

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

Економічний факультет

Кафедра бізнесу та управління персоналом

**ДІЛОВА РЕПУТАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЦІННИЙ
НЕМАТЕРІАЛЬНИЙ АКТИВ ЙОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:

студентка 4 курсу, 476-2 групи
спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
(ОП Економіка та організація бізнесу)

Анатійчук Настя Василівна

Керівник:

кандидат екон. наук, доцент
Лопашук Інна Афанасіївна

*До захисту допущено
на засіданні кафедри бізнесу та управління персоналом
протокол № 13 від 3 червня 2025 р.
Зав. кафедрою _____ доцент Водянка Л.Д.*

Анотація

Анатійчук Настя. Ділова репутація підприємства як цінний нематеріальний актив його сталого розвитку. Рукопис. Кваліфікаційна робота на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Чернівці, 2025.

У дослідженні обґрунтовано теоретичні підходи та розроблено практичні рекомендації щодо підвищення ділової репутації підприємства у контексті його сталого розвитку.

Розглянуто зміст, складники, фактори формування ділової репутації підприємства та підходи щодо її оцінювання.

Проведено аналіз ефективності діяльності та ділової репутації ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ».

Обґрунтовано шляхи підвищення ділової репутації підприємства в системі його сталого розвитку.

Ключові слова: *сталий розвиток, нематеріальний актив, репутація, ділова репутація, стейкхолдери*

Abstract

Anatichuk Nastia. The Business Reputation of an Enterprise as a Valuable Intangible Asset for Its Sustainable Development. Manuscript. Qualification work for obtaining the first (bachelor's) level of higher education in specialty 076 "Entrepreneurship, Trade and Stock Exchange Activities". Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi, 2025.

Theoretical foundations related to business reputation have been developed. Practical recommendations aimed at enhancing the business reputation of the enterprise within the framework of its sustainable development have been proposed.

The content, key components, influencing factors, and evaluation methods of a company's business reputation have been examined.

An analysis of the performance and business reputation of UPG-INVEST LLC has been carried out.

The directions for improving the business reputation of the enterprise as part of its sustainable development strategy have been substantiated. **Keywords:** *sustainable development, intangible asset, reputation, business reputation, stakeholders*

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Настя АНАТІЙЧУК

3

ЗМІСТ

ВСТУП.	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.	7
1.1. Ділова репутация підприємства як нематеріальний актив та складова сталого розвитку підприємства.	7
1.2. Фактори впливу та підходи до оцінювання ділової репутації в контексті сталого розвитку підприємства.	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТА ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ТОВ «УПІГ-ІНВЕСТ» ЗА 2022-2024 РОКИ.	23
2.1. Загальна характеристика та оцінка результативності діяльності підприємства.	23
2.2. Ділова репутация у складі нематеріальних активів підприємства та у відносинах з його стейкхолдерами.	36
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ТОВ «УПІГ-ІНВЕСТ» ЯК ЦІННОГО АКТИВУ ЙОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ.	53
3.1. Роль сталого розвитку в управлінні діловою репутациєю підприємства.	53
3.2. Напрями підвищення ділової репутації підприємства.	58
ВИСНОВКИ.	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.	68
ДОДАТКИ	

4

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена зростанням значення нематеріальних активів у забезпеченні довгострокової конкурентоспроможності та сталого розвитку підприємств в умовах сучасної економіки. У цифрову епоху, коли інформаційна відкритість, суспільні очікування та вимоги до соціально відповідальної поведінки бізнесу посилюються, ділова репутація перетворюється на один із ключових стратегічних ресурсів. Вона впливає на рівень довіри з боку споживачів, партнерів, інвесторів, а також на здатність підприємства ефективно реагувати на кризові ситуації та зберігати стійкість в умовах нестабільності. Незважаючи на нематеріальний характер, ділова репутація має безпосередній вплив на ринкову вартість компанії, її фінансові результати та перспективи зростання. У зв'язку з цим, осмислення сутності, чинників формування, методів оцінювання та управління діловою репутацією набуває особливої важливості для забезпечення сталого розвитку підприємства.

Дослідження ділової репутації підприємства як його цінного нематеріального активу у вітчизняній науці активізувались упродовж останніх років. Зокрема, проблематику теоретичного, методичного та практичного забезпечення ділової репутації підприємства досліджували у своїх працях В.Акельми [2; 3], Т. Бугайчук, А. Коханець, М. Заушнікової [9], З. Живко [13; 14], Л. Іванченкової, К. Козак, О. Долинської [15], В. Канюки [18], Г.Ковальової, В. Замлинського [20], О. Наумової [26], С. Прохоровської [35] та інших. Проте поглибленого вивчення потребує питання ролі ділової репутації як стратегічного ресурсу, її взаємозв'язку з результативністю діяльності підприємства та потенціалом його сталого розвитку.

Метою дослідження є обґрунтування теоретичних основ формування, методичних підходів до оцінювання та практичних рекомендацій щодо

покращення ділової репутації підприємства як цінного нематеріального

активу його сталого розвитку.

Об'єктом дослідження є процес управління діловою репутацією підприємства.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та прикладні аспекти формування та підвищення ділової репутації підприємства в системі його сталого розвитку.

Для забезпечення поставленої мети в кваліфікаційній роботі вирішено низку важливих завдань:

- розкрито суть та складники ділової репутації підприємства в системі його нематеріальних активів;
- досліджено фактори впливу та підходи до оцінювання ділової репутації в контексті сталого розвитку підприємства;
- надано загальну характеристику та проведено оцінку результативності діяльності підприємства;
- проаналізовано ділову репутацію у складі нематеріальних активів підприємства та у відносинах з його стейкхолдерами;
- обґрунтовано роль сталого розвитку в управлінні діловою репутацією підприємства;
- визначено напрями підвищення ділової репутації.

Інформаційно-фактологічну базу дослідження становлять нормативно правові документи з регулювання підприємницької діяльності, науково методичні праці провідних фахівців у сфері менеджменту, стратегічного менеджменту, підприємництва, економіки та фінансів підприємства, а також матеріали практичної діяльності підприємства.

Для проведення дослідження використано методи наукового абстрагування та синтезу для вивчення теоретичних основ формування ділової репутації підприємства; методи збору та систематизації фактологічного матеріалу, фінансово-економічного аналізу, візуалізації даних – для проведення дослідження сучасного стану розвитку та ділової репутації

підприємства; системного аналізу, логічний метод та узагальнення – для обґрунтування пропозицій щодо підвищення ділової репутації підприємства в системі його сталого розвитку.

Структура кваліфікаційної роботи сформована вступною частиною, трьома розділами, висновками, списком використаних джерел та додатками. Перший розділ роботи присвячено дослідженню теоретичних основ формування ділової репутації підприємства, другий – комплексному аналізу сучасного стану розвитку та ділової репутації досліджуваного підприємства, у третій – містить пропозиції щодо покращення ділової репутації підприємства як запоруки його сталого розвитку.

Практичне значення дослідження полягає в обґрунтуванні комплексу заходів, спрямованих на удосконалення стратегічних засад управління діловою репутацією підприємства як цінного нематеріального активу, що забезпечує його сталий розвиток.

7

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Ділова репутація підприємства як нематеріальний актив та складова сталого розвитку підприємства

В сучасних умовах роль нематеріальних активів стрімко зростає внаслідок трансформації економіки, глобальні виклики, зміну конкурентного середовища, розвиток нових технологій. Власне перехід до економіки знань, цифровізації виробничих і управлінських процесів, зростання ролі інтелектуального капіталу зумовили радикальну зміну у структурі активів компаній: фізичні ресурси та капітал більше не є головним джерелом успіху (рис. 1.1).

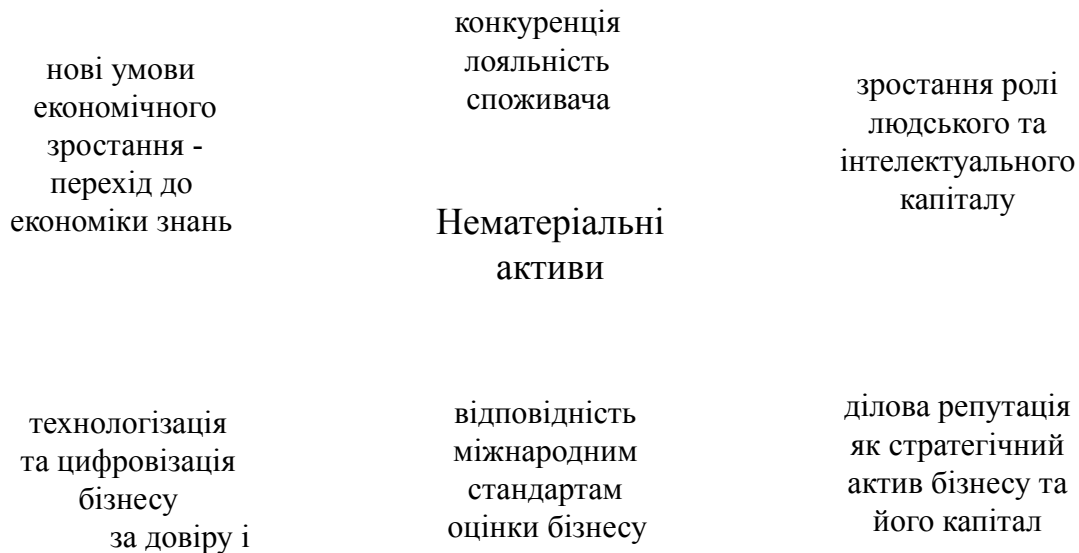


Рис. 1.1. Роль нематеріальних активів в діяльності підприємства в
сучасних умовах

Джерело: узагальнено автором на основі [2; 35]

8

Сучасні підприємства орієнтуються на інноваційність, гнучкість, швидкість адаптації до змін, і саме нематеріальні активи – такі як бренд, ділова репутація, клієнтська лояльність, ноу-хау, авторські права, програмні продукти, патенти, людський капітал – виступають основними факторами, що забезпечують стійке зростання та ефективну ринкову позицію.

Роль нематеріальних активів у діяльності підприємства забезпечується наступними позиціями, оскільки завдяки їх активному використанню: - формується інноваційний потенціал підприємства, що дає змогу створювати унікальні продукти та технології;

- забезпечується довіра з боку споживачів, партнерів та інвесторів, що критично важливо в умовах інформаційної відкритості; - підвищується здатність підприємства до довгострокового розвитку, адаптації до глобальних викликів і створення соціально орієнтованої бізнес-моделі.

Отже, ефективне управління нематеріальними активами є джерелом

зростанні вартості підприємства та формування конкурентних переваг неекономічного типу, а, з іншого боку, являється однією з ключових умов сталого розвитку та стратегічного успіху у новій економічній реальності.

В структурі нематеріальних активів підприємства особливе місце займає його ділова репутація.

В. Акельма, надаючи визначення діловій репутації, розглядає її як «життєво важливий актив підприємства, який має визначний вплив на ефективність організації, довіру споживачів, інвесторів та партнерів» [2, с. 92]. Дослідник наголошує на стратегічному контексті ділової репутації в системі нових економічних реалій та цифровізації бізнесу [3]. Ключову роль ділової репутації автор вбачає у сприянні економічній безпеці бізнесу, його сталому розвитку та нарощуванню конкурентних переваг.

Т. Кравченко розглядає правову сторону ділової репутації підприємства, що асоціюється з її немайновим характером, тобто розглядає її як «нематеріальну цінність, що виникає внаслідок суспільної оцінки діяльності

9

суб'єкта господарювання з боку інших учасників економічних, правових та соціальних відносин, у яких він бере участь» [23, с. 98]. Тобто, ділова репутація як цінність має економічну вагу і формується завдяки зовнішньому сприйняттю стейкхолдерів.

У взаємодії зі стейкхолдерами середовища надають трактування діловій репутації Т. Бугайчук, А. Коханець та М. Заушнікова, визначаючи її як «інтегровану систему внутрішніх та зовнішніх характеристик підприємства, яка формується у свідомості зацікавлених сторін на основі їхнього сприйняття, досвіду взаємодії та інформаційного середовища» [9, с. 20]. Саме ці уявлення і відгуки стейкхолдерів, сформовані навколо діяльності організації, здатні генерувати додану вартість і перетворюватись на вагомий елемент її нематеріальних активів.

І. Коржевський підтримує позицію вищезгаданих авторів, наголошуючи на зворотному зв'язку з середовищем функціонування підприємства та її ролі

у прийнятті адекватних управлінських рішень на основі відгуків та суджень стейкхолдерів, пропонує її визначати як «суб'єктивно раціоналізоване уявлення про стан, поведінку та взаємовідносини суб'єкта господарювання, що формується у свідомості зацікавлених сторін і використовується як основа для ухвалення комунікативних або управлінських рішень стосовно нього» [21, с. 82]. Автор наголошує на подвійному характері ділової репутації, яка формується внаслідок комунікацій зі стейкхолдерами, з одного боку, як оцінки, а, з іншого, - як практичного інструмента впливу на рішення контрагентів, споживачів, партнерів чи органів влади.

Я. Пушак, А. Завербний також акцентують увагу на багатогранності поняття ділової репутації підприємства, розглядаючи її одночасно «як індикатор та механізм трансформації нематеріальних активів підприємства (знань, компетенцій, цінностей, корпоративної культури, іміджу) у конкурентні переваги або ризики» [36, с. 132]. Дослідники підтверджують думку, що ділова репутація відображає сприйняття компанії її цільовими аудиторіями, партнерами, споживачами та широкою громадськістю, і

10

безпосередньо впливає на її ринкову вартість, ділові зв'язки, інвестиційну привабливість і стратегічні перспективи. Проте також наголошують на безпековому контексті даного поняття, оскільки негативна репутація або її погіршення / втрата загрожує бізнесу економічними наслідками. Таке комплексне сприйняття ділової репутації підкреслює, що вона є відображенням як зовнішнього сприйняття, так і активним фактором формування економічної цінності підприємства.

