

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**Український державний університет
науки і технологій**

Кафедра «Економіки та
підприємництва ім. Т.Г. Беня»

В авторській редакції

ПОТЕНЦІАЛ І УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ БІЗНЕСУ

Навчально-методичні рекомендації
до виконання індивідуальних завдань
для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність» та 076 «Підприємництво та торгівля»
(бакалаврський рівень)

Електронне видання

ДНІПРО
2025

Упорядник:
А. О. Найдовська

Електронне видання

Схвалено Групою забезпечення якості освітньої програми
076 «Економіка та управління підприємством»
Протокол № 2 від 02.10.2025 р.

П 64 Потенціал і управління вартістю бізнесу : навчально-методичні рекомендації до виконання індивідуальних завдань (бакалаврський рівень) / упоряд. А. О. Найдовська ; Укр. держ. ун-т науки і технологій. – Електрон. вид. – Дніпро : УДУНТ, 2025. – 30 с.

Навчально-методичні рекомендації призначені для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» та «Підприємництво та торгівля» (бакалаврського рівня освіти) та містять рекомендації до виконання індивідуальних завдань з дисципліни «Потенціал і управління вартістю бізнесу».

Іл. 6. Табл. 6. Бібліогр.: 10назв.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1. ХАРАКТЕРИСТИКА ТА МЕТОДИКА ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ.....	6
2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ НА ТЕМУ «ОЦІНКА ВИРОБНИЧОГО ТА МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА».....	17
3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ НА ТЕМУ «ОЦІНКА КАДРОВОГО ТА ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА. ПОБУДОВА КВАДРАТУ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА»	21
Додаток 1.....	24
Додаток 2.....	28
БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК	29

ВСТУП

Динамічність розвитку підприємств і нестабільність сучасних умов функціонування бізнесу потребують перегляду традиційних підходів до управління в бік їх орієнтації на постійну адаптацію до змін зовнішнього середовища. Передумовою ефективної діяльності суб'єкта господарювання в мінливому зовнішньому середовищі є відповідність внутрішніх можливостей підприємства запитам ринку, яка досягається шляхом постійного оновлення компетенцій підприємства, створенням нових конкурентних переваг. Адаптація до змін дає змогу підприємству успішно функціонувати у майбутньому. Успішність довгострокового функціонування підприємницьких структур проявляється у зростанні їх вартості. Саме тому питання оцінки спроможності успішно функціонувати, формувати та використовувати свій потенціал є актуальними та визначають предмет дисципліни «Потенціал і управління вартістю бізнесу».

Дисципліна «Потенціал і управління вартістю бізнесу» входить у цикл вибіркових дисциплін професійної підготовки бакалаврів, які навчаються за освітньою програмою «Економіка та управління підприємством» за спеціальностями 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність та 076 – Підприємництво та торгівля.

Метою вивчення дисципліни є набуття теоретичних знань і практичних навичок щодо оцінки потенціалу підприємства, оцінки вартості бізнесу та управління ними.

Вивчення дисципліни «Потенціал і управління вартістю бізнесу» ґрунтується на базових знаннях, що отримані під час вивчення дисциплін «Економіка підприємства», «Маркетинг», «Економічний аналіз», «Інвестиційне проектування», «Фінансова діяльність суб'єктів підприємства» та ін.

Структурно дисципліна «Потенціал і управління вартістю бізнесу» поділена на чотири розділи. В одержанні необхідного обсягу знань і навичок з дисципліни, окрім засвоєння теоретичного матеріалу, передбачена практична діяльність, у тому числі у формі виконання індивідуальних завдань розрахункового характеру. У даному виданні представлено навчально-методичні рекомендації до виконання двох індивідуальних завдань, перше з яких передбачає оцінювання маркетингового та виробничого потенціалів підприємства за самостійно розробленою здобувачами освіти методикою, друге – оцінювання кадрового та фінансового потенціалів підприємства за самостійно розробленою здобувачами освіти методикою із обробкою результатів з використанням графоаналітичного методу.

Індивідуальні завдання охоплюють матеріали, які здобувачі освіти вивчають в трьох темах дисципліни:

1. Сутнісна характеристика потенціалу підприємства. Структура і графоаналітична модель потенціалу підприємства

2. Особливості формування виробничого та маркетингового потенціалу підприємства.

3. Особливості формування кадрового та фінансового потенціалу підприємства

Дисципліна в цілому забезпечує формування наступних компетентностей:

СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких та торговельних структур.

СК 10. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва та торгівлі з урахуванням ризиків.

Очікуванні результати навчання, що забезпечує навчальна дисципліна:

ОРН 1. Знати методологічні основи оцінки потенціалу підприємства. Вміти аналізувати окремі складові сукупного потенціалу підприємства, серед іншого виробничий і маркетинговий потенціал.

ОРН 2. Вміти аналізувати окремі складові сукупного потенціалу підприємства, серед іншого управлінський та фінансовий потенціал. Вміти оцінювати сукупний потенціал підприємства, аналізувати його та формулювати рекомендації щодо шляхів підвищення його використання.

ОРН 3. Демонструвати базові знання з теоретичних основ оцінки вартості бізнесу та нормативного регулювання оціночної діяльності в Україні.

Оцінювати вартість бізнесу з використанням методів витратного підходу. Вміти ідентифікувати та аналізувати чинники, що формують вартість підприємства, застосовувати оціночні процедури до окремих об'єктів майна та нематеріальних активів.

ОРН 4. Оцінювати вартість бізнесу з використанням підходів до оцінки вартості бізнесу, заснованих на принципах порівняння та очікування. Вміти обирати та застосовувати доречні (оптимальні) методи визначення вартості бізнесу відповідно до цілей оцінки. Вміти ідентифікувати та аналізувати чинники, що формують вартість підприємства, застосовувати оціночні процедури до окремих об'єктів майна та нематеріальних активів

При виконанні індивідуальних завдань здобувачі освіти мають змогу продемонструвати засвоєння ОРН1 та ОРН 2.

Навчально-методичні рекомендації підготовлено старшим викладачем кафедри економіки та підприємництва ім. Т. Г. Беня Дніпровського металургійного інституту Українського державного університету науки і технологій А. О. Найдовською.

1. ХАРАКТЕРИСТИКА ТА МЕТОДИКА ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ

Мета завдань – закріплення теоретичних знань з питання оцінки потенціалу підприємства з використанням графоаналітичного методу «Квадрат потенціалу»; закріплення навичок аналізу публічної інформації, у тому числі фінансової звітності реальних підприємств; закріплення методів експертної та порівняльної оцінки тощо.

