборотних активів підприємства.

Аналіз структури активів говорить про те, що в структурі сукупних активів Підприємства найбільшу питому вагу займають оборотні активи, що свідчить про "легку" структуру та мобільність майна підприємства.

Власний капітал станом на 31.12.2019 року складав 7333 тис. грн, станом на 31.12.2021 року склав 40129 тис. грн.

Станом на 31.12.2021 року до структури зобов'язань Підприємства входять лише поточні зобов'язання.

В аналітичній Таблиці 3 наведено горизонтальний та вертикальний аналіз оборотних активів за період, що аналізується.

Таблиця 3. Горизонтальний та вертикальний аналіз оборотних активів, тис. грн

Оборотні активи	Код рядка	на 31.12.2019 року		на 31.12.2021 року		Зміни		
		абсолютна величина	відносна величина	абсолютна величина	Відносна величина	в абсолютних величинах	в структурі	темпи зростання, %
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	198712	83%	223588	84%	24876	1%	13%

Оборотні активи	Код рядка	на 31.12.2019 року		на 31.12.2021 року		Зміни		
		абсолютна величина	відносна величина	абсолютна величина	Відносна величина	в абсолютних величинах	в структурі	темпи зростання, %
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	10114	4%	7298	3%	-2816	-1%	-
з бюджетом	1135	-	-	-	-	-	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1	-	67	-	66	-	-
Гроші та їх еквіваленти:	1165	17626	7%	28081	10%	10455	3%	59%
Рахунки в банках	1167	17626	7%	28081	10%	10455	3%	59%
Витрати майбутніх періодів	1170	10556	4%	6339	2%	-4217	-	-
Інші оборотні активи	1190	4177	2%	1757	1%	-2420	-	-
Усього Оборотні активи	1195	241241	100%	267130	100%	25889	-	11%

Порівняно з 2019 роком оборотні кошти підприємства мають позитивну тенденцію до зростання: оборотні кошти в сумі зросли на 25889 тис. грн.

Станом на кінець 2021 року зобов'язання Підприємства склалися лише з поточних (див. Таблиця 4).

Таблиця 4. Горизонтальний та вертикальний аналіз зобов'язань та забезпечень, тис. грн

Зобов'язання та забезпечення	Код рядка	на 31.12.2019 року		на 31.12.2021 року		Зміни		
		абсолютна величина	відносна величина	абсолютна величина	відносна величина	в абсолютних величинах	в структурі	темпи зростання, %
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-	-	-	-	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-	-	-	-	-	-
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	1595	-	-	-	-	-	-	-
Короткострокові кредити банків	1600	-	-	-	-	-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за: товари, роботи, послуги	1615	217913	92%	216262	95%	-1651	3%	-

розрахунками з бюджетом	1620	1903	1	2916	1%	1013	-	53%
розрахунками зі страхування	1625	-	-	-	-	-	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-	-	-	-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	12469	5	7010	3%	-5459	-2%	-43%
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-	-	-	-	-	-
Поточні забезпечення	1660	1010	1%	730	-	-280	-1%	-27%
Інші поточні зобов'язання	1690	1697	1%	1197	1%	-500	-	-29%
Всього зобов'язань та забезпечень	1695	234992	100%	228115	100%	-6877	-	-3%

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 прибуток Підприємства зріс в 2,36 рази.

Таблиця 5. Аналіз прибутку Підприємства, тис. грн.

Стаття	Код рядка	Рік 2019		Рік 2021		Зміни	
		Абсолютна величина	відносна величина	Абсолютна величина	відносна величина	в абсолютних величинах	темпи зростання, %
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	732311	100%	1111849	100%	379538	52%
Чистий прибуток	2350	15449	2%	36535	3%	21086	136%

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.

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 загальновизнаних 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 85 осіб.

Протягом 2021 року кількість прийнятих штатних працівників – 41. Кількість звільнених працівників 11. Причини звільнення: за власним бажанням, за угодою сторін.

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

Назва показників	2021 рік
Фонд оплати праці штатних працівників, всього	24480
- Фонд основної заробітної плати	22163
- Фонд додаткової заробітної плати, в т.ч.:	2317

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 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 несвоечасною 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 оборотності 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 Україні:

- **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 Top-20 мобільних застосунків в Україні (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%

Час користування Telegram, хвилини в день

04	5	6	15	52
05	13	20	27	45
06	27	04	13	44
13	20	27	03	38
27	03	10	17	34
03	10	17	24	36
10	17	24	30	35
17	24	30	30	33
24	30	30	30	31

77% українців використовують спеціальні канали 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

Telegram	66%
YouTube	61%
Facebook	58%
Viber	48%
Instagram	29%
Tik Tok	20%
Twitter	9%
Інше	2%



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.