У даному контексті важливими є висновки О. Микитина, який розкриває зміст ділової репутації підприємства через її ціннісні характеристики, такі як «автентичність, чесність, відповідальність, порядність і сумлінність, що проявляються через його корпоративний імідж та формуються в уявленні зовнішніх і внутрішніх стейкхолдерів під впливом поведінки, комунікацій і рішень, які приймаються людьми, що представляють

організацію» [25]. Це твердження дає можливість дійти висновку, що ділова репутація набуває як ціннісного, так і людиноцентричного виміру, оскільки її джерелом формування є етична поведінка людей (власників, менеджерів, персоналу) конкретної організації.

Варто зауважити, що у площині сучасних досліджень є певна термінологічна розбіжність щодо трактування змісту даного поняття, що зумовлено існуванням низки понять, близьких до даного (табл. 1.1). Таблиця 1.1

Співвідношення гудвілу, іміджу та ділової репутації підприємства

Критерій	Ділова репутація	Гудвіл	Імідж
1	2	3	4
Сфера	Маркетинг, PR, управління	Бухгалтерський, фінансовий облік	Маркетинг, PR, комунікації
Сутність	Системне суб'єктивне враження зацікавлених осіб, оцінка з боку суспільства, що базується на оцінці та довірі до діяльності підприємства	Нематеріальний актив із грошовою оцінкою, що відображає перевищення вартості підприємства над вартістю його чистих активів	Зовнішній образ або репрезентація, раціональне та емоційне сприйняття підприємства аудиторією через маркетингові та комунікаційні заходи

11

Продовження таблиці 1.1

1	2	3	4
Функції	Забезпечує довіру стейкхолдерів, підтримує лояльність, впливає на ринкову вартість компанії в цілому	Відображає вартість бренду, репутації та клієнтської бази у фінансовій звітності	Сприяє формуванню позитивного враження про компанію в цільовій аудиторії
Тривалість	Тривала, накопичується з часом та досвідом взаємодії	Відносно стабільний, відображається у балансовій	Може бути змінним і залежить від маркетингових заходів

		вартості	
Можливість оцінки	Ні, напряду не оцінюється (лише опосередковано)	Так, оцінюється при купівлі бізнесу	Ні, напряду не оцінюється (лише опосередковано)
Джерела	Результати діяльності, якість послуг, комунікація, етика, соціальні дії	Інтелектуальна власність, клієнтська база, інвестиції у бренд, ноу-хау, репутація	Комунікаційні стратегії, реклама, медіа, PR, присутність у соціальних мережах, бренд і візуальна айдентика
Відображення в балансі	Ні, але впливає на імідж і прибутковість, може враховуватися у складі гудвілу	Так (у фінансовій звітності)	Ні, але може опосередковано враховуватися через гудвіл
Роль у стратегічному розвитку	Основа позитивного іміджу і довготривалого успіху	Актив, який підвищує вартість бізнесу	Формує враження про бізнес, підсилює лояльність цільових аудиторій
Взаємозв'язок	Ділова репутація є передумовою та однією зі складових гудвілу	Гудвіл – фінансові втілення цінності, включає в себе ділову репутацію	Ділова репутація є фундаментом іміджу, а імідж впливає на формування ділової репутації

Джерело: узагальнено на основі [17; 20; 26; 35; 47; 48]

За даними, представленими у таблиці 1.1, можна зробити висновок, що поняття ділової репутації, гудвілу та іміджу не є тотожними, проте між ними існує тісний зв'язок - ділова репутація виступає причиною формування іміджу підприємства, а гудвіл - його наслідком. Вплив ділової репутації на імідж підприємства проявляється через формування довіри, підвищення конкурентоспроможності, реагування на кризові ситуації. Коли підприємство має міцну позитивну репутацію, це підвищує його гудвіл на ринку. Гудвіл

матеріальних активів. Проте при продажу бізнесу саме репутація, лояльність клієнтів та довіра здатні суттєво збільшити його вартість, що і є проявом гудвілу. Взаємодія репутації, іміджу та гудвілу дозволяє зміцнювати свої позиції на ринку, гарний імідж підтримує ділову репутацію, а гудвіл відображає їх матеріальне втілення в бізнесі.

Виходячи з предмету дослідження важливо дослідити ділову репутацію у контексті сталого розвитку підприємства.

Аналіз наукових досліджень В. Акельми [2; 3], З. Живко, М. Живко, А. Шегинської [13; 14], Л. Іванченкової, К. Козак, О. Долинської [15], В. Канюки [18], Г. Ковальнової, В. Замлинського [20], О. Наумової, М. Наумової, А. Шевчук [26], С. Прохоровської [35] показав, що в системі визначення ділової репутації підприємства як його стратегічного нематеріального активу, автори наголошують на визначальній ролі сталого розвитку в управлінні діловою репутацією та визначають напрями її впливу на середовище діяльності через соціальну відповідальність та етичну поведінку.

У системі сталого розвитку ділова репутація у складі гудвілу виступає нематеріальним активом (табл. 1.2), який має свою специфіку, оскільки не має фізичного вираження - її не можна побачити чи виміряти безпосередньо; формується роками - через якість роботи, етику, взаємини з клієнтами, монетаризується і має вартість - позитивна репутація сприяє зростанню прибутку, залученню інвесторів, підвищенню довіри. Ділова репутація бути зруйнована або посилена - тобто це актив, який можна «втратити» або «примножити».

Усе це робить ділову репутацію повноцінним ресурсом, який впливає на ринкову вартість підприємства та має важливе значення у забезпеченні сталого розвитку підприємства, з огляду на те, що вона:

1. Підвищує комерційну привабливість - компанія з хорошою репутацією легше залучає нових клієнтів; укладає вигідні контракти; отримує

кращі умови співпраці, що дозволяє отримати вищий комерційний та інші результати.

13

Таблиця 1.2

Ділова репутація як актив підприємства
в системі його сталого розвитку

Звичайні активи	Ділова репутація	Елементи ділової репутації в системі сталого розвитку підприємства
Мають фізичну форму	Нематеріальна форма	
Легко обліковуються	Складно виміряти об'єктивно	
Можуть бути зношені	Може або зростати, або різко впасти	
Часто знецінюються з часом	Репутація, навпаки, з роками зростає	Фінансова стабільність, якість продукції або послуг, управлінська ефективність та корпоративний імідж, соціальна відповідальність, взаємовідносини з партнерами та стейкхолдерами, інноваційний розвиток

Джерело: узагальнено на основі [17; 20; 26; 35; 47; 48]

2. Забезпечує фінансову стабільність – стабільність фінансових показників свідчить про надійність підприємства і є запорукою його репутації у інвесторів та партнерів.

3. Покращує якість продукції та послуг – відповідність стандартам, надійність і безпека товарів та послуг забезпечує довіру клієнтів. 4. Підвищує управлінську ефективність та корпоративний імідж – рівень професіоналізму керівництва, прозорість управлінських процесів, стратегічний контекст сталого розвитку сприяє підвищенню корпоративного іміджу і зростанню довіри до бренду.

5. Сприяє соціальній відповідальності – відповідальність за свій вплив на економіку, довкілля та соціальну сферу та готовність звітувати про це

перед суспільством позитивно впливає на ділову репутацію підприємства.

6. Покращує відносини з партнерами та стейкхолдерами – позитивна репутація сприяє підтримці довгострокових, взаємовигідних відносин; 7. Стимулює інноваційний розвиток – висока ділова репутація полегшує залучення інвестицій у нові інноваційні проекти, розширює можливості партнерства, забезпечує кадровий ресурс для впровадження інновацій, створює сприятливе середовище для інновацій як всередині компанії, так і у зовнішньому полі її взаємодії зі стейкхолдерами.

14

Отже, ділова репутація підприємства є комплексним поняттям, яке варто розглядати, з одного боку, як ключовий стратегічний актив сучасного підприємства, що напряду впливає на його імідж, успішність діяльності та вартість на ринку, а з іншого боку, динамічну і комплексну характеристику сталого розвитку бізнесу, що включає його якість, надійність, соціальну відповідальність та інновації, які разом формують стійке уявлення про підприємство у свідомості його стейкхолдерів, забезпечують довіру з боку суспільства та сприяють стійкості до викликів середовища та конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі.

1.2. Фактори впливу та підходи до оцінювання ділової репутації в контексті сталого розвитку підприємства

В системі управління діловою репутацією підприємства важливим питанням є її оцінювання у контексті формування та монетизації вигід, які вона здатна приносити у процесі функціонування бізнесу.

На думку фахівців, ділова репутація є найскладнішим нематеріальним активом для оцінювання через багатогранність та комплексність. До прикладу, В. Акельма згрупував методичні підходи до оцінювання ділової

репутації підприємства у наступні групи: кількісні, якісні та змішані методи, розглядаючи їх у взаємозв'язку з питаннями економічної безпеки підприємства [2, с. 92].

Дослівником також виділено низку проблем, що заважають ефективно оцінити ділову репутацію підприємства, серед яких:

- суб'єктивна природа оцінювання - ділова репутація не є об'єктивним показником, адже різні стейкхолдери можуть оцінювати її по різному залежно від власного досвіду, очікувань або особистих упереджень, що також посилюється об'єктивними чинниками;

15

- змінність у часі - репутація є нестабільною та чутливою до зовнішніх факторів, зокрема криз, негативних інформаційних кампаній або суспільних скандалів, які можуть істотно вплинути на її сприйняття;

- складність оцінювання - визначити точні кількісні або якісні показники ділової репутації складно, оскільки вона охоплює широкий спектр характеристик і формується під впливом багатьох чинників [2, с. 94].

I. Коржевський запропонував більш розширений підхід до оцінювання ділової репутації підприємства, деталізувавши кількісні та якісні підходи за наступними напрямками (рис. 1.2). У межах кількісних методів дослідник розглянув вартісні (що базуються на офіційних методиках; маркетинговий метод) та соціологічні методи, в системі якісних методів виділив експертний метод та метод контент-аналізу.



Рис. 1.2. Методичні підходи до оцінювання ділової репутації підприємства
Джерело: [21, с. 75]

При оцінюванні ділової репутації в системі сталого розвитку підприємства варто не тільки правильно підібрати методи і показники, що будуть використовуватись, але й забезпечити врахування впливу факторів середовища, що можуть її посилювати або навпаки послаблювати. Характеристику зовнішнім та внутрішнім факторам впливу на формування

16

ділової репутації надано у науковій роботі Т. Близнюк, В. Шевченко, В.Федаки, В. Циктора, які наголошують на тому, що «формування ділової репутації - це цілеспрямований процес, який орієнтований на досягнення стратегічних цілей підприємства, побудову позитивного образу в суспільстві та ефективну комунікацію з ключовими стейкхолдерами» [7, с. 387] (рис. 1.3).

сталого
розвитку

особистість
керівника та
професіоналізм
працівників

соціальна
відповідальність бізнесу
якість продукції
та послуг

економічні,
соціальні та
імплементація принципів правові умови

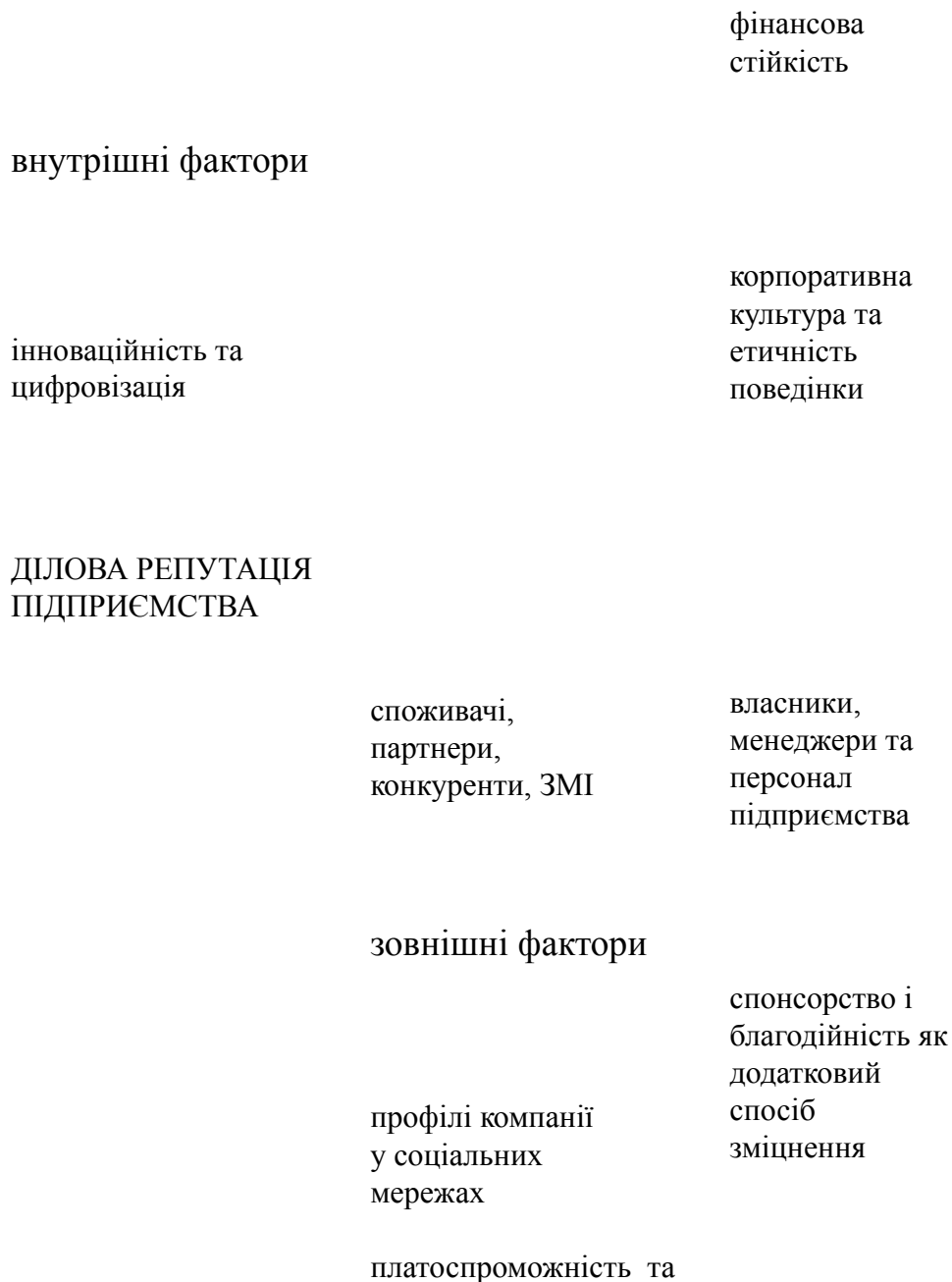


Рис. 1.3. Фактори впливу на формування ділової репутації підприємства у контексті сталого розвитку
Джерело: удосконалено за [7, с. 387-388]

Представлені вище фактори є значущими для оцінки ділової репутації підприємства, оскільки, компанії, що послідовно дотримуються етичних стандартів у своїй діяльності, не лише роблять внесок у глобальну стійкість, а й отримують вагомі економічні переваги: залучають інвесторів, посилюють конкурентні позиції та ринкову стійкість. Ключовими чинниками зростання

репутаційного капіталу та забезпечення довготривалої стабільності в умовах глобальних викликів стають інноваційність, цифровізація, соціальна відповідальність і прозорість управлінських процесів. Крім фінансової стабільності, саме ці напрями варто оцінювати і враховувати у діловій репутації в умовах сталого розвитку підприємства.