Дослівно термін «потенціал» походить від лат. слова «potentia» й означає «потужність, сила». В умовах сьогодення загальноприйнятого тлумачення поняття «потенціал підприємства» немає. Різноманіття підходів до розуміння сутності потенціалу підприємства дозволяє вважати його багаторівневим і багатокритеріальним поняттям. В економічному просторі термін «потенціал підприємства» відображає наявні можливості, ресурси, запаси, засоби, що можуть бути використані для досягнення поставлених цілей, згідно з одним із економічних словників – це «приховані здатності, сили для якої-небудь діяльності, що можуть виявитися за певних умов» [1].

Сама по собі наявність ресурсів не є гарантом досягнення будь-яких цілей. Другою, не менш важливою складовою потенціалу виступають здібності (компетенції) підприємства мобілізувати ресурси у ході здійснення бізнес-процесів [2, с. 4], то **потенціал підприємства можна визначити як можливості системи ресурсів і компетенцій підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів.**

Оскільки потенціал підприємства поняття багатокритеріальне, то при його формуванні та оцінці розкладають на компоненти/ складові, перелік яких також не є загальноприйнятим. Існує два підходи до структурування потенціалу підприємства – функціональний та блочно-модульний [2-4]. Зазвичай у межах функціональної структуризації [3, 4] пропонують виділяти складові, що відповідають основним бізнес процесам підприємства або функціональним областям (маркетинг, виробництво, інновації, управління персоналом тощо). Саме цей підхід пропонується застосовувати в індивідуальних завданнях з дисципліни.

Покращення складових сукупного потенціалу дасть можливість отримання конкурентних переваг на цільовому ринку.

Дослідження багатьох економістів зосереджуються на формуванні та аналізі окремими складовими потенціалу підприємства, що призводить до різного ступеня опрацювання методологічних аспектів управління потенціалом підприємства та неузгодженості методик, неможливості комплексної оцінки потенціалу. Саме тому широкого розповсюдження отримав метод комплексної оцінки потенціалу підприємства, запропонований І. М. Репіною [3, с. 20-21]. Метод отримав назву «Квадрат потенціалу» і представляє собою спрощений графоаналітичний підхід до оцінки потенціалу

підприємства на основі виділення чотирьох його функціональних складових (рисунок 1.1).

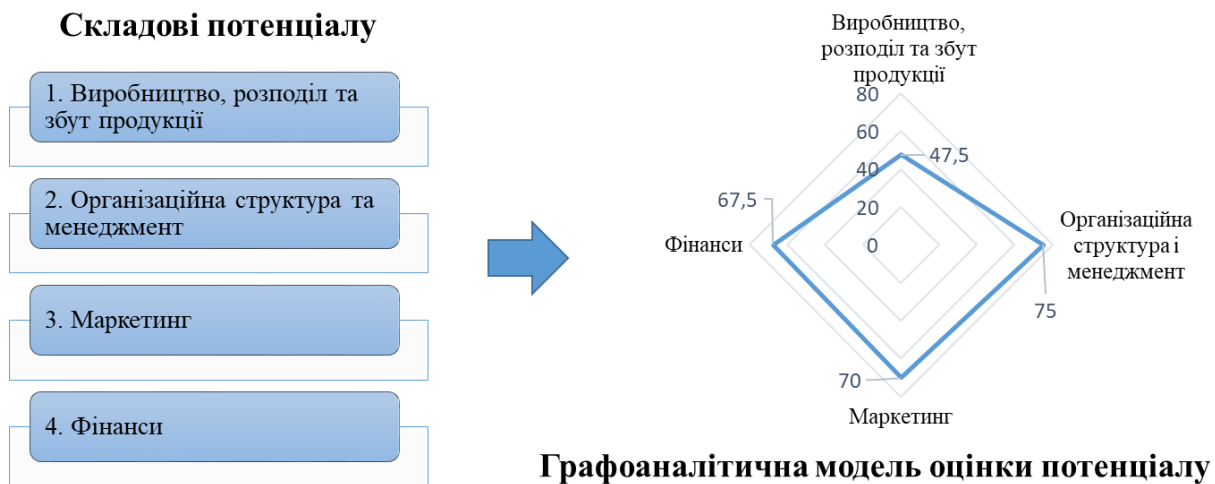


Рис.1.1 - Складові потенціалу підприємства та візуальне представлення результатів визначення потенціалу підприємства за методикою І. М. Рєпіної
Джерело: узагальнено на основі [3, с. 21].

Авторкою методики запропоновано перелік показників, що розкривають кожну із складових потенціалу [3, с.21], та розроблено алгоритм оцінки потенціалу по кожній складовій на основі рангового порівняльного методу, методу вагових коефіцієнтів та методу зведення результатів в інтегральну оцінку на основі середньої зваженої [3, с. 21; 4, с.51]. Застосування рейтингової оцінки збагачує підхід, оскільки нівелює вплив суб'єктивних думок експертів, притаманний більшості інших методик оцінювання, дозволяє оцінити та врахувати результати роботи підприємств у реальній конкурентній боротьбі.

У даних методичних настановах студентам пропонується оцінити потенціал виробничого підприємства з використанням описаного вище методу, але за модифікованою методикою. А саме запропоновано:

- інакше структурувати потенціал підприємства: з першої компоненти прибрати питання, пов'язані з розподілом та збутом продукції, оскільки вони є безпосередніми складовими маркетингової діяльності, якій присвячено третю складову потенціалу (рис. 1.1), а також складову «Менеджмент» замінити на складову «Кадри», яка включатиме в себе питання забезпечення підприємства персоналом та оцінки ефективності управління ним.

- самостійно визначити систему показників, що відбивають стан потенціалу по кожній із його складових, що дозволить здобувачам освіти продемонструвати своє розуміння кожної складової та проявити творчий підхід до здійснення такої оцінки.

Хід оцінки потенціалу розбито на два індивідуальних завдання, зв'язок та зміст яких наведено на рисунку 1.2.