За останні два роки створений потужний підрозділ R&D, здатний генерувати власні швидкі та дуже конкурентні за вартістю дослідження. Налагоджені партнерства з провідними дослідницькими компаніями, що дозволяє проводити масштабні дослідження будь-якого формату та задовільнити найвибагливіші потреби Клієнтів підприємства. Всі наші Клієнти мають можливість користатися швидким та надзвичайно зручним онлайн доступом до оперативних даних рекламних активностей з будь якого пристрою.

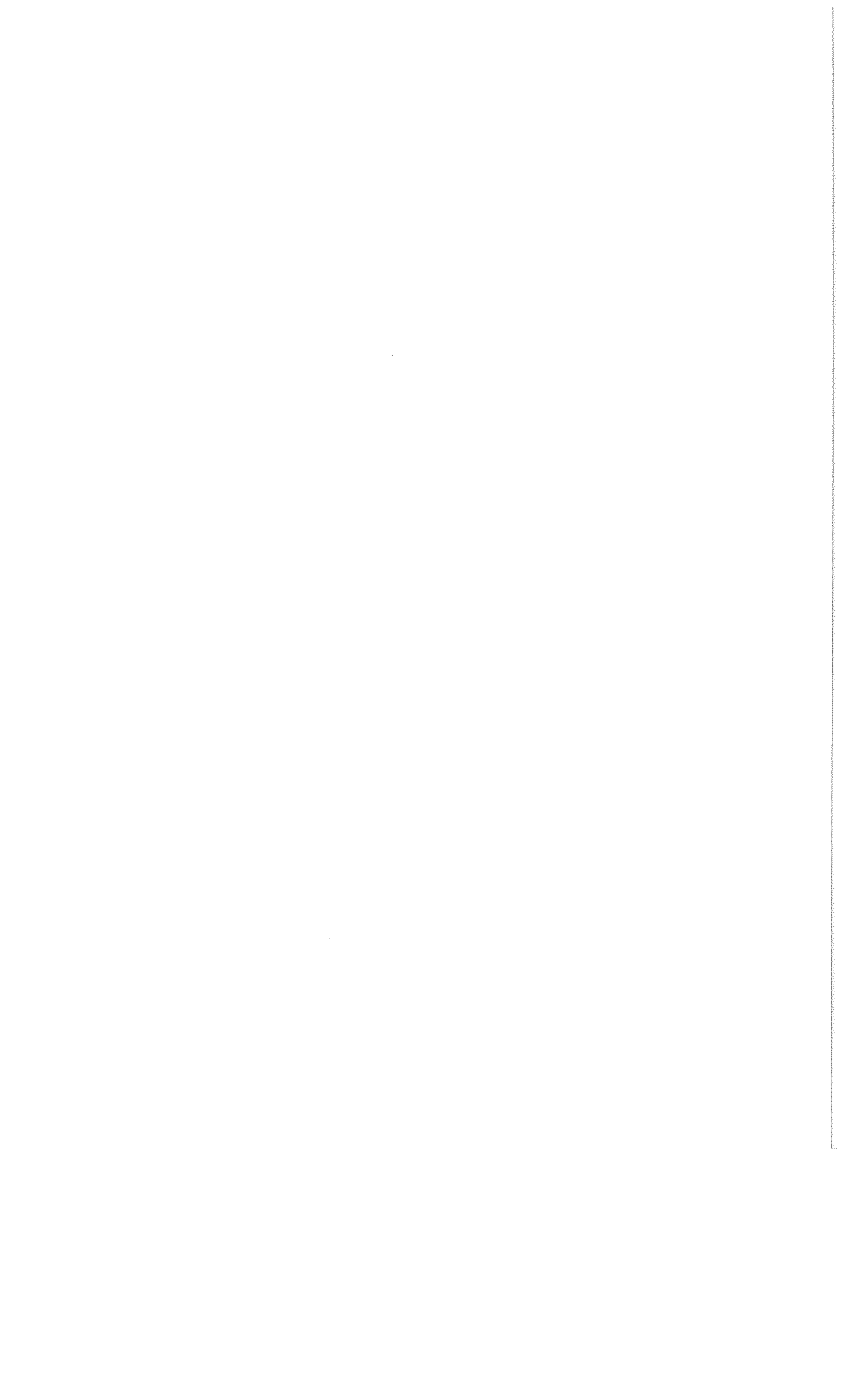
8. ФІНАНСОВІ ІНВЕСТИЦІЇ

Станом на кінець звітної 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 задіє 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.

Директор

Головний бухгалтер



Мазарська М.Л.

Артемова Л.М.