Розглянемо показники, які є важливими для оцінки ділової репутації підприємства.

Важливість оцінки фінансової стабільності в системі сталого розвитку підприємства полягає в тому, що фінансова стабільність є основою для реалізації екологічних, соціальних та управлінських (ESG) ініціатив. Без достатнього фінансового ресурсу підприємство не може ефективно реагувати на виклики сталого розвитку, інвестувати в модернізацію, знижувати негативний вплив на довкілля чи підтримувати соціальні проєкти.

Для оцінювання ділової репутації підприємства з точки зору його стабільності пропонуємо використати показники фінансових результатів [5; 8; 12; 6; 27; 43; 46], рентабельності та оборотності, методику розрахунку яких представлено нижче.

В системі фінансової стійкості доцільно розглядати показники чистого доходу, операційного прибутку, фінансового результату до оподаткування та чистого прибутку. Окремо варто провести структурний аналіз обсягів реалізації, а також витрат, які впливають на формування вище зазначених показників. В структурі витрат підприємства доцільно вивчити витрати за економічними елементами, що дає можливість оцінки ефективності використання оборотного капіталу, призначеного для фінансування операційної діяльності підприємства.

18

На основі отриманих даних для оцінки ділової репутації підприємства потрібно розрахувати відносні показники діяльності підприємства, такі як рентабельність діяльності щодо понесених витрат та вкладеного капіталу; оборотність капіталу в цілому та за складовими для визначення інтенсивності

процесів ділової активності підприємства; а також фондівдачу з метою визначення ефективності використання основних засобів підприємства.

У групі показників рентабельності доцільно розрахувати:

1. Рентабельність реалізації як ключовий показник фінансового здоров'я підприємства, що характеризує ефективність основної діяльності підприємства і дає визначити, наскільки прибутковим є кожен зароблений від реалізації товарів та послуг грошовий оборот (формула 1.1):

$$\text{Рентабельність продаж} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Дохід від реалізації}}, \quad (1.1)$$

Даний показник дозволяє порівнювати ефективність компаній у межах однієї галузі або відслідковувати внутрішню динаміку прибутковості. Його значення залежить від собівартості продукції, структури витрат та податків.

2. Рентабельність оборотних активів – дозволяє визначити ефективність використання поточних активів для отримання прибутку і є важливим індикатором операційної ефективності підприємства (формула 1.2).

$$\text{Рентабельність оборотних активів} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня сума оборотних активів}}, \quad (1.2)$$

Даний показник дозволяє з'ясувати, наскільки доцільно та прибутково використовуються ресурси, призначені для забезпечення поточної діяльності. Показник особливо актуальний для компаній із високим обсягом обігових коштів.

3. Рентабельність операційної діяльності – це фінансовий показник, що відображає ефективність основної діяльності підприємства (формула 1.3):

$$\text{Рентабельність операційної діяльності} = \frac{\text{Операційний прибуток}}{\text{Чистий дохід}}, \quad (1.3)$$

Даний показник дозволяє оцінити чисту ефективність виробничо комерційної діяльності без впливу інших її видів, сприяє виявленню сильних / слабких сторін операційної моделі, що використовує підприємства.

Рентабельність операційної діяльності надає уявлення про внутрішню ефективність бізнесу, тобто про те, наскільки результативно підприємство використовує свої ресурси в межах основної діяльності.

4. Рентабельність капіталу – фінансовий показник, який надає характеристику ефективності використання всіх наявних ресурсів підприємства (власних та позикових), тобто наскільки прибутково підприємство використовує свої активи для генерування доходу (формула 1.4):

$$\text{Рентабельність активів} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня сума активів (капіталу)}}, \quad (1.4)$$

Даний показник є одним з ключових показників інвестиційної привабливості і дозволяє оцінити, наскільки продуктивно працюють усі ресурси компанії.

У групі показників ділової активності підприємства доцільно розглянути наступні:

1. Оборотність активів (капіталу) – фінансовий показник, який характеризує здатність активів генерувати дохід, надає уявлення про те, скільки разів за період усі активи приносять дохід (формула 1.5):

$$\text{Оборотність активів (капіталу)} = \frac{\text{Чистий дохід}}{\text{Середня сума активів (капіталу)}}, \quad (1.5)$$

Даний показник надає можливість оцінити ефективність капіталовкладень, і є важливим для інвесторів, аналітиків, фінансових менеджерів при прийнятті рішень у контексті функціонування бізнесу, тобто

визначає, наскільки підприємство раціонально використовує всі види ресурсів для створення виручки.

2. Оборотність оборотних активів – фінансовий показник ефективності використання оборотного капіталу підприємства для формування виручки від реалізації (формула 1.6):

$$\text{Оборотність оборотних активів} = \frac{\text{Чистий дохід}}{\text{Середня сума оборотних активів}} \quad (1.6)$$

Даний показник є важливим індикатором ефективності операційної діяльності, який демонструє наскільки швидко обігові ресурси перетворюються в дохід.

3. Оборотність власного капіталу – фінансовий показник, який характеризує, наскільки ефективно підприємство розпоряджається власними коштами для генерування доходу (формула 1.7):

$$\text{Оборотність власного капіталу} = \frac{\text{Чистий дохід}}{\text{Середня сума власного капіталу}} \quad (1.7)$$

Даний показник важливий для оцінки доцільності інвестування власного капіталу, сприяє прийняттю рішень щодо оптимізації капіталу та структури фінансування, важливий для оцінки операційної стратегії підприємства.

4. Оборотність позикового капіталу – фінансовий індикатор ефективності використання позикових ресурсів у контексті формування чистого доходу підприємства (формула 1.8):

$$\text{Оборотність позикового капіталу} = \frac{\text{Чистий дохід}}{\text{Середня сума позикового капіталу}} \quad (1.8)$$

Даний показник дає змогу оцінити, наскільки ефективно підприємство перетворює залучені ресурси на дохід, використовується для оцінки структури капіталу та прийняття рішень щодо коригування боргового навантаження.

21

Ще одним показником фінансової стабільності підприємства є його фондоддача, яка показує ступінь ефективності використання коштів, вкладені в основні засоби (формула 1.9):

$$\text{Фондоддача} = \frac{\text{Чистий дохід}}{\text{Середня сума основних засобів}} \quad (1.9)$$

Він показує, наскільки ефективно підприємство перетворює свої виробничі ресурси на дохід, і є ключовим маркером стійкості, конкурентоспроможності та продуктивності.

Враховуючи, що ділова репутація є нематеріальним активом, важливо також обчислити показники ефективності використання нематеріальних активів – їх рентабельність та фондоддачу.

Рентабельність нематеріальних активів – показник, який є важливим для оцінювання інвестицій у нематеріальні активи (формула 1.10):

$$\text{Рентабельність нематеріальних активів (НА)} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня сума НА}} \quad (1.10)$$

Ключовий показник для оцінки ділової репутації підприємства у складі його нематеріальних активів, який демонструє здатність підприємства перетворювати інтелектуальний і творчий капітал у фінансові результати, що прямо впливає на його конкурентоспроможність, інвестиційну привабливість та сталий розвиток.

Фондоддача нематеріальних активів – показник, який є важливим для

визначення ефективності використання нематеріальних активів для створення виручки від реалізації, допомагає оцінити, наскільки виправдані інвестиції в нематеріальні активи, і наскільки вони дійсно працюють на прибуткове зростання і ринкову ефективність (формула 1.11):

$$\text{Фондовіддача нематеріальних активів (НА)} = \frac{\text{Чистий дохід}}{\text{Середня сума НА}} \quad (1.11)$$

22

Фондовіддача НА показує ефективність маркетингових та брендових інвестицій, здатність підприємства монетизувати інтелектуальну власність, рівень комерційного впливу нематеріальних активів, особливо для тих компаній, де бренд, інновації та інтелектуальний капітал є ключовими драйверами доходу.

У системі оцінювання ділової репутації підприємства важливо розглянути соціальну її складову у внутрішньому середовищі, що реалізується через систему оцінювання його персоналу, з точки зору залучення, забезпечення робочими місцями на основі принципів сталого розвитку, що відповідає принципу «гідна праця», виплати конкурентної зарплати, забезпечення заходів щодо охорони праці, ефективності використання персоналу, формування корпоративної культури та сприятливого соціально психологічного клімату, інклюзивності щодо вразливих груп працівників.

Оцінка екологічної складової ділової репутації бізнесу повинна надавати оцінку того, як підприємство впливає на навколишнє середовище, і наскільки воно відповідально реалізує принципи сталого розвитку. При цьому варто врахувати наявність екологічної стратегії, впровадження принципів екологічного менеджменту згідно з міжнародними стандартами, надати оцінку політиці енергоефективності та ресурсозбереження, визначити ефективність управління відходами, дати характеристику використання екологічно чистих технологій, екологічним ініціативам, участі у проєктах відновлення екосистем, а також розкрити підходи підприємства щодо

надання екологічної інформації стейкхолдерам через систему нефінансової звітності. Оцінка екологічної складової ділової репутації – це індикатор етичної та соціальної зрілості бізнесу. Сучасні компанії, які демонструють сталий екологічний підхід, формують довготривалу довіру, зміцнюють конкурентні позиції та підвищують вартість бренду в очах клієнтів, партнерів і інвесторів.

Розглянуті фактори та методичні підходи дозволять сформувати комплексне уявлення про ділову репутацію підприємства як його нематеріального активу та складової сталого розвитку бізнесу.

23

РОЗДІЛ

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТА ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» ЗА 2022-2024 РОКИ

2.1. Загальна характеристика та оцінка результативності діяльності підприємства

Оцінка результативності діяльності - це не лише інструмент управління, що дозволяє виявляти слабкі місця, приймати обґрунтовані управлінські рішення та підвищувати ефективність функціонування підприємства, а й один із ключових чинників формування довгострокової ділової репутації. Ділова репутація, заснована на реальних досягненнях, прозорості та стабільних фінансових показниках, створює довіру з боку партнерів, інвесторів, клієнтів і суспільства в цілому. Висока результативність діяльності сприяє зміцненню конкурентних позицій підприємства, забезпечує його стійкість до зовнішніх ризиків і дозволяє адаптуватися до динамічних змін ринкового середовища, що особливо актуально в умовах нестабільності економіки та посилення конкуренції.

Суб'єкт господарювання, що досліджується - ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» - є

комерційним підприємством, основною діяльністю якого є вирощування та розведення свійської птиці, а також виробництво й реалізація м'яса преміум класу, замороженої продукції та м'ясних виробів. Основні відомості про ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» узагальнено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Загальна інформація про ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ»

Відомості	Характеристика
1	2
Офіційна назва – повна / скорочена	Товариство з обмеженою відповідальністю «УПГ-ІНВЕСТ» - ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» (англ. LIMITED LIABILITY COMPANY UPG-INVEST (LLC UPG-INVEST))
Дата заснування	29.07.2005 р.

24

Продовження таблиці 2.1

1	2
Засновники, частка у бізнесі	В. Дутчак - 90,273%; УПГ ФУД ХОЛДІНГЗ ЛІМІТЕД - 9,72%; ТОВ «УПГ-ПАНКА» - 0,007%
Код ЄДРПОУ	33418719
Юридична адреса	59343, Чернівецька область, Чернівецький район, село Мамаївці, вулиця І. Богуна, будинок 16
Основний вид діяльності	01.47 Розведення свійської птиці
Додаткові види діяльності за КВЕД	10.11; 10.12; 10.13; 10.91; 43.22; 46.21; 46.90; 49.41; 68.20; 77.11; 77.12; 77.31; 77.39; 82.92.
Характер діяльності	Комерційне підприємство
Масштаб діяльності	Велике підприємство
Форма власності	Приватна
Тип організаційної структури управління	Лінійно-функціональний
Правовий статус	Товариство з обмеженою відповідальністю

Вищий орган управління	Загальні збори учасників товариства
Виконавчий орган	Директор
Облік у Державній служби статистики України	з 8.08.2005 р.
Облік у податкових органах	з 10.02.2012 року взято на облік у Головному управління ДПС у Чернівецькій області
Група платників податку	четверта
Статутний капітал, 2024 р.	4431 млн. грн.
Активи, 2024 р.	2108 млн. грн.
Оборотний капітал, 2024 р.	1457,1 млн. грн.
Власний капітал, 2024 р.	1337,6 млн. грн.
Чистий дохід, 2024 р.	1692 млн. грн.
Чистий прибуток, 2024 р.	397 млн. грн.
Середньооблікова кількість працівників, 2024 р.	456 осіб

Джерело: [41-42], додатки Б, В

Показник обсягу продаж підприємства є ключовою економічною категорією, яка дозволяє всебічно оцінити його господарську активність. У вартісному вираженні він відображає загальний обсяг реалізованої продукції

25

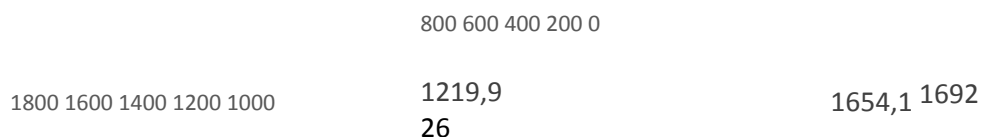
або товарів за визначений період часу, тим самим виступаючи основним індикатором комерційної динаміки. Чистий дохід безпосередньо демонструє

результати діяльності підприємства, виступає фундаментом для аналізу прибутковості, формування фінансових ресурсів і забезпечення стабільного функціонування підприємства в умовах конкурентного ринку. Саме тому він розглядається як базовий критерій ефективності роботи підприємства.