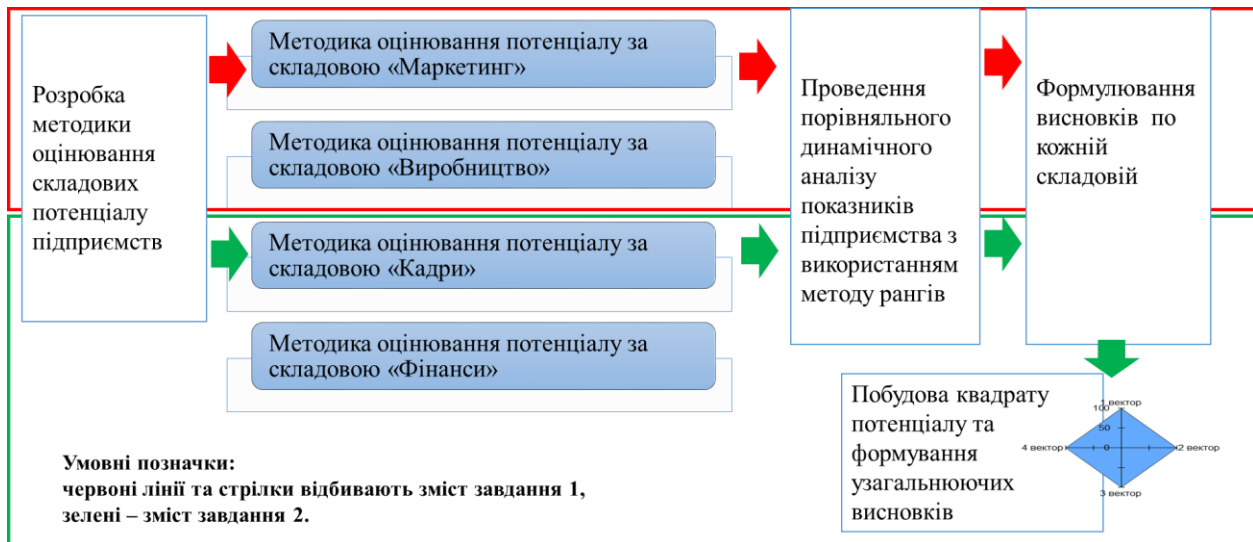


Рис. 1.2. Зв'язок та зміст індивідуальних завдань з дисципліни.

Джерело: розроблено автором

Як видно із схеми (рис. 1.2), зведення розрахунків, виконаних у межах першого та другого завдань, в граф «Квадрат потенціалу» та оформлення відповідних узагальнюючих висновків передбачено у другому індивідуальному завданні.

Виконання завдань.

Послідовність виконання завдань розкривається через шість етапів:

Етап 1. Вибір об'єкту вивчення. Об'єкт дослідження (підприємство) здобувачі освіти можуть обрати самостійно або на запит отримати від викладача. Вимога до об'єкту дослідження – підприємство повинно бути виробничим.

Етап 2. Вивчення особливостей роботи підприємства-об'єкта вивчення. Вивчення діяльності підприємства потрібно здійснити за три послідовні роки. Результати діяльності підприємств відображаються в їх публічній звітності, яка розміщується на офіційних сайтах або на інших інформаційних ресурсах, наприклад, на платформі Clarity Project [5].

Мінімальний пакет вихідних даних для завдання – звіт про фінансовий стан підприємства (баланс), звіт про сукупний дохід підприємства та описова інформація з сайту підприємства.

Описова інформація з сайту підприємства надає змогу отримати дані про маркетингові аспекти діяльності підприємства (асортимент, цінова політика, ринки збуту тощо), виробничі аспекти (технологія виробництва, її оновлення, екологізація виробництва тощо), особливості управління персоналом (навчання персоналу, програми розвитку, соціальний пакет тощо).

Акціонерні підприємства надають більш детальну інформацію щодо особливостей функціонування у документах: «Річна інформація емітента цінних паперів» та «Звіт про управління до річного звіту з основної діяльності». Структуру звітів або її фрагменти наведено на рисунках 1.3, 1.4

Зміст

Відмітьте (X), якщо відповідна інформація міститься у річній інформації

1. Основні відомості про емітента.	X
2. Інформація про одержані ліцензії (дозволи) на окремі види діяльності.	X
3. Відомості про участь емітента в інших юридичних особах.	
4. Інформація щодо посади корпоративного секретаря.	
5. Інформація про рейтингове агентство.	
6. Інформація про наявність філіалів або інших відокремлених структурних підрозділів емітента.	
7. Судові справи емітента.	X
8. Штрафні санкції щодо емітента.	X
9. Опис бізнесу.	X
10. Інформація про органи управління емітента, його посадових осіб, засновників та/або учасників емітента та відсоток їх акцій (часток, паїв):	X
1) інформація про органи управління;	X
2) інформація про посадових осіб емітента;	X
інформація щодо освіти та стажу роботи посадових осіб емітента;	X
інформація про володіння посадовими особами емітента акціями емітента;	X
інформація про будь-які винагороди або компенсації, які виплачені посадовим особам емітента в разі їх звільнення;	
3) інформація про засновників та/або учасників емітента, відсоток акцій (часток, паїв)	
11. Звіт керівництва (звіт про управління):	X
1) вірогідні перспективи подальшого розвитку емітента;	X
2) інформація про розвиток емітента;	X
3) інформація про укладення деривативів або вчинення правочинів щодо похідних цінних паперів емітентом, якщо це впливає на оцінку його активів, зобов'язань, фінансового стану і доходів або витрат емітента;	
завдання та політика емітента щодо управління фінансовими ризиками, у тому числі політика щодо страхування кожного основного виду прогнозованої операції, для якої використовуються операції хеджування	X
інформація про схильність емітента до цінних ризиків, кредитного ризику, ризику ліквідності та/або ризику грошових потоків;	
4) звіт про корпоративне управління:	X
.....	
23. Інформація про виплату дивідендів та інших доходів за цінними паперами.	
24. Інформація про господарську та фінансову діяльність емітента:	X
1) інформація про основні засоби емітента (за залишковою вартістю);	X
2) інформація щодо вартості чистих активів емітента;	X
3) інформація про зобов'язання емітента;	X
4) інформація про обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції;	X
5) інформація про собівартість реалізованої продукції;	X
6) інформація про осіб, послугами яких користується емітент.	X
25. Інформація про прийняття рішення про попереднє надання згоди на вчинення значних правочинів.	
26. Інформація про вчинення значних правочинів.	
27. Інформація про вчинення правочинів, щодо вчинення яких є заінтересованість	
28. Інформація про осіб, заінтересованих у вчиненні товариством правочинів із заінтересованістю, та обставини існування яких створює заінтересованість.	
29. Річна фінансова звітність	X

Рис. 1.3. Фрагмент змісту звіту «Річна інформація емітента цінних паперів» та розділи, інформація з яких дає уявлення про специфіку організації операційної діяльності підприємства.

Звіт про управління до річного звіту

1. Організаційна структура та опис діяльності
2. Фінансово-господарська діяльність Товариства. Основні результати діяльності Товариства
3. Показники ліквідності та зобов'язання
4. Екологічні аспекти
5. Соціальні аспекти та кадрова політика Товариства
6. Ризики
7. Дослідження та інновації
8. Фінансові інвестиції
9. Перспективи розвитку
10. Корпоративне управління.

Рис. 1.4. Зміст Звіту про управління до річного звіту з основної діяльності та розділи, інформація з яких дає уявлення про специфіку організації операційної діяльності підприємства.

При вивченні звітності підприємства та опису його діяльності потрібно виконати якісний аналіз зібраної інформації та відбір тієї її частини, яка на думку здобувача освіти відбиває результати маркетингової, виробничої діяльності об'єкту дослідження, стан його забезпечення персоналом, ефективністю управління ним, а також фінансову результативність і забезпеченість капіталом.

Для того, щоб урізноманітнити методики оцінки складових потенціалу у завданні надаються додаткові дані (умовні показники), які наведені у *додатку А* цих методичних настанов. Ці показники можна було б визначити по підприємству, якби здобувачі освіти мали доступ до даних управлінського обліку підприємства.

Додаткові дані представлені по варіантах, які відповідають порядковому номеру здобувача освіти у списку академічної групи. Дані за варіантом містять три показника в динаміці за такою логікою: дані за 2024 рік відповідають даним за варіантом (номером студента у списку групи), дані за 2023 рік відповідають даним наступного варіанту, дані за 2022 рік – варіанту наступному за попереднім. Наприклад, здобувач освіти є першим в списку академічної групи, тоді дані його підприємства за 2024 рік відповідають даним варіанту 1, дані підприємства за 2023 рік відповідають варіанту 2, дані підприємства за 2022 рік відповідають варіанту 3.

Для здобувача освіти, який має 20 номер в списку групи дані за 2024 рік відповідають 20 варіанту, дані за 2023 рік відповідають 19 варіанту і дані за 2022 рік відповідають 18 варіанту.

Етап 3. Формування методики методика оцінки складових потенціалу.

На цьому етапі здобувачі освіти самостійно, виходячи із власних міркувань та специфіки діяльності підприємства, добирають систему показників, що розкривають стан складових потенціалу підприємства, та особисто обґрунтовують вагові коефіцієнти для кожного із цих показників.

Підхід до наповнення кожного із оціночних блоків потенціалу певними показниками передбачає, що здобувачі освіти повинні відібрати такі показники, які дозволять оцінити наявність ресурсів та компетентностей у підприємства щодо складової, а також ефективності їх використання.

Для оцінки кожної складової потенціалу (вектору) потрібно відібрати не менше ніж п'ять показників. При виборі показників потрібно керуватися наступними міркуваннями:

- Показники мають доповнювати один одного, але не дублювати;
- Показники мають бути узагальнюючими або такими, що розкривають зміст вагової характеристики / процесу;
- Показники повинні бути прозорими, тобто такими, що однозначно трактуються дослідниками.

Відібрані показники потрібно оформити у вигляді таблиці (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

Характеристики, які розкривають потенціал підприємства за складовою _____

Перелік характеристик (показників)	Методика розрахунку	Джерело вихідної інформації
Рентабельність активів	$РА = \frac{ЧП}{Аср} \times 100\%$ <p>де ЧП – чистий прибуток; Аср – середня величина активів підприємства за даний період.</p>	Звіт про сукупний дохід, баланс.
....		

У стовпці «Методика розрахунку» потрібно навести формулу, за якою розраховується показник, та розшифрування всіх позначень у формулі. Якщо показник не є розрахунковим, то у цьому стовпці ставиться прочерк.

У стовпці «Джерело вихідної інформації» можуть бути такі варіанти значень: баланс, звіт про сукупний дохід, примітки до фінансової звітності, вихідні дані (якщо показник взято із додатку А), інформація з сайту тощо. Якщо показник розрахунковий, то наводиться перелік джерел, з яких взято кожен складову формули.

Далі у межах кожної складової необхідно визначити вагомість показників з точки зору їх впливу на ту характеристику (вектор/ складову), що оцінюються. Визначення вагомості відбувається експертним шляхом, у якості експерта виступає здобувач освіти, який розробляє методику. Визначення вагомості передбачає, що 100% вагомості розбивається між обраними показниками, що визначають конкретний вектор потенціалу.

У результаті цієї дії таблиця 1.1 доповнюється стовпчиком «Вага показника».

Етап 4. Формування бази вихідної інформації для розрахунків.

На цьому етапі для визначених на попередньому етапі показників формується база вихідної інформації у форматі, наведеному у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2.

Вихідні дані

Показники	2024 рік	2023 рік	2022 рік
Показники з фінансової звітності підприємства			
1.			
2.....			
Додаткові показники з Додатку А			
1.			
2.....			

Оскільки для частини формул показники з балансу можуть використовуватися в усередненому варіанті, у таблицю 1.2 доцільно вносити їх розраховані значення. Якщо використовується моментне значення показника, то у його назві потрібно зазначити, якій даті він відповідає. Наприклад, написати «активи підприємства на початок періоду».

Етап 5. Розрахунок фактичних показників діяльності підприємства.

На цьому етапі визначаються фактичні значення відібраних для оцінки потенціалу підприємства показників в динаміці за три роки. Заповнюються стовбці 1-5 таблиці 1.3.

Таблиці формату таблиці 1.3 формуються по кожній складовій окремо. У першому індивідуальному завданні заповнюється таблиця по складовим «Маркетинг» та «Виробництво», у другому завданні - по складовим «Кадри» та «Фінанси».

Визначення довжини вектору «_____»

Показник	Коефі- цієнт ваго- мості (Кв)	Фактичні значення показника			Позитивна тенденція	Розрахунок довжини вектору підприємства						
						2024 рік		2023 рік		2022 рік		
		2024 рік	2023 рік	2022 рік		Місце (ранг) (Р)	Місце з урахуванням ваги	Місце (ранг) (Р)	Місце з урахуванням ваги	Місце (ранг) (Р)	Місце з урахуванням ваги	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Показник 1												
Показник 2												
Показник 3												
Показник 4												
Показник 5												
...												
Сума	1	x	x	x	x							
Довжина вектору	x	x	x	x	x							

Етап 6. Визначення довжини вектору «квадрату потенціалу»

На цьому етапі за методикою І. А. Рєпіної відбувається зведення розрізнених показників у єдину інтегральну оцінку, яка у подальшому стає координатою графу. При цьому пропонується два варіанти оцінки:

- На основі визначення рангів показників без урахування їх диференційованого впливу на потенціал підприємства (стовпці 7, 9, 11 таблиці 1.3);
- На основі визначення рангів показників з урахуванням їх диференційованого впливу на потенціал підприємства (стовпці 8, 10, 12 таблиці 1.3);

Другий підхід є більш доцільним в реальній практиці, оскільки показники, відібрані для відображення стану потенціалу підприємства не мають рівномірного впливу. Для демонстрації відмінності результатів за варіантами студенти виконують розрахунки в двох варіантах.

Ранг або місце підприємства визначається за фактичними даними з урахуванням того, яка тенденція зміни показника є позитивною, саме для цього спочатку заповнюється стовпчик шість таблиці 1.3. Далі за результатом аналізу інформації із стовпчиків 2-5 найкращому значенню показника «присуджується» перше місце, найгіршому – третє. Таким чином цифрами «1», «2» та «3» заповнюються значення стовпців сім, дев'ять та одинадцять.