У процесі аналітичного дослідження обсягу продаж виділяють низку важливих показників, які в сукупності дозволяють отримати повну картину діяльності. До них належать загальний обсяг реалізації продукції, темпи приросту або зниження обсягів реалізації в порівнянні з попередніми періодами, структура чистого доходу, а також коефіцієнт обсягу реалізації на одного працівника. Кожен із цих показників має аналітичне значення як для внутрішнього стратегічного планування, так і для зовнішнього інвестора чи аудитора.

Зростання чистого доходу, як правило, свідчить про позитивну динаміку розвитку підприємства, зокрема про розширення його ринкової присутності, підвищення попиту на продукцію та покращення іміджу серед споживачів. Така тенденція також може бути результатом вдалої маркетингової політики, вдосконалення якості продукції, розширення торговельної мережі або впровадження інновацій у виробничі процеси. Таким чином, дослідження обсягу продаж має вагоме значення для оцінки загальної конкурентоспроможності підприємства та безпосередньо впливає на фінансовий результат його діяльності, включаючи показники прибутковості та рентабельності.

Протягом аналізованого трирічного періоду з 2022 по 2024 роки підприємство ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» демонструє стабільну позитивну динаміку зростання обсягів реалізації: у 2023 році на 434,2 млн. грн. (35,6%), у 2024 році на 37,9 млн. грн. (2,3%), що свідчить про успішність реалізованої комерційної стратегії та підвищення загальної ефективності господарської діяльності (рис. 2.1).



2022 рік 2023 рік 2024 рік

Рис. 2.1. Обсяг реалізації (чистий дохід) ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ»

за 2022-2024 роки, млн. грн.

Джерело: додаток В

Послідовне зростання обсягу реалізації є прямим свідченням стабільного фінансово-економічного становища підприємства, посилення його позицій на ринку та зростаючої довіри з боку споживачів. Збільшення обсягів продажу зумовлене одночасно як зростанням попиту на продукцію підприємства, так і розширенням ринкової географії, удосконаленням політики постачання, а також підвищенням якості продукції. Крім того, такий результат є наслідком активної маркетингової діяльності, вдосконалення виробничих процесів, оптимізації логістики та залучення нових клієнтів. У сукупності ці чинники свідчать про ефективну стратегію розвитку ТОВ «УПГ ІНВЕСТ» та його адаптивність до сучасних економічних умов, що позитивно характеризує його ділову репутацію.

Структурний аналіз обсягів реалізації ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» за видами продукції свідчить про чітко виражену спеціалізацію підприємства на виробництві й реалізації свіжого м'яса індики, яке посідає домінуюче місце в

загальному обсязі реалізованої продукції. Так, у 2022 році частка цієї

продукції в структурі товарообігу становила 54,7%. У наступному році вона зросла до 56,8%, а в 2024 році досягла позначки 57,2%, демонструючи стабільну тенденцію до зростання. Це свідчить про підвищення попиту на основну продукцію підприємства, а також про стратегічне фокусування діяльності компанії на найбільш рентабельному сегменті ринку.

На другому місці за обсягом реалізації знаходяться м'ясні вироби, зокрема ковбаси, паштети, рулети та інші продукти переробки. Хоча ці товари залишаються важливою складовою товарного портфеля підприємства, їх питома вага у загальному товарообігу поступово зменшується: з 27,5% в 2022 р., до 26,3% в 2023 р. та 25% у 2024 р. Така динаміка може пояснюватися як зміною споживчих вподобань, так і можливою переорієнтацією підприємства на реалізацію продукції з вищою доданою вартістю, наприклад, охолодженого або свіжого м'яса.

Частка напівфабрикатів з м'яса індика в загальному обсязі товарообігу також демонструє тенденцію до зниження. У 2022 році вона становила 13,4%, а у 2023 р. - 12,1%, у 2024 р. – 12,0%. Це може бути пов'язано із зменшенням попиту на дану категорію товарів або із фокусом підприємства на просування більш прибуткових або стратегічно важливих груп продукції.

Інші товари, які входять до групи супутніх або допоміжних, мають незначну частку у загальному обсязі реалізації.

Структуру чистого доходу підприємства у контексті понесених витрат та отриманої вигоди (валовий дохід) наведено на рисунку 2.2. З даних рисунку 2.2 можна зробити висновок щодо зниження частки собівартості реалізованої продукції у структурі чистого доходу підприємства у період 2022-2023 років, що вказує на зростання валової прибутковості. Зокрема, у 2022 році частка собівартості реалізованої продукції становила 70,0%, у 2023 році 69,8%. Відповідно підвищується частка валового доходу у структурі товарообороту підприємства, яка становила у 2022 році 30%, у 2023 році 29,2%.

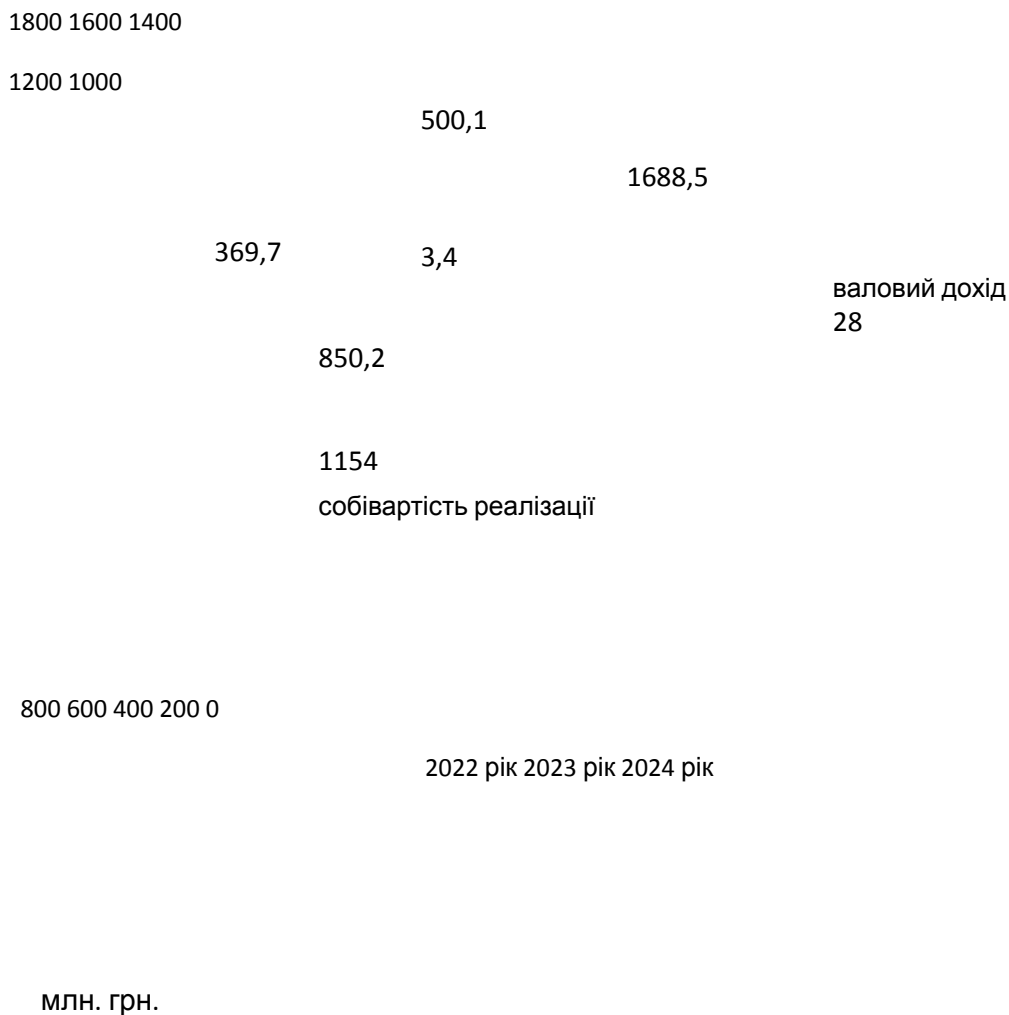


Рис. 2.2. Показники структури чистого доходу ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ»
за 2022-2024 роки

Джерело: додаток В

Можна зробити висновок, що у цей період завдяки оптимізації витрат виробництва та обігу можливості підприємства щодо отримання доходів зросли, що підтверджує ефективність запроваджених керівництвом підприємства заходів щодо стимулювання продаж, а також освоєння альтернативних (закордонних) ринків збуту.

У 2024 році ситуація змінилась – через різке зростання обсягів формування запасів, частка валового доходу у структурі обсягу продаж скоротилась, у підприємства зросли витрати обігу.

Завдяки отриманню інших операційних доходів у сумі 800 млн. грн. у

2024 році підприємству вдалось збільшити обсяг фінансового результату від основної діяльності, який в подальшому визначив і розмір його чистого прибутку (рис. 2.3).

У 2022 році підприємство забезпечило операційний прибуток у розмірі 335,7 млн. грн., що свідчить про ефективність основної господарської діяльності. В 2023 році даний показник збільшився до 430,7 млн. грн., що на

29

28,3% більше порівняно з попереднім роком. Така позитивна динаміка свідчить про підвищення рентабельності операційної діяльності та, ймовірно, результативну політику управління витратами та є наслідком зростання обсягів реалізації продукції.

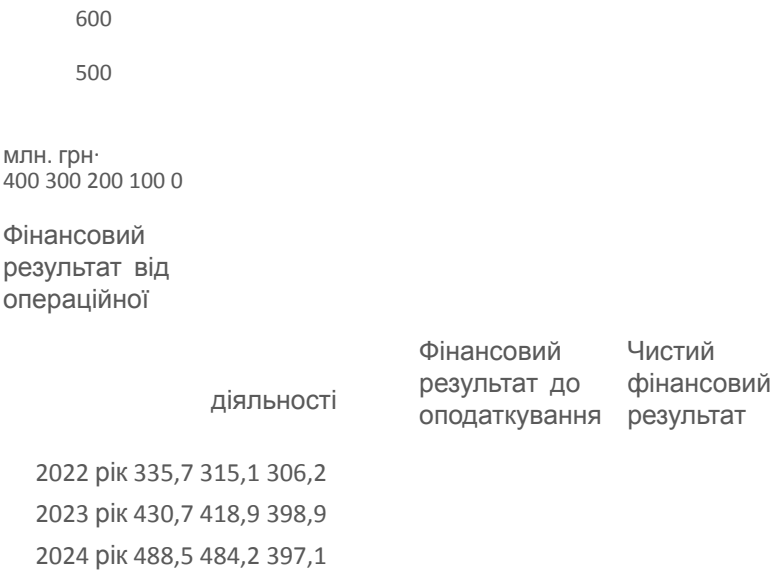


Рис. 2.3. Фінансові результати ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» за 2022-2024 роки

Джерело: додаток В

У 2024 році спостерігається подальше зростання операційного прибутку до 488,5 млн. грн., що на 13,4% більше результату 2023 року. Хоча темп зростання дещо уповільнився у порівнянні з попереднім періодом, збереження позитивної тенденції свідчить про стабільність фінансово-господарської діяльності підприємства. Загалом, за три роки підприємству вдалося збільшити операційний прибуток на 152,8 млн. грн., що є свідченням ефективного управління, конкурентоспроможності

продукції та стійкості до зовнішніх викликів.

Аналіз чистого фінансового результату діяльності ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» показав, що у 2022 році підприємство отримало 306,2 млн. грн. чистого фінансового результату, в 2023 році 398,3 млн. грн., в 2024 році 397,1 млн. грн. Отримані дані дозволяють зробити висновок про стійке збереження позитивного фінансового результату та загальну стабільність фінансового

30

стану протягом трьох років. Незважаючи на незначне зниження показника у 2024 році порівняно з 2023 роком, рівень чистого прибутку залишається високим, що підтверджує ефективність функціонування підприємства в умовах змін зовнішнього середовища. У цілому за період 2022-2024 років сума чистого прибутку підприємства збільшилась на 90,8 млн. грн., що еквівалентно 30% у відносному значенні, а це підтверджує раціональне використання фінансових ресурсів та ефективне управління внутрішніми процесами, що в свою чергу позитивно впливає на ділову репутацію підприємства.

У контексті виявленої тенденції до зростання витрат підприємства у 2024 році проаналізуємо більш детально їх основні види (рис. 2.4).

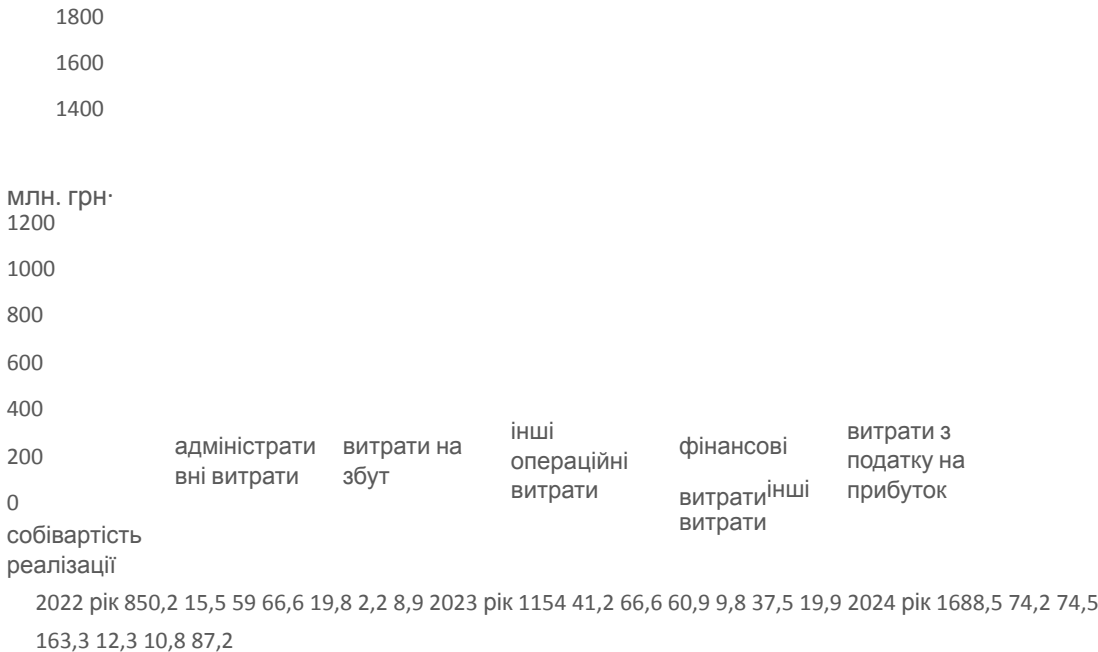


Рис. 2.4. Витрати ТОВ «УПГ–ІНВЕСТ» за 2022-2024 роки
Джерело: додаток В

Аналіз витрат дозволяє глибше зрозуміти, наскільки ефективно підприємство використовує наявні ресурси та чи забезпечує воно раціональне співвідношення між витратами і результатами своєї діяльності.