Місце підприємства з урахуванням вагомості показника визначається за формулою:

$$P_{зв} = P \times K_v \quad (1.1)$$

де $P_{зв}$ – місце підприємства з урахуванням вагомості показника;

P – ранг підприємства за показником;

K_v – коефіцієнт вагомості показника при визначенні складової потенціалу.

Рядок «Сума» розраховується математичним складанням значень по відповідному стовпцю.

Рядок «Довжина вектору» для підходу із використанням рівномірного впливу показників розраховується за формулою:

$$ДВ = 100 - 100 \times \frac{(\sum_{i=1}^n P - 1)}{(m-1)} \quad (1.2)$$

де 100 - максимальна довжина вектору (припущення методики);

$\sum_{i=1}^n P$ – сумарна оцінка всіх показників (значення рядка «сума»);

1 (в чисельнику) – найкращий результат (перше місце);

$(\sum_{i=1}^n P - 1)$ – відхилення фактичного результату від найкращого;

m – кількість фактичних значень показника, що порівнюється (у випадку індивідуального завдання – 3);

$(m-1)$ – кількість значень, з якими поєднується фактичне значення останнього аналітичного періоду.

Рядок «Довжина вектору» для підходу із використанням зваженої оцінки показників розраховується за формулою:

$$ДВ = 100 - 100 \times \frac{(\sum_{i=1}^n P_{ЗВ} - 1)}{(m-1)} \quad (1.3)$$

де 100 - максимальна довжина вектору (припущення методики);

$\sum_{i=1}^n P_{ЗВ}$ – сумарна зважена оцінка всіх показників (значення рядка «сума»);

1 (в чисельнику) – найкращий результат (перше місце);

$(\sum_{i=1}^n P_{ЗВ} - 1)$ – відхилення фактичного результату від найкращого;

m – кількість фактичних значень показника, що порівнюється (у випадку індивідуального завдання – 3);

(m-1) – кількість значень, з якими поєднується фактичне значення останнього аналітичного періоду.

Далі у межах другого індивідуального завдання будується граф з використанням чотирьох оцінок по складовим. Оформлюються висновки щодо результатів аналізу. Деталі описано у розділі 3 навчальних настанов.

Оформлення результатів виконання завдання. Результати розрахунків здобувачам освіти необхідно оформити у вигляді звіту, структура якого наведена нижче:

1. Титульний аркуш (зразок оформлення наведено у додатку Б);
2. Зміст;
3. Вихідні дані із зазначенням номеру варіанта;
4. Розрахункова частина (розрахунки з наведенням формул і проміжних результатів);
5. Висновки;
6. Перелік посилань.

Вимоги до оформлення звіту за результатами виконання індивідуального завдання: Times New Roman, кегель 14, міжрядковий інтервал – 1,15 (у таблицях можна використовувати кегель 12 та міжрядковий інтервал 1,0), поля: верхнє та нижнє – 2,0 см, лівє – 3,0 см, правє – 1,5 см.

Всі таблиці, рисунки, формули, що наводяться у звіті повинні бути пронумеровані за порядком їх наведення в роботі. Таблиці та рисунки оформлюються аналогічно тому, яка наведено в даних методичних настановах.

Оцінювання завдань: завершені роботи подаються здобувачем освіти викладачу для перевірки у термін, визначений навчальним графіком. Після перевірки викладачем здобувач освіти захищає роботу, відповідаючи на запитання стосовно сутності виконаної ним роботи.

За результатами перевірки завдань, відповідей на запитання з урахуванням додержання правил до оформлення роботи викладач виставляє диференційовану оцінку по кожному завданню за шкалою, яка використовується для здобувачів освіти певного року вступу. Отримані

здобувачами освіти оцінки впливають на визначення підсумкової оцінки з дисципліни, представляючи собою оцінку по першому та другому розділах дисципліни.

Критерії оцінювання завдання:

- відсутність явного дублювання параметрів при формуванні переліку показників, за допомогою яких студент приймає рішення оцінити складову потенціалу;
- логічність визначення вагових коефіцієнтів показників, що відібрані за методикою;
- коректність розрахунків;
- повнота виконання завдання;
- повнота відображення ходу виконання завдання (наведення методики визначення показників, представлення проміжних розрахунків тощо);
- наявність обґрунтованих висновків щодо повноти використання потенціалу підприємством.

2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ НА ТЕМУ «ОЦІНКА ВИРОБНИЧОГО ТА МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА»

Індивідуальне завдання передбачає розробку системи показників та здійснення оцінки потенціалу підприємства за складовими «Маркетинг» і «Виробництво» за декілька періодів і формування висновків щодо динаміки використання потенціалу підприємства за кожною складовою та періоду найбільш повного розкриття потенціалу.

Виконання завдання. Завдання виконується в декілька етапів, які описані у розділі 1 методичних настанов.

Маркетинговий потенціал відображає здатність підприємства ефективно функціонувати на ринку, залучати та утримувати клієнтів, а також створювати та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію.

Зміст маркетингової діяльності можна розкрити моделлю Ф. Котлера «Маркетинг-мікс» (або модель «4-Р»). Відповідно до моделі у межах маркетингової діяльності вирішуються питання, пов'язані із характеристиками продуктів, їх виконанням, оформленням, якістю тощо (складова «Продукт» (Product)), ціноутворенням, знижками (складова «Ціна» (Price)), місцем продажу, каналами, місцями зберігання продукції тощо (складова «Місце» (Place)) способами просування продукції (складова «Просування» (Promotion)) [7]. Додатково необхідно оцінювати інноваційну складову маркетингового потенціалу, яка передбачає проектування нових і удосконалення існуючих різновидів продукції (послуг). Ця складова ґрунтується на маркетингових дослідженнях ринкового середовища.

Формуючи систему показників для оцінки маркетингового потенціалу підприємства потрібно сформувати опис того, яких результатів в маркетинговій діяльності досягло підприємство по всім складовим маркетингу.

Орієнтовний перелік показників для оцінки маркетингового потенціалу:

- Обсяг продажів;
- Частка ринку;
- Коефіцієнт зміни обсягів реалізації;
- Індекс рівня цін;
- Кількість реальних споживачів;
- Кількість потенційних споживачів, які контактували з працівниками підприємства;
- Коефіцієнт оновлення асортименту продукції за кількістю позицій;
- Кількість та прибутковість каналів продажу продукції;
- Рівень витрат в оновлення продукції (в модифікацію та створення нової продукції);

- Обсяг продажів інноваційної продукції;
- Конкурентоспроможність продукції;
- Частка продажів інноваційної продукції в сукупних продажах;
- Оборотність дебіторської заборгованості;
- Тривалість оборту дебіторської заборгованості;
- Частка продажів продукції в кредит;
- Наявність простроченої дебіторської заборгованості;
- Вартість залучення клієнта;
- Частка витрат на збут в операційних витратах підприємства;
- Рентабельність маркетингових інвестицій;
- Рентабельність продажів тощо.

Для оцінки якісних параметрів маркетингового потенціалу можна розробляти власні показники, які базуються на результатах опитування персоналу підприємства або аналізі звітних даних підприємства. Для цього спочатку формується аркуш опитування щодо проблеми, яка вивчається. Однозначно мова йде про закриті питання в анкеті для спрощення процедури обробки результатів опитування. Далі обирається тип шкали (кількісна/якісна) та її глибина (кількість варіантів відповіді). Приклад кількісної шкали: *оцініть за шкалою від 0 до 5 істинність твердження...., де 0 – це повна хибність твердження, 5 – повна істинність твердження.* Шаг шкали - одиниця. *Приклад якісної шкали: Так/ Ні/ Частково.*

Для обробки результатів опитування формується ключ.

Після підготовки аркушу опитування визначаються респонденти. Чим більшою буде кількість респондентів, тим більш коректним буде кінцевий результат. При обґрунтуванні кола респондентів варто не забувати про витрати часу та фінансових ресурсів на проведення опитування. Також для підвищення результативності опитування краще організувати анонімні анкетування.

Приклади якісних маркетингових показників, отриманих на основі опитування можуть бути:

- Рівень впізнаності бренду;
- Рівень лояльності клієнтів;
- Коефіцієнт задоволеності клієнтів продукцією;
- Рівень якості продукції тощо.

Виробничий потенціал характеризує здатність підприємства випускати необхідну кількість продукції (надавати послуги) відповідної якості з найменшими витратами, використовуючи наявні ресурси.

Формуючи систему показників для оцінки виробничого потенціалу підприємства потрібно керуватися його складовими (рис. 2.1):

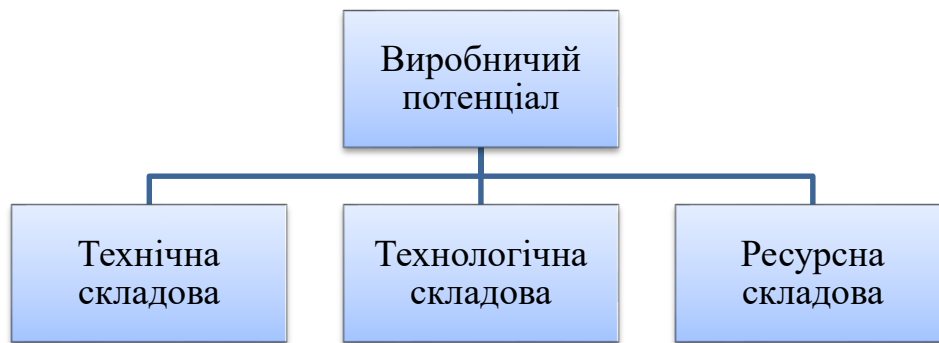


Рис. 2.1. Складові виробничого потенціалу

Технічна складова виробничого потенціалу характеризує можливості використання наявного парку обладнання, оснащення і устаткування для здійснення фізичних операцій з виготовлення продукції (надання послуг), а також можливості конструктивного удосконалення і модернізації всієї техніки для більш ефективного забезпечення виробничих операцій.

Технологічна складова виробничого потенціалу регламентує послідовність і порядок здійснення конкретних операцій з виготовлення продукції (надання послуг) у вигляді технологічного регламенту, а також обґрунтовує нормативно-правовий бік виробничих процесів, узгоджуючи його з чинними в галузі (регіоні, країні) стандартами виробництва.

Ресурсна складова характеризує використовувані у виробничому процесі ресурси: капітальні, матеріально-сировинні та інтелектуальні.

Оцінюючи виробничий потенціал необхідно звертати увагу на ефективність організації процесів, достатність ресурсів та ефективність їх використання.

Орієнтовний перелік показників для оцінки виробничого потенціалу:

- Коефіцієнт використання виробничої потужності;
- Коефіцієнт екстенсивного завантаження основних засобів;
- Коефіцієнт інтенсивного завантаження основних засобів;
- Коефіцієнт інтегрального завантаження основних засобів;
- Фондовіддача;
- Фондоємність;
- Фондоозброєність праці;
- Коефіцієнт оновлення основних засобів;
- Коефіцієнт зносу основних засобів;
- Коефіцієнт приросту основних засобів;
- Частка активних основних засобів;
- Коефіцієнт зносу активних основних засобів;
- Матеріаломісткість виробництва;
- Екологічність виробництва;
- Рівень відходів;

- Оборотність виробничих запасів;
- Оборотність незавершеного виробництва;
- Тривалість оборту виробничих запасів;
- Тривалість оборту незавершеного виробництва;
- Трудомісткість виготовлення продукції;
- Виробнича собівартість продукції;
- Ресурсоємність продукції (капіталоємність продукції);
- Виробничі витрати на гривню реалізованої продукції;
- Рентабельність операційної діяльності;
- Рентабельність виробництва тощо.

Для оцінки якісних параметрів виробничого потенціалу можна розробляти власні показники, які базуються на результатах опитування персоналу підприємства або аналізі звітних даних підприємства.

3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ НА ТЕМУ «ОЦІНКА КАДРОВОГО ТА ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА. ПОБУДОВА КВАДРАТУ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА»

Індивідуальне завдання передбачає розробку системи показників та здійснення оцінки потенціалу підприємства за складовими «Кадри» і «Фінанси» за декілька періодів, а також формування висновків щодо динаміки використання потенціалу підприємства за кожною складовою та щодо періоду найбільш повного розкриття потенціалу.

Виконання завдання.

Завдання виконується в декілька етапів, які описані у розділі 1 методичних настанов. В цьому індивідуальному завданні здобувачам освіти необхідно розробити методику оцінки організації управління персоналом, а також методику оцінювання фінансово-економічних результатів діяльності підприємства.

Орієнтовний перелік показників для оцінки кадрового потенціалу:

- Рівень забезпечення кадрами (відсоток зайнятих посад);
- Рівень освіти кадрів (частка працівників з вищою освітою);
- Коефіцієнт плинності кадрів;
- Коефіцієнт стабільності персоналу;
- Частка працівників, які працюють за фахом (спеціальністю)
- Продуктивність праці;
- Частка адміністративного персоналу в сукупному персоналі підприємства;
- Частка збутового персоналу в сукупному персоналі підприємства;
- Зарплатомісткість реалізованої продукції;
- Співставлення середньої заробітної плати по підприємству і галузі;
- Витрати підприємства на навчання персоналу;
- Частка витрат підприємства на навчання в структурі сукупних операційних витрат тощо.

Для оцінки якісних параметрів кадрового потенціалу можна розробляти власні показники, які базуються на результатах опитування персоналу підприємства або аналізі звітних даних підприємства.