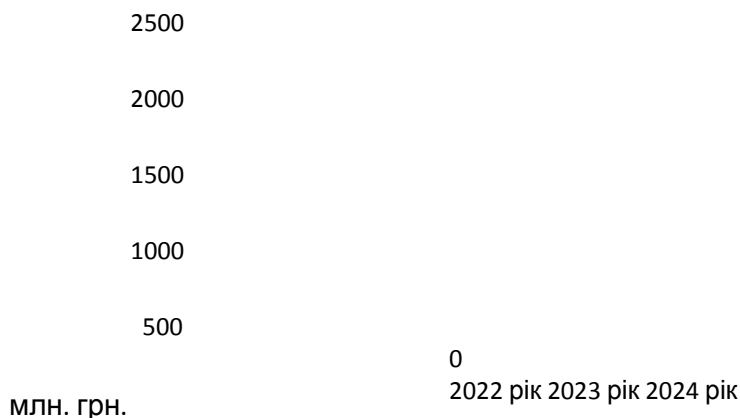
Можна зробити висновок, що найвищими темпами та за обсягом зросли собівартість реалізації та інші операційні витрати. Такий темп зростання

31

витрат відображає об'єктивну економічну реальність, у якій функціонує підприємство. Основними чинниками, що вплинули на збільшення витрат ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ», є:

– зростання обсягів закупівель сировини, зокрема м'яса та кормів, – подорожчання енергоносіїв, необхідних для функціонування виробничого обладнання, холодильних камер, транспорту та очисних споруд, – збільшення фонду оплати праці через підвищення заробітних плат, – витрати на логістику та зовнішньоекономічну діяльність, – зростання цін на допоміжні матеріали, пакування, ветеринарне забезпечення тощо.

Аналіз структури витрат ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» за економічними елементами дозволяє виявити, які саме складові мають найбільшу частку у формуванні загальної собівартості та наскільки ефективно підприємство управляє ресурсами в межах окремих напрямів витрат (рис. 2.5). Такий підхід дає змогу здійснювати цілеспрямоване планування витрат, виявляти резерви для економії та оцінювати вплив кожної категорії витрат на фінансові результати діяльності.



інші операційні витрати 4,7 60,9 163,3 амортизація 42,5 80,3 89,4 відрахування на соціальні заходи 9,6 11,3 12,5 оплата праці 43,5 69,2 107 матеріальні витрати 824,4 1110 1631,7

Рис. 2.5. Витрати ТОВ «УПГ – ІНВЕСТ» за економічними елементами

Джерело: додаток В

32

У структурі витрат ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» упродовж 2022–2024 років (рис. 2.5) традиційно переважають матеріальні витрати, тобто витрати на сировину, основні та допоміжні матеріали, паливо, енергію, упаковку, запасні частини, кормові суміші тощо. У 2022 році їх частка становила 89,2%, в 2023 зменшилась до 83,9%, в 2024 році до 81,4%.

Частка витрат на оплату праці технологічного персоналу зросла з 4,7% в 2022 році до 5,3% у 2024 році, що є свідченням посилення ролі людського капіталу в діяльності підприємства, а також результатом підвищення заробітної плати та посилення соціальної політики компанії. Виплати до державних соціальних фондів є відносно стабільними, демонструючи помірне зростання, що свідчить про відповідальне ставлення підприємства до виконання соціальних зобов'язань перед державою та працівниками.

У структурі операційних витрат зростають витрати на амортизацію та інші операційні витрати, куди включені витрати на послуги сторонніх організацій, логістику, маркетинг, обслуговування ІТ-систем, витрати на оренду.

Загалом структура витрат ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» характеризується збалансованістю й відносною стабільністю, що свідчить про продуману фінансову політику та ефективне управління витратними ресурсами.

Оцінювання ефективності діяльності підприємства ґрунтується на системі ключових відносних аналітичних показників, які дають змогу проаналізувати окремі аспекти господарської діяльності. До таких показників належать, зокрема:

– рентабельність - як відносна оцінка ефективності, що показує рівень прибутковості щодо витрат, активів або власного капіталу;

- оборотність активів - що свідчить про швидкість обігу вкладених коштів;
- фондівіддача - як показник ефективності використання основних фондів підприємства.

Розглянемо показники рентабельності (рис. 2.6).

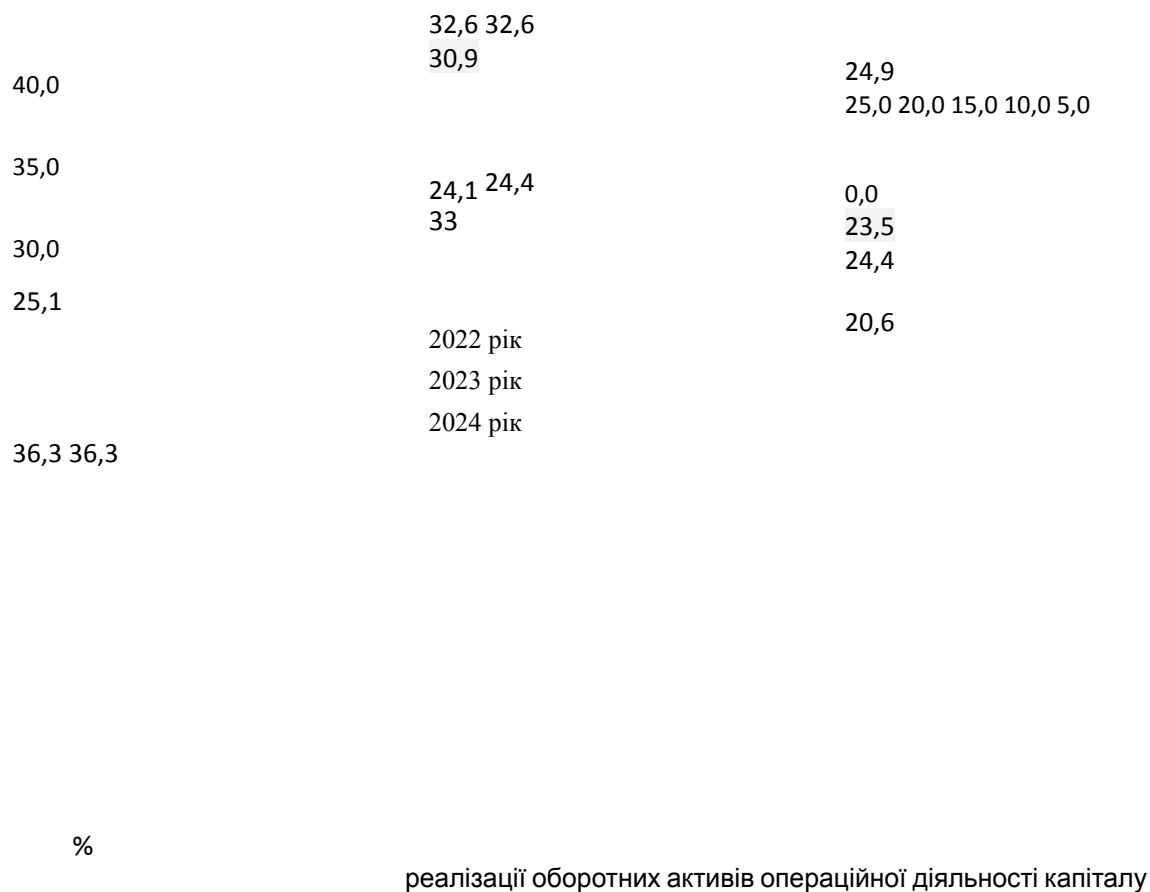


Рис. 2.6. Рентабельність ТОВ «УПГ – ІНВЕСТ» за 2022-2024 роки Джерело: розраховано за даними додатків Б, В

Аналіз основних показників рентабельності ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» дозволяє зробити висновок щодо загальної тенденції до її зниження, хоча рівень рентабельності діяльності підприємства залишається достатньо високим.

Зокрема, показник рентабельності продаж (Return on sales), розрахований за чистим прибутком показав, що у кожній гривні чистого доходу сума чистого прибутку становила в 2022 р. – 0,25 грн., у 2023 р. – 0,24

грн., у 2024 році 0,235 грн.

Це вказує на достатньо високий рівень ефективності операційної діяльності ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ», що підтверджує й розрахований показник рентабельності операційної діяльності, який співвідношенням операційного прибутку та операційних витрат. З даних рисунку 2.6 видно, що він знизився у динаміці за 2022-2024 роки і становив у 2022 році 36,3%, у 2023 році 32,6%, у 2024 році 24,4%, що знаходиться приблизно на одному рівні з рентабельністю продаж у 2024 році.

34

Рентабельність оборотних активів (Return on current assets) дозволяє зробити висновки щодо можливостей підприємства у забезпеченні обсягу чистого прибутку. Даний показник також знижується, проте є достатньо високим і демонструє, що кожна гривня, вкладена в оборотні активи підприємства забезпечувала рентабельність на рівні 36,3% у 2022 році, 32,6% у 2023 році, що співпадало з показником операційної рентабельності у цей період. У 2024 році рентабельність оборотних активів знизилась до 30,9%.

Аналіз показника рентабельності капіталу (активів) (Return on assets), який характеризує ефективність використання всіх активів підприємства, показав його зниження за аналізований період. Зокрема, кожна гривня, вкладена в активи ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ», приносила йому в 2022 році чистого прибутку 24,4 коп., в 2023 році 24,9 коп., в 2024 році 20,6 коп.

Розглянемо показники оборотності ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» (рис. 2.7), які визначають ступінь ділової активності, а отже, є складником оцінювання ділової репутації підприємства.

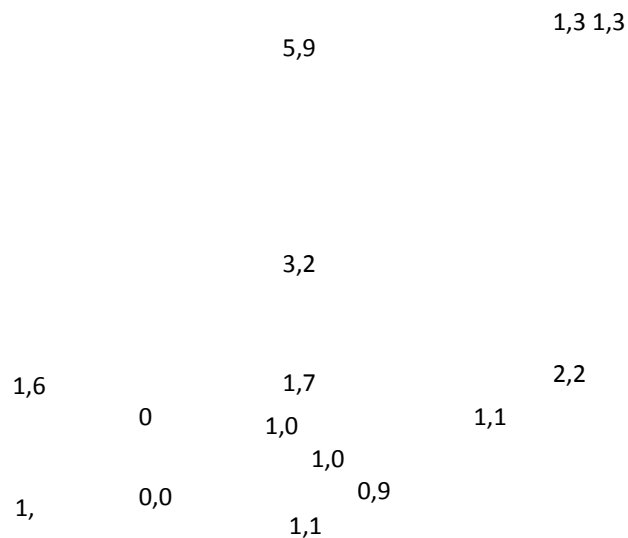
7,0

6,0 5,0 4,0 3,0 2,0

2022 рік

2023 рік

2024 рік



ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» за
2022-2024 роки

кількість оборотів

активів оборотних активів власного капіталу

позикового капіталу

Джерело: розраховано за даними
додатків Б, В

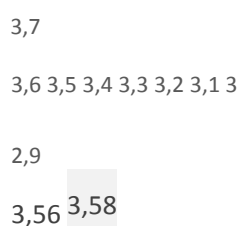
Рис. 2.7. Показники оборотності

35

Можна зробити висновок, що оборотність капіталу підприємства є відносно стабільною у 2022-2023 роках, у 2024 році дещо знизилась показники оборотності активів та оборотної їх складової, що вплинуло на тривалість періоду їх обороту, яка становила в 2022 році відповідно 370 днів та 227 днів, в 2023 році 348 днів та 216 днів, в 2024 році 411 днів та 273 дні.

Оборотність власного капіталу була стабільною, позикового коливалась, із зниженням у 2024 році, на що вплинуло зростання суми залучених коштів для фінансування діяльності підприємства. У контексті підтримки своєї ділової репутації досліджуваному підприємству варто звернути увагу на дотримання платіжної дисципліни щодо виконання своїх зобов'язань перед кредиторами.

Розглянемо показник фондівдачі ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» (рис. 2.8).



3,15

2022 рік 2023 рік 2024 рік

Рис. 2.8. Фондовіддача ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» за 2022-2024 роки
Джерело: розраховано за даними додатків Б, В

Можна зробити висновок, що фондовіддача зростає, що є позитивним щодо фінансового складника ділової репутації підприємства, зокрема, кожна гривня основних засобів приносила в 2022 р. 3,15 грн. чистого доходу, в 2023 р. 3,56 грн., у 2024 р. 3,58 грн.

36

Отже, оцінка фінансового складника формування ділової репутації ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» показав позитивні тенденції стійкості фінансового стану, що визначається виваженим підходом до формування, розподілу та ефективності використання капіталу навіть за умов економічної нестабільності. Високі показники результативності фінансово-господарської діяльності є не лише свідченням високого рівня фінансового менеджменту підприємства, а й підтвердженням стійкої ділової репутації компанії, що формувалася на основі відповідального управління, надійного партнерства та орієнтації на довгострокове економічне зростання.