Для визначення якісних показників спочатку формується аркуш опитування щодо проблеми, яка вивчається. Однозначно мова йде про закриті питання в анкеті для спрощення процедури обробки результатів опитування. Далі обирається тип шкали (кількісна/ якісна) та її глибина (кількість варіантів відповіді). Приклад кількісної шкали: *оцініть за шкалою від 0 до 5 істинність твердження...., де 0 – це повна хибність твердження, 5 – повна істинність твердження.* Шаг шкали - одиниця. Приклад якісної шкали: *Так/ Ні/ Частково.*

Для збору додаткових даних, наприклад, пояснень щодо обраної респондентом відповіді, в анкеті може бути передбачено поле для роз'яснень. Наприклад, респондент відповів, що на підприємстві є подвійне підпорядкування персоналу, важливо зрозуміти, що він мав на увазі для того, щоб у подальшому виправити ситуацію.

Для обробки результатів опитування формується ключ.

Після підготовки аркушу опитування визначаються респонденти. Чим більшою буде кількість респондентів, тим більш коректним буде кінцевий результат. При обґрунтуванні кола респондентів варто не забувати про витрати часу та фінансових ресурсів на проведення опитування. Також для підвищення результативності опитування краще організувати анонімні анкетування.

Прикладами якісних показників при визначенні кадрового потенціалу можуть бути:

- Складність організаційної структури управління;
- Якість системи мотивації ключового персоналу підприємства;
- Подвійне підпорядкування тощо.

На останньому етапі у цьому завданні студентам також потрібно звести всі результати розрахунків із завдання один та два в граф «Квадрат потенціалу» та зробити комплексний висновок щодо повноти використання потенціалу підприємства.

Для наочності представлення інформації для побудови графу її потрібно представити у вигляді таблиці, формат якої наведено нижче. Інформацію для заповнення перенести з таблиці визначення векторів, використовувати довжину вектору, отриману з урахуванням зваженої оцінки показників.

Таблиця 3.3

Довжина векторів потенціалу в динаміці за три періоди

Оціночні напрямки	Отримана довжина векторів		
	2024 рік	2023 рік	2022 рік
Маркетинг			
Виробництво			
Кадри			
Фінанси			

Далі на основі даних таблиці 3.3 необхідно побудувати граф «Квадрат потенціалу» для трьох періодів з використанням пелюсткової діаграми. Приклад результату цієї дії наведено на рисунку 3.1.

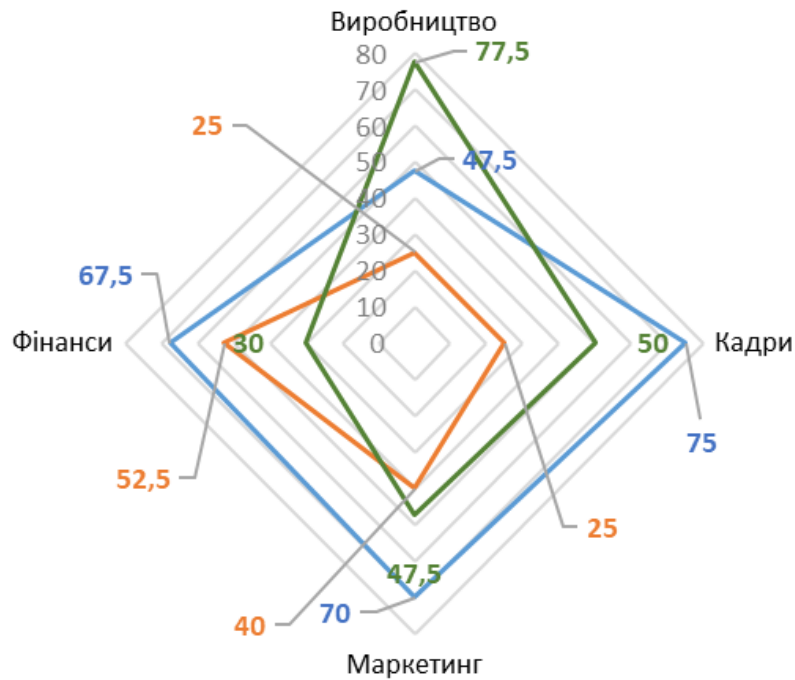


Рис.3.1 - Приклад побудови графу «Квадрат потенціалу».
Джерело: побудовано автором

Наприкінці завдання на основі отриманих графів за три періоди потрібно сформулювати висновки щодо повноти використання потенціалу підприємством, тенденцій його зміни за складовими. При формулюванні висновків потрібно керуватися отриманими числовими значеннями по довжині векторів та формою отриманого графу.

У методиці І. М. Репіною використовується три градації розмірів потенціалу: великий, середній та малий. Великий потенціал мають підприємства, довжина векторів яких знаходиться в межах 70–100 умовних одиниць, середній ті підприємства, довжина векторів яких коливається у межах 30–70 умовних одиниць і, відповідно, малий – ті підприємства, довжина векторів яких становить до 30 умовних одиниць [3].

За формою отриманого графу може констатувати збалансованість або дисбаланс складових потенціалу підприємства. Якщо отриманий граф має форму квадрату (тобто вектори, що створюють його, є однаковими або наближаються до цього), то підприємство має збалансований потенціал, що є запорукою успіху його діяльності. Якщо отриманий граф має іншу від квадрату форму (вектори розвинуті по-різному), потенціал потребує перетворень у напрямку досягнення збалансованості його елементів [3].

ВИХІДНІ ДАНІ ДЛЯ ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ

Таблиця Д.1.1

Параметри діяльності підприємства (варіанти 1-10)

Назва показника / Номер варіанта	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Витрати на інноваційну діяльність, % від операційних витрат	0,93	1,2	0,75	0,78	1,6	2,5	1,8	1,9	2,1	0,75
Частка продажів, яка приходить на нову продукцію, %	2,5	3,0	2,9	4,1	3,8	4,1	3,5	3,9	4,3	5,0
Рівень впізнаваності продукції, балів (максимальне позитивне значення за шкалою - 10 балів)	7,5	7,9	6,8	7,3	7,0	9,1	8,9	9,0	9,3	9,4
Коефіцієнт екстенсивного завантаження обладнання, %	75,4	78,3	79,0	74,3	75,9	78,3	74,2	69,4	75,1	74,6
Енергомісткість продукції, грн/ грн чистого доходу	5,1	5,9	6,1	5,8	4,9	5,1	5,2	5,7	4,9	5,1
Витрати на зберігання готової продукції, % від витрат на збут	5,4	5,3	5,2	5,4	6,1	5,8	5,9	5,4	5,2	4,8
Витрати на рекламу, тис. грн	19,5	26,6	24,3	23,8	20,3	19,5	18,3	17,8	19,3	20,8