2.2. Ділова репутація у складі нематеріальних активів підприємства та у відносинах з його стейкхолдерами

В умовах нестабільного зовнішнього середовища ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» демонструє високий рівень адаптивності у фінансово-господарській діяльності. У цьому контексті ділова репутація виступає не лише результатом ефективної операційної діяльності, а й стратегічним активом, що створює додану вартість для підприємства.

Варто зауважити, що у системі управлінського та бухгалтерського обліку репутація зазвичай на відображається окремо, її включають до складу нематеріальних активів підприємства.

Розглянемо динаміку нематеріальних активів підприємства (за їх вартістю станом на кінець періоду) (рис. 2.9).

З даних, що представлено на рисунку 2.9 можемо зробити висновок щодо зменшення залишкової вартості нематеріальних активів упродовж трьох останніх років. Зокрема, їх залишкова вартість у 2022 р. становила 2,75 млн. грн., в 2023 р. – 1,98 млн. грн. (на 27,9% менше), у 2024 р. – 1,64 млн. грн. (на 17,1% менше).

100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10% 0%

37

1,497

2,499
3,441

1,983
1,644

2022 рік 2023 рік 2024 рік залишкова вартість
нематеріальних активів накопичена амортизація

2,751

Рис. 2.9. Нематеріальні активи

Натомість сума накопиченої амортизації нематеріальних активів зросла. Аналіз структури нематеріальних активів згідно даних, представлених в звітності підприємства, показав, що її вартість не виділена окремо, хоча б теоретично повинна була б відображена у розділі 1 Приміток до річної фінансової звітності ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» у рядку 090 «гудвіл». У звітності виділено дві групи нематеріальних активів – права на комерційні позначення (де відображено вартість торговельних марок (знаків для товарів та послуг), вартість комерційних (фірмових) найменувань) та інші нематеріальні активи (які включають вартість прав на здійснення діяльності – ліцензій, на використання певних технологій, програмного забезпечення, баз даних, ноу хау тощо) (табл. 2.2).

Можна зробити висновок, що вартість прав на комерційні позначення ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» за 2022-2024 роки не змінилась і складала 136 тис. грн., на них у ці роки нараховано амортизацію, сума якої зросла у динаміці. До складу даної групи нематеріальних активів включено вартість прав на торгові марки та бренди:

38

- ТМ «Сяйвір» - основний бренд компанії, що асоціюється з високоякісним м'ясом індика.
- ТМ «Натурвіль» - лінія напівфабрикатів, що доповнює асортимент продукції.
- ТМ «AGRO GOLD MIX» - бренд комбікормів, вироблених дочірнім підприємством ТОВ «АБО-МІКС».

Таблиця 2.2

Нематеріальні активи ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» за 2022-2024 роки

млн.

грн.

№ зп	Назва показника	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Відхилення за абсолютним значенням		Темп приросту за відносним значенням	
					2023 року від 2022 року	2024 року від 2023 року	2023 року від 2022 року	2024 року від 2023 року
1	Права на комерційні позначення	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0
2	Інші нематеріальні активи	4,1	4,3	5,0	0,2	0,7	4,9	16,3
3	Разом	4,2	4,4	5,1	0,2	0,7	4,8	15,9

Джерело: розраховано на основі даних розділу 1 «Приміток до річної фінансової звітності ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» за 2022-2024 роки

Вартість інших нематеріальних активів зростала у динаміці: в 2023 році на 4,8% (0,2 млн. грн.), в 2024 році на 16,3% (0,7 млн. грн.). До групи інших нематеріальних активів підприємства віднесено – права інтелектуальної власності, системи управління та сертифікації, ліцензії, програмне забезпечення та автоматизовані системи.

Визначимо показники ефективності використання нематеріальних активів підприємства, щоб зрозуміти, яку цінність та внесок вони формують у вартісному еквіваленті. До таких показників доцільно віднести фондовіддачу нематеріальних активів та їх рентабельність. Результати аналізу зведемо у таблицю 2.3.

39

Таблиця 2.3

Ефективність використання нематеріальних активів

ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» за 2022-2024 роки

№ зп	Назва показника	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Відхилення за	Темп приросту за
------	-----------------	----------	----------	----------	---------------	------------------

					абсолютним значенням		відносним значенням	
					2023 року від 2022 року	2024 року від 2023 року	2023 року від 2022 року	2024 року від 2023 року
1.	Фондовіддача	515,4	912,1	2058,4	396,7	1146,3	77,0	125,7
2.	Рентабельність		21996,1	48309,0	9059,9	26312,9	70,0	119,6

Джерело: розраховано на основі даних Додатків Б та В

Показник фондовіддачі нематеріальних активів ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» зростає за період, що розглядається: в 2023 році на 77%, у 2024 році на 125,7%. Фондовіддача на одну гривню, що формує нематеріальні активи підприємства становила 515,4 грн. в 2022 році, 912,1 грн. в 2023 році, 2058,4 грн. в 2024 році. Можна припустити, що зростання фондовіддачі нематеріальних активів, у складі інших складників, певний вплив робить також ділова репутація підприємства.

Показник рентабельності нематеріальних активів за абсолютним значенням є дуже високим і зростає в динаміці, що є позитивним фактором, що характеризує ділову репутацію підприємства. Зокрема, за 2022-2023 роки приріст рентабельності нематеріальних активів становив 70%, за 2023-2024 роки – 119,6%.

Недоліком управління нематеріальними активами підприємства є відсутність визначеної вартості ділової репутації підприємства у звітності підприємства, враховуючи, що вона формувалася упродовж майже 20 років на основі надійного партнерства, прозорості у веденні бізнесу та незмінної орієнтації на якість.

Для ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ», як підприємства, позиціонує себе таким, що прагне до сталого розвитку, репутація - це стратегічний ресурс у взаємодії з

усіма зацікавленими сторонами (стейкхолдерами), серед яких ключову роль займають працівники компанії, споживачі, постачальники та інвестори, державні та регіональні органи влади тощо.

Ділова репутація є не лише зовнішнім активом, орієнтованим на споживачів та партнерів, а й внутрішнім стратегічним ресурсом, який безпосередньо впливає на якість, мотивацію та стабільність персоналу. Вона формує довіру, гордість за компанію та стимулює розвиток корпоративної ідентичності. Тому підтримання доброї репутації має стати одним із пріоритетів HR-стратегії будь-якого сучасного підприємства.

Розглянемо соціальну складову ділової репутації підприємства у внутрішньому середовищі шляхом надання аналітичної оцінки взаємовідносинам з його персоналом.

Дані щодо персоналу підприємства за показником середньоспискової чисельності розглянуто у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Персонал ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» за 2022-2024 роки

№ зп	Назва показника, осіб	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Відхилення за абсолютним значенням		Темп приросту за відносним значенням	
					2023 року від 2022 року	2024 року від 2023 року	2023 року від 2022 року	2024 року від 2023 року
1.	Середньооблікова чисельність, у тому числі:	458	488	456	30	-32	6,6	-6,6
2.	керівників	51	44	50	-7	6	-13,7	13,6
3	спеціалістів (професіоналів, фахівців)	18	27	19	9	-8	50,0	-29,6
4	службовців	4	4	4	0	0	0,0	0,0
5.	робітників, з них	385	413	383	28	-30	7,3	-7,3

5.1	основних робітників	204	223	264	19	41	9,3	18,4
5.2	допоміжних робітників	181	190	119	9	-71	5,0	-37,4

Джерело: дані управлінського обліку та штатного розпису
ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» за 2022-2024 роки

41

За результатами аналізу динаміки персоналу підприємства можна зробити висновок щодо коливання його чисельності за три аналізовані роки. За 2022-2023 роки відбулось зростання чисельності персоналу на 6,6% (30 працівників), а за 2023-2024 роки зменшення на такий самий відсоток або на 32 працівники.

Зміни відбулись у групі керівників – скорочення їх чисельності на 13,7% (7 осіб) у 2023 р., та її зростання на 13,6% (6 осіб) у 2024 р. (рис. 2.10), а також у групі робітників – зростання чисельності на 28 осіб у 2023 р., та її скорочення на 30 осіб у 2024 р., що вказує на рух 7,3% персоналу підприємства цієї групи за 2022-2024 роки. Чисельність службовців не змінилась за аналізований період.

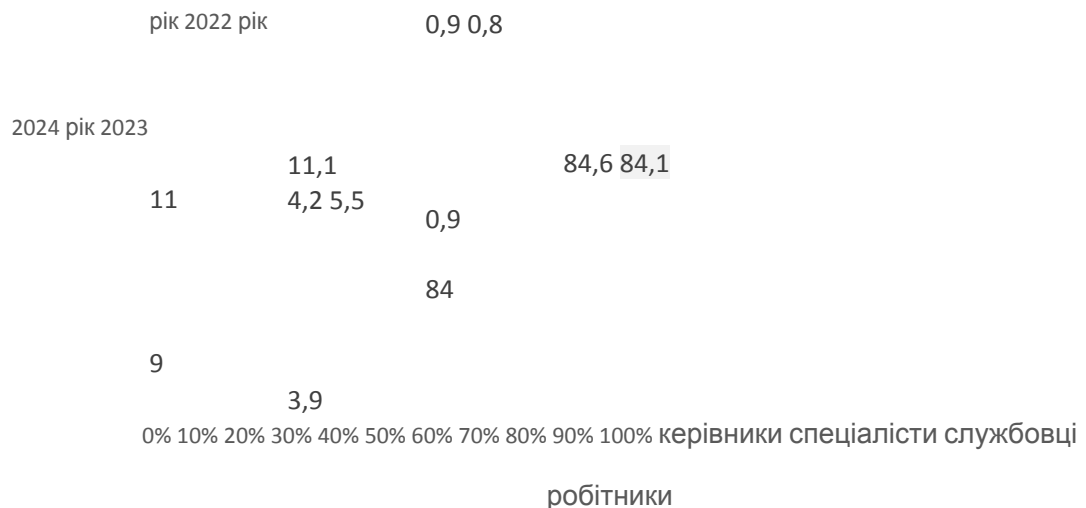


Рис. 2.10. Персонал ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» за 2022-2024 роки,
% Джерело: побудовано за даними таблиці 2.4

Аналіз структури персоналу підприємства у розрізі основних категорій посад

показав, що найбільша частка припадала на робітників – 84,1% в 2022 р., 84,6% в 2023 р., 84% в 2024 р. Частка керівників та спеціалістів коливалась відповідно до процесів плинності кадрів на підприємстві. У 2024 році на

42

керівників припадало 11% персоналу ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ», спеціалістів – 4,2%.

Підприємство демонструє відповідальний підхід щодо інклюзивності у роботі з персоналом. У 2023 році на ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» працювало 26 осіб (5,3% персоналу) з інвалідністю, у 2024 році – 29 осіб (6,4%), для яких місце роботи на підприємстві є основним.

Відповідно до положень Закону України «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні» [32], ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» забезпечує дотримання встановлених державою гарантій для працівників із інвалідністю. Зокрема, таким працівникам надається можливість працювати за гнучким графіком - у режимі неповного робочого дня або тижня, а також виконувати полегшені види робіт (за власним бажанням, із збереженням середньої заробітної плати протягом двох тижнів при переведенні). До понаднормової роботи такі працівники не залучаються. Крім того, особи з інвалідністю мають право на щорічну відпустку збільшеної тривалості, а також на додаткову тривалу відпустку без збереження заробітної плати один раз на рік. Серед працівників ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» є також особи з інвалідністю - учасники ліквідації наслідків аварії на ЧАЕС II категорії, які користуються правом на щорічну додаткову оплачувану відпустку тривалістю 14 робочих днів.

Аналіз розподілу персоналу ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» за статтю показав збільшення частки жінок у структурі колективу підприємства з 40,8% в 2022 р., до 42,8% в 2023 р. та 43,2% в 2024 р., на що вплинули, з одного боку, об'єктивні чинники – мобілізація чоловіків через війну, так і суб'єктивні – полегшення умов праці завдяки процесам автоматизації окремих операцій та програмам перекваліфікації на робочому місці. Це дозволяє залучати жінок до

роботи до виконання робіт на робочих місцях, які до того були непридатні для жіночої праці через фізичні навантаження.

Важливим елементом внутрішньої соціальної складової ділової репутації підприємства є прийнятий у 2020 році Порядок управління

43

компетентністю та обізнаністю персоналу, в якому визначено основні цінності підприємства у роботі з власним персоналом, якими є його професійна та особистісна компетенція, здібності та мотивація.

Дані щодо витрат на утримання адміністративно-управлінського персоналу є складником адміністративних витрат підприємства, їх обсяг відображено на рисунку 2.11.

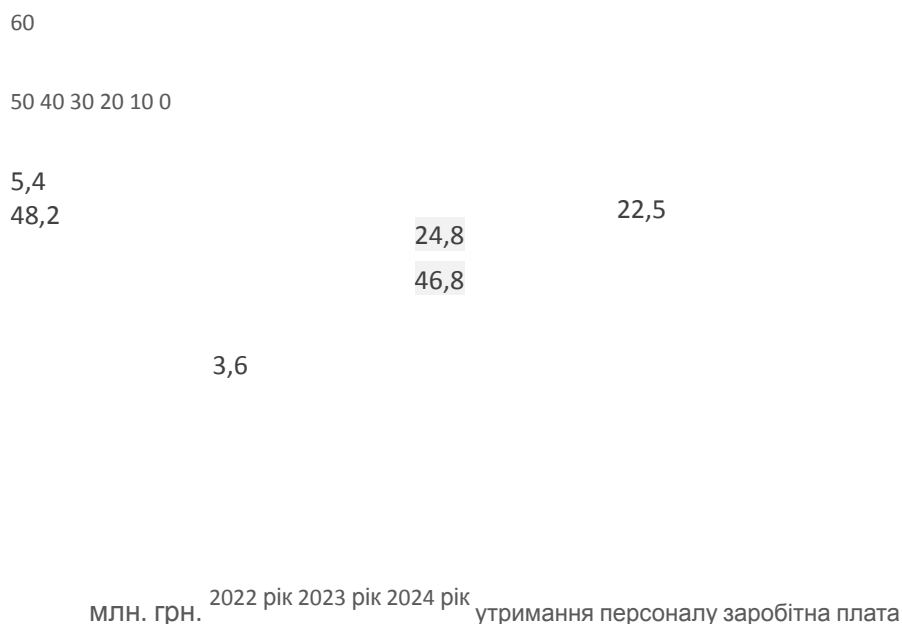


Рис. 2.11. Витрати на оплату праці та утримання адміністративно-управлінського персоналу ТОВ «УПІ-ІНВЕСТ»

Джерело: додаток В, дані внутрішньої звітності підприємства

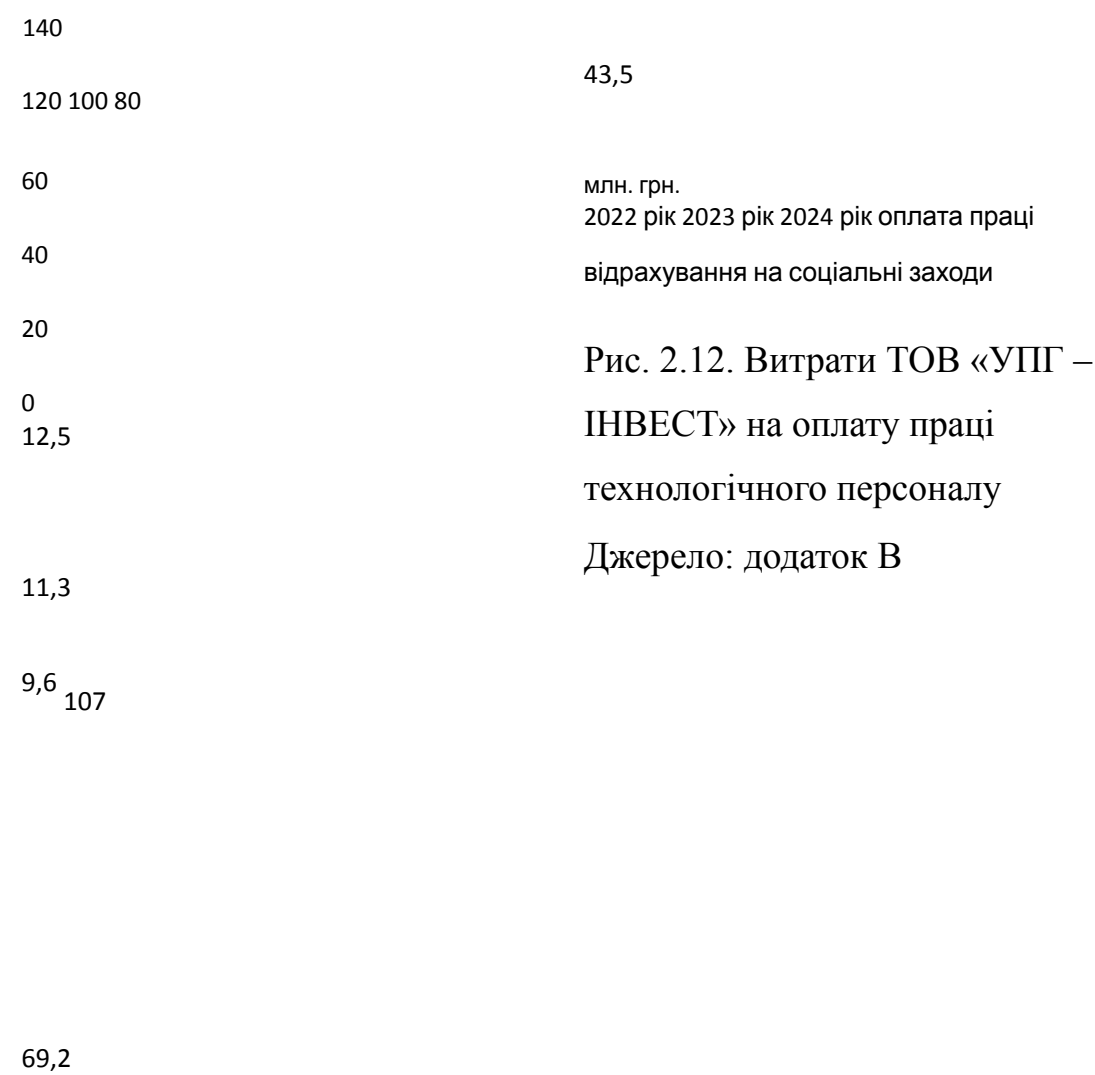
З рисунку 2.11 можна зробити висновок щодо зростання витрат на утримання адміністративно-управлінського персоналу, зокрема, вони зросли за 2022-2023 роки в 3,5 рази, за 2023-2024 роки ще на 94,6%, що було пов'язано зі зростанням заробітної плати, чисельності персоналу, а також

витрат щодо нарахування на заробітну плату, на навчання персоналу, на відрядження та компенсацію проїзду та паркування, на перекваліфікацію. Частка витрат на утримання персоналу даної категорії у структурі адміністративних витрат підприємства становила в 2022 р. 34,5%, в 2023 р. 60,1%, в 2024 р. 65%. Частка витрат на зарплату у витратах на утримання адміністративно-управлінського

44

персоналу за 2022-2024 рр. зросла і становила в 2022 р. 66,8%, у 2023 р. 90,7%, у 2024 р. 97,1%.

Дані щодо витрат на утримання технологічного персоналу підприємства відображено у структурі його операційних витрат (рис. 2.12).



Упродовж 2022–2024 років спостерігається зростання витрат на оплату

праці технологічного персоналу: за 2022-2023 роки на 59,1%, у 2023-2024 роки на 54%, що свідчить про зростання значущості людського капіталу в операційній діяльності ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ». Це також є наслідком підвищення рівня заробітної плати та посилення соціально орієнтованої політики компанії. Водночас внески до державних соціальних фондів залишаються відносно стабільними, демонструючи поступове зростання, що свідчить про відповідальне виконання підприємством своїх соціальних зобов'язань як перед державою, так і перед працівниками.

Висока ділова репутація підприємства підтверджується і в питаннях вчасної виплати заробітної плати. Станом на кінець року поточна

45

заборгованість перед персоналом по виплаті заробітної плати становила в 2022 р. 1,347 млн. грн., в 2023 р. 3,768 млн. грн., в 2024 р. 5,940 млн. грн., що у розрахунку на одного працівника підприємства становило 2760 грн., 7721 грн., 13026 грн. З отриманих даних можна зробити висновок, що підприємство не порушує терміни виплати заробітної плати, виплачуючи її в повному обсязі згідно з вимогами законодавства.

Про високий рівень ділової репутації підприємства у відносинах зі своїм персоналом свідчить прийняття «Правил корпоративної етики», де основною цінністю підприємства визнано саме працівників. ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» всебічно сприяє розвитку потенціалу персоналу, дотримуючись наступних цінностей (рис. 2.13).

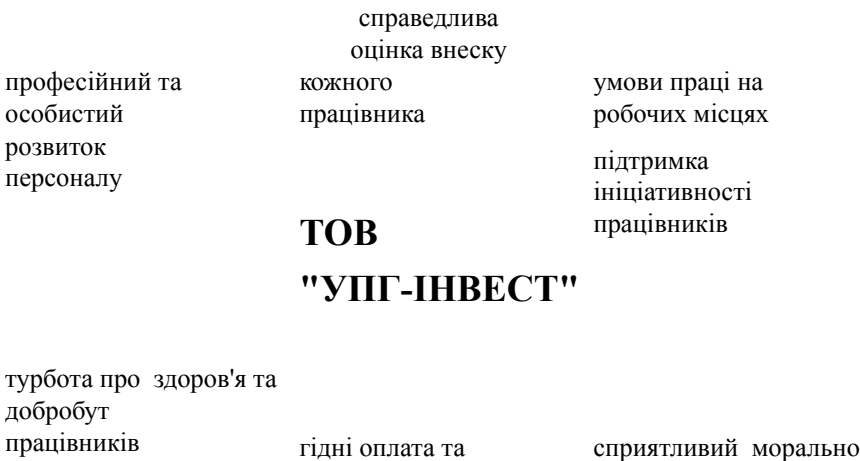


Рис. 2.13. Цінності ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» у роботі з персоналом
Джерело: Правила корпоративної етики ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ»,
матеріали внутрішньої звітності підприємства

Основними засадами формування корпоративної культури ТОВ «УПГ
ІНВЕСТ» для працівників є націленість на досягнення конкретних
результатів, ініціативність, професіоналізм, усвідомлена відповідальність за
власні дії, готовність до взаємної підтримки в колективі та створення
позитивного

46

морально-психологічного клімату шляхом своєчасного виявлення й
вирішення наявних проблем.

У взаєминах між керівництвом і працівниками ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ»
проголошуються принципи відкритості, заохочення ініціативності,
забезпечення рівних умов для виконання службових обов'язків, а також
об'єктивності та справедливості в оцінюванні трудового внеску кожного
співробітника.

Ділова репутація підприємства виступає важливим каналом довіри між
підприємством та державою, оскільки сприяє конструктивному діалогу,
стабільному партнерству та підвищенню ефективності державного
управління через взаємодію з відповідальним бізнесом. Для органів влади
ділова репутація підприємства є важливим індикатором його надійності,
прозорості, соціальної відповідальності та дотримання законодавства.

ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» діє в полі вітчизняного законодавства [11], [28],
[29], [30], [31], [32], [33], [34], [45] та інших дотримуючись одночасно
міжнародних норм та стандартів [16], [49], [50] у веденні своєї діяльності.
ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» є сумлінним виконавцем податкових зобов'язань,

витрати з яких щороку зростають. Зокрема, виконання зобов’язань з податку на прибуток забезпечило зростання витрат на їх оплату за 2022-2023 роки на 31,7%, за 2023-2024 роки на 18,3%. Також підприємство є платником податків, що спрямовуються на розвиток місцевих громад – екологічний податок, єдиний податок платника податків 4-ї групи, земельний податок, податок на доходи нерезидентів, на нерухомість, транспортний податок.

Позитивно ділову репутацію підприємства характеризує його діяльність у сфері екологічної відповідальності. Зокрема, починаючи з 2022 року підприємство започаткувало проєкт переробки відходів власними силами, що дало йому можливість не тільки відмовитись вже у 2024 році від послуг сторонніх організацій щодо переробки відходів, а й отримати додаткові обсяги доходів від реалізації побічної продукції, що утворилась внаслідок переробки відходів. Для покращення екологічної ситуації та утилізації відходів від своєї

47

діяльності ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» щороку замовляє спеціалізовані екологічні послуги (рис. 2.14).

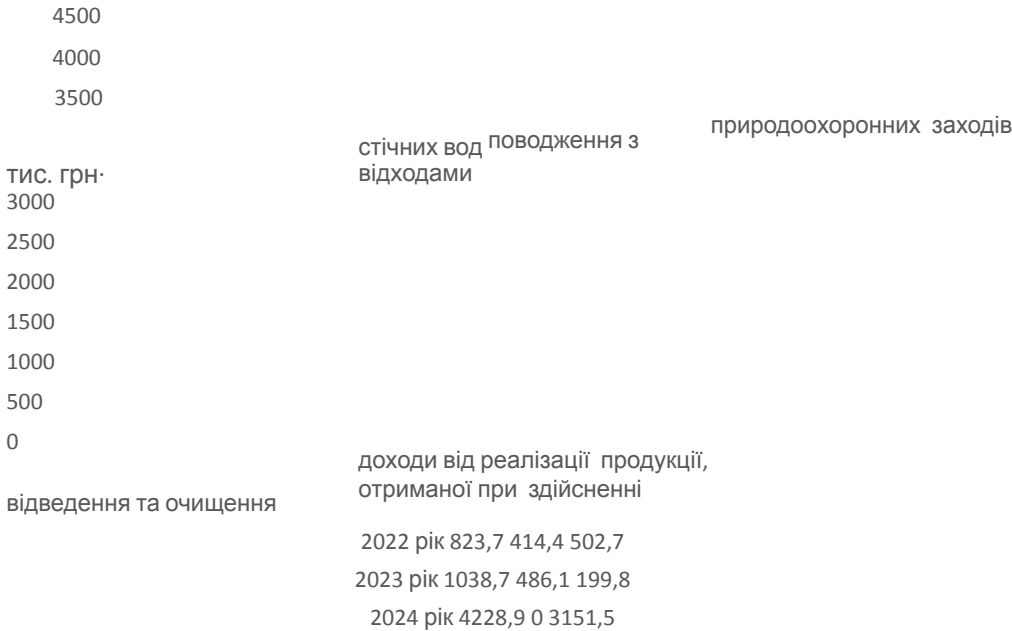


Рис. 2.14. Заходи з екологічної відповідальності ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» за 2022-2024 роки
Джерело: додаток Г

Ключову роль у формуванні ділової репутації підприємства відіграє його споживач, який є не просто кінцевим користувачем продукції чи послуг, а активним учасником процесу формування ділової репутації підприємства. Його оцінки та поведінка є визначальними для позиціонування компанії на ринку, її конкурентоспроможності та довгострокового успіху.

У відносинах зі споживачем ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» демонструє системний підхід до побудови ефективної структури збуту, яка охоплює як оптову, так і роздрібну реалізацію продукції. Компанія активно співпрацює з великими торговельними мережами, професійними дистриб'юторами, гуртовими постачальниками, а також з підприємствами громадського харчування, серед яких ресторани, кафе, їдальні та кейтерингові служби, а також має мережу власних фірмових магазинів. Така диверсифікована модель збуту дозволяє охоплювати широкий спектр кінцевих споживачів і забезпечує сталі обсяги

48

реалізації.

У відносинах зі споживачами ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» суворо дотримується договірних зобов'язань, які є основою комерційних відносин між підприємством і покупцями, що формує позитивну репутацію на ринку, підвищує довіру контрагентів і сприяє налагодженню довгострокового співробітництва. Для забезпечення процесу реалізації продукції у складі організаційної структури підприємства функціонують відділ збуту та служба логістики. Онлайн-торгівля здійснюється через корпоративний сайт підприємства - <https://syaivir.com/> - та соціальні мережі.