Завершення таблиці Д.1.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Вартість продукції, яку повернули підприємству через погану якість, % від чистого доходу поточного періоду	1,2	1,4	0,8	0,6	0,45	0,5	0,35	0,51	0,50	0,49
Ділові якості менеджерів, бали (максимальне позитивне значення за шкалою - 5 балів)	5	4,5	4,8	4,3	4	4,5	4,5	3,9	4,9	4,2
Ефективність організаційної структури управління, бали (максимальне позитивне значення за шкалою - 5 балів)	4,8	4,2	4	5	4,2	4,6	4,2	4	5	4,9
Частка працівників з вищою освітою, %	83,2	89,1	83,5	85,5	86,0	85,7	83,9	84,3	84,9	85,1
Коефіцієнт плинності кадрів, %	2,5	2,8	2,3	2,1	4,0	3,8	2,9	3,2	2,7	2,6
Співвідношення ціни підприємства на основний продукт із середньоринковою ціною	1,05	1,07	1,02	1,033	1,054	1,049	1,038	1,042	0,998	1,001
Витрати на підвищення кваліфікації персоналу, % від операційних витрат	1,3	1,33	1,5	0,98	1,2	1,45	0,05	2,5	2,1	2,0

Параметри діяльності підприємства (варіанти 11-20)

Назва показника / Номер варіанта	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Витрати на інноваційну діяльність, % від операційних витрат	0,93	1,3	0,95	1,2	1,6	2,5	1,8	1,9	2,1	0,75
Частка продажів, яка приходить на нову продукцію, %	4,8	4,6	5,1	5,4	2,0	2,3	2,9	3,1	2,4	2,9
Рівень впізнаваності продукції, балів (максимальне позитивне значення за шкалою - 10 балів)	9,0	8,9	9,2	9,5	9,0	8,7	8,8	8,9	9,2	9,4
Коефіцієнт екстенсивного завантаження обладнання, %	75,4	78,3	79,0	74,3	75,9	78,3	74,2	69,4	75,1	74,6
Енергомісткість продукції, грн/ грн чистого доходу	5,1	5,9	6,1	5,8	4,9	5,1	5,2	5,7	4,9	5,1
Витрати на зберігання готової продукції, % від витрат на збут	5,1	5,8	5,3	5,0	4,9	4,6	5,0	5,1	5,2	5,4
Витрати на рекламу, тис. грн	15,2	20,7	18,3	12,5	15,6	11,9	10,8	9,6	25,3	29,6
Вартість продукції, яку повернули підприємству через погану якість, % від чистого доходу поточного періоду	0,55	0,7	0,63	0,74	0,8	0,9	1,4	2,0	2,5	2,9
Ділові якості менеджерів, бали (максимальне позитивне значення за шкалою - 5 балів)	3,6	4,5	4	4,2	4,06	4,6	4,3	4,1	4,1	4,3

Завершення таблиці Д.1.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Ефективність організації структури управління, бали (максимальне позитивне значення за шкалою - 5 балів)	4,2	4,9	4,75	4,02	4	5	4,5	4,8	4,2	4,5
Частка працівників з вищою освітою, %	87,0	85,6	86,3	86,1	87,2	87,6	86,9	87,5	86,1	86,5
Коефіцієнт плинності кадрів, %	2,4	2,6	2,3	2,4	4,0	3,8	3,1	3,2	2,7	2,6
Співвідношення ціни підприємства на основний продукт із середньоринковою ціною	1,023	1,035	1,039	1,034	1,029	1,026	0,995	1,002	1,036	1,045
Витрати на підвищення кваліфікації персоналу, % від операційних витрат	1,8	1,9	1,5	0,05	3,2	1,9	2,0	2,5	2,1	2,0

ЗРАЗОК ТИТУЛЬНОГО АРКУШУ ЗВІТУ З ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУКИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ
Кафедра економіка та підприємництва ім. Т. Г. Беня

ЗВІТ
за результатами виконання індивідуального завдання
з дисципліни «Потенціал і управління вартістю бізнесу»
за темою _____

Виконав ст. гр. ЕП01- _____
(підпис) (Прізвище, ініціали)

Перевірив (-ла) _____
(наук. ступ., посада) (підпис) (Прізвище, ініціали)

ДНІПРО
202_

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Великий тлумачний словник сучасної мови. Режим доступу: <https://slovnyk.me/dict/vts/потенціал>
2. Конспект лекцій з дисципліни «Потенціал і розвиток підприємства» для студентів денної форми навчання з напрямку підготовки 6.030504 Економіка підприємства. – Дніпропетровськ, 2014. – 62с. Режим доступу: https://ep.nmu.org.ua/ua/files/КОНСПЕКТ_ЛЕКЦ_Потенциал_днев.pdf
3. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.
4. Сабадирьова А. Л., Бабій О. М., Куклінова Т. В., Салавеліс Д.Є. Потенціал і розвиток підприємства: Навчальний посібник. – Одеса: ОНЕУ, ротапринт, 2013. – 343 с.
5. Платформа Clarity Project. Режим доступу: <https://clarity-project.info/edrs>
6. Підприємницька діяльність та економіка підприємства : навч. посіб. / С. Б. Довбня, Т. Б. Ігнашкіна, А. Б. Педько та ін.; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С. Б. Довбні. – Д.: ЛІРА, 2016. – 440 с.
7. Гарі Армстронг, Філіп Котлер. Основи маркетингу. Видавництво «Науковий світ», 2022. – 880 с.
8. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник для студентів економічних спеціальностей вузів / С. С. Гаркавенко. - 4-те вид. - К. : Лібра, 2006. -717 с.
9. Довбня С. Б., Найдовська А. О. Економічне управління підприємницькою діяльністю суб'єктів господарювання: навч. посібник. – Дніпро: Україн. держ. ун-т науки і технол., 2023. – 86 с.
10. Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник С. В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Полтава: Видавництво ПП «Астроя», 2020. - 434 с.

Навчально-методичне видання

Найдовська Ангеліна Олексіївна

ПОТЕНЦІАЛ І УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ БІЗНЕСУ

Навчально-методичні рекомендації до виконання
індивідуальних завдань

Електронне видання

Експертний висновок склала канд. економ. наук, проф. Тетяна Ігнашкіна

Зареєстровано НМВ УДУНТ (№ 84 від 09.12.2025)

В авторській редакції
Комп'ютерна верстка А. О. Найдовська

Формат 60x84 1/16. Ум. друк. арк. 1,73. Обл.-вид. арк. 1,76.
Зам. № 136.

Видавець: Український державний університет науки і технологій
вул. Лазаряна, 2, ауд. 2216, м. Дніпро, 49010.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 7709 від 14.12.2022

Адреса видавця та дільниці оперативної поліграфії:
вул. Лазаряна, 2, Дніпро, 49010