Підприємство володіє власним автотранспортним парком, який включає сучасні ізотермічні автомобілі та рефрижератори, оснащені холодильними установками, що дозволяють підтримувати стабільний температурний режим у відповідності до вимог щодо перевезення м'ясної продукції. Такий підхід гарантує збереження органолептичних властивостей індичого м'яса та м'ясних виробів, мінімізує ризики псування продукції під час

транспортування і дозволяє відповідати найвищим вимогам до якості обслуговування партнерів.

Крім транспортного забезпечення, ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» також має розвинену складську інфраструктуру. Для тимчасового зберігання продукції до моменту її реалізації або відвантаження клієнтам використовуються спеціалізовані приміщення з холодильним обладнанням, які забезпечують необхідні умови зберігання: контроль вологості, температури, вентиляції та санітарного стану. Такі умови дозволяють зберігати якість і безпечність м'яса відповідно до чинних норм та стандартів НАССР та інших регламентів харчової галузі.

У ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» процес організації продажу товарів побудований з урахуванням сучасних вимог ринку та очікувань клієнтів, орієнтований на високий рівень зручності, швидкість обслуговування й персоніфікований підхід.

Крім торгівлі через роздрібну мережу, діє система попереднього

49

замовлення продукції. Замовлення від клієнтів надходять через різні комунікаційні канали - електронну пошту, телефонні лінії служби продажів, а також за допомогою внутрішньої CRM-системи.

Задля підвищення рівня лояльності клієнтів підприємство пропонує послуги з доставки товарів до торговельних точок, консультативну підтримку, бонусні програми, сприятливі умови співпраці з корпоративними клієнтами, включаючи форми оплати, розтермінування платежів, надання інформації щодо оновлення продукції тощо. Отже, підприємство формує повноцінну систему обслуговування клієнтів, яка охоплює всі етапи комерційної взаємодії - від моменту отримання замовлення до етапу післяпродажного супроводу. Це не лише підвищує рівень задоволеності клієнтів, але й зміцнює позиції компанії на ринку як відповідального та клієнтоорієнтованого виробника.

Пріоритетом у формуванні відносин зі споживачем є якість продукції та послуг, що гарантуються ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» на різних етапах від її виробництва до просування до кінцевого споживача. Цьому сприяє

організація бізнес процесів за моделлю сталого виробництва та логістики «з лану до столу» (from farm to fork), що передбачає повний контроль підприємства над усім ланцюгом створення цінності – від вирощування кормів до доставки готової продукції кінцевому споживачеві. Такий підхід забезпечує високу якість, прозорість і довіру до бренду (рис. 2.15).

ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» пропонує споживачам відбірне м'ясо індика преміальної якості, яке відповідає всім стандартам якості, вирощується та переробляється в Україні. Асортимент охоплює дієтичні м'ясні продукти – зокрема, тушки, філе, бедра, гомілки, окороки, крила, шиї, спинки, гузки, субпродукти (печінка, серця, шлунки), фарш, індичий жир, шкіру, шашлик, а також лапи та голосу. ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» реалізує напівфабрикати та ковбасну продукцію під брендом «Сяйвір». Також підприємство присутнє на ринку напівфабрикатів під торговельною маркою «Натурвіль».

Птиця, яку вирощують в екологічно чистих регіонах, вигодовують натуральними збалансованими комбікормами, що виготовляє власний завод

50

ТОВ «АБО-МІКС», ба більше, вони відповідають міжнародним стандартам якості і можуть експортуватись до країн Європейського Союзу.

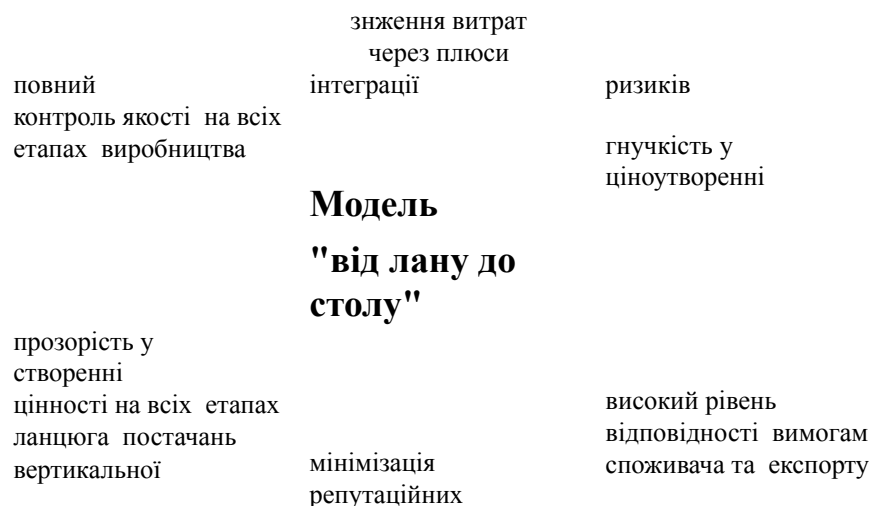


Рис. 2.15. Переваги використання інтегрованої моделі

«від лану до столу» для ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ»

Джерело: сформовано на основі [42] та власних узагальнень

Продукція підприємства виготовляється з урахуванням вимог НАССР, управління виробничими та іншими процесами здійснюється згідно з вимогами стандарту ISO 9001. Розроблено власну систему відстеження якості продукції - traceability system – що відповідає вимогам сталого розвитку. Індичка розділяється на частини відповідно до попиту клієнтів. Охолоджена продукція пакується герметично та відразу відправляється до торговельних мереж. Для подовження терміну зберігання використовується шокове заморожування при -18°C , що дозволяє зберегти поживні речовини, вітаміни й мікроелементи. Продукцію фасують з урахуванням вимог замовників.

Продукцію ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» представлено на маркетплейсах, де надається повна її характеристика, що спрощує її доступність для споживача. Наведемо приклад характеристики товару ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» на маркетплейсі Listex (табл. 2.5).

51

Таблиця 2.5

Паспорт товару ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» (приклад)

Параметр	Характеристика
1	2
Назва	Ковбаса Фірмова з індика Сяйвір п/к кг
Альтернативне найменування	Колбаса Сяйвір Фірмова з індика напівкопчена кг
Пакування	коробка
Вагагабаритні характеристики – коробка 1 шт	Висота, см – 11,6, глибина, см – 40,2, ширина, см – 30,0, вага брутто, кг – 5,598

Логістичні параметри	Середня вага (транспортної упаковки), кг – 5, тип укладання товару у транспортній упаковці – горизонтальна, вага нетто, порожній box, кг – 0,3, вид транспортної тари – ящик з гофрованого картону, матеріал транспортної тари - картон
Поживні характеристики	Жири, г/100г - ≤ 50 , білки, г/100г ≥ 13 , вуглеводи, г/100г – 5, калорійність, ккал/100г – 222, к Дж/100 г $\leq 4,5$, цукор, г/100г – 0,1
Основні:	
- метод обробки	напівкомчений
- ГМО	ні
- глютен	може містити сліди
- органічний продукт	ні
- підходить вегетаріанцям	ні
- підходить веганам	ні
Сертифікати та знаки відповідності	Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP)
Склад товару	М'ясо індиче 60%, свинина напівжирна 25%, шкірка індича 6%, м'ясо механічної обвалки 5%, вода питна, сіль нітритна, крахмаль картопляний, спеції та екстракти спецій, стабілізатори: E450, E331, E40 антиокислювач E316, регулятор кислотності E262, підсилювач смаку E621, дріжджі, тваринний білок (свинячий), цукри (глюкоза)
Умови зберігання:	
- термін придатності, днів	25
- мінімальна температура, °C	0
- відносна вологість, %	70-80
- максимальна температура	+6

, °C	
------	--

Продовження таблиці 2.5

1	2
- температур а зберігання, °C	0...+6
Нормативи:	
Код УКТ ЗЕД	16010099 (інші:)
ПДВ, %	20
Код ДКПП	10.13.14-30.00

Джерело: <https://listex.info/uk/product/kovbasa-napivkopchena-firmova-z-indika-tm-syayvir-1-y-gatunok-shtuchna-obolonka-ua-9989151311788>

Високі стандарти якості організації бізнес-процесів, з одного боку, та виклики, що змінили географічний вектор присутності компанії на ринку, дозволили забезпечити розширення експортної діяльності не тільки в країнах ЄС, але й вийти на ринки арабських країн та Азії. Підсилює позиції українського товаровиробника наявність сертифікатів якості (EUR.1; Халяль «Альраїд»), що дозволяє бути йому успішним експортером.

ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» має репутацію надійного партнера у місцевих громадах, де розташовані його підприємства (Мамаївська та Кіцманська ТГ Чернівецької області, Городенківська ТГ Івано-Франківської області, Гостомельська ТГ Київської області). Підприємство підтримує конструктивну взаємодію з органами місцевого самоврядування, бере участь у соціальних ініціативах, сприяє наповненню місцевих бюджетів, розвитку інфраструктури та створенню робочих місць, надає підтримку ЗСУ, що підсилює довіру населення та формує позитивний імідж компанії на регіональному рівні.

Зокрема, згідно зі звітними даними підприємства за 2024 рік, компанія забезпечила робочими місцями 54 жителів Гостомельської ТГ, 281 жителя Мамаївської ТГ, 52 мешканця Кіцманської ТГ, 69 мешканців Городенківської ТГ.

Отже, ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» є прикладом успішного застосування інтегрованої моделі сталого розвитку, яка дозволяє компанії не лише забезпечувати високу якість продукції, але й посилювати свою ділову репутацію, конкурентоспроможність і експансію на світові ринки.

53

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ

ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» ЯК ЦІННОГО АКТИВУ

ЙОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

3.1. Роль сталого розвитку в управлінні діловою репутацією підприємства

Ділова репутація підприємства не виникає сама по собі, її формує середовище функціонування підприємства, і саме тому її розглядають як сукупність стійких уявлень, оцінок і ставлення до підприємства з боку його партнерів, клієнтів, конкурентів, громадськості, працівників та інших зацікавлених сторін – тобто стейкхолдерів середовища. Як елемент сталого розвитку ділова репутація формується на основі поведінки підприємства, його результатів діяльності, етики ведення бізнесу, якісного обслуговування, відкритості та довіри.

Вплив сталого розвитку на ділову репутацію підприємства є комплексним і довготривалим. У сучасних умовах, коли очікування стейкхолдерів (споживачів, інвесторів, партнерів, громади, держави) зростають, орієнтація бізнесу на цілі сталого розвитку (ЦСР) [51] формує

позитивну ділову репутацію та забезпечує стійкі конкурентні переваги.

В сучасних умовах сталий розвиток відіграє ключову роль у формуванні позитивної ділової репутації підприємства, забезпечуючи низку переваг, які отримує бізнес, впровадивши принципи сталого розвитку у стратегію свого розвитку (рис. 3.1).

Зокрема, у сфері екологічної відповідальності підприємство позиціонується як етичний бізнес, що піклується про довкілля, що підвищує довіру споживачів, які стають більш вимогливими до екологічних характеристик товарів та послуг.

54

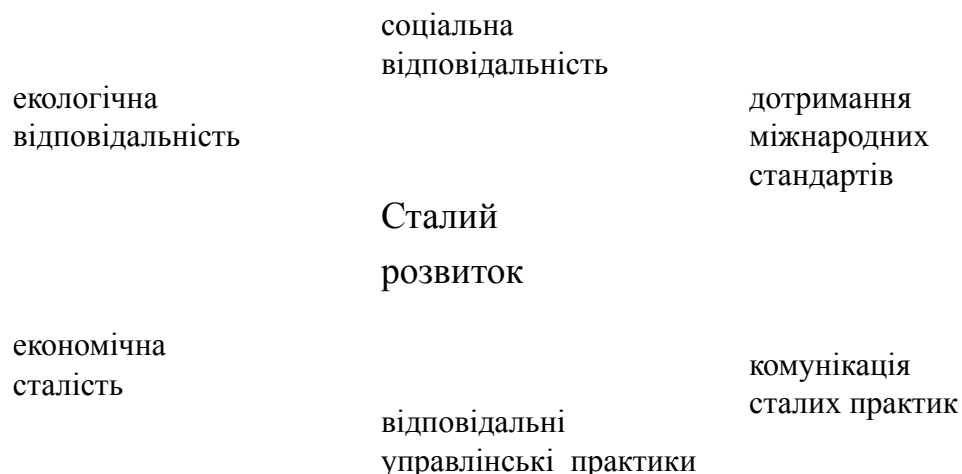


Рис. 3.1. Ключові аспекти впливу сталого розвитку на ділову репутацію підприємства

Джерело: сформовано автором

Забезпечення гідних умов, оплати праці, поваги до прав працівників, реалізація соціальних проєктів, підтримка громад, як напрями реалізації соціальної складової сталого розвитку зміцнює лояльність персоналу та підвищує авторитет місцевої спільноти території присутності бізнесу, що

позитивно впливає на його ділову репутацію.

Економічна сталість, що виявляється насамперед, у результатах та прозорості фінансового управління, формуванні внеску у розвиток місцевої економіки, її бюджету, інновацій, також є фактором, що покращує імідж стабільного бізнесу та позитивно впливає на його ділову репутацію.

Дотримання міжнародних стандартів соціальної відповідальності, якості управління, екологічної сталості, управління ризиками (ISO 26000, ISO 9001, ISO 22000), міжнародних стандартів звітності (модульних стандартів GRI), дотримання вимог діяльності за ESG-критеріями підвищують довіру партнерів, відкривають доступ до іноземних ринків та капіталу.

Комунікація сталих практик через систему регулярної звітності про сталі

55

досягнення перед суспільством посилює прозорість і відкритість бізнесу, покращує відносини зі стейкхолдерами.

Відповідальні управлінські практики ведення бізнес-процесів на засадах сталості є дієвим інструментом нарощування репутаційного капіталу підприємства, і закладають фундамент для довготривалої лояльності споживачів, партнерів, суспільства в цілому, а його ділова репутація стає цінним надбанням, що працює на зростання бізнесу.

Отже, ділова репутація – це нематеріальний актив підприємства, який формується безпосередньо всіма аспектами його сталого розвитку. Тому для будь-якого підприємства, в тому числі і для ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ», підтримка високої репутації є стратегічним завданням, що забезпечить довгострокову стійкість і розвиток підприємства на ринку.

Ключові фактори, що визначають рівень ділової репутації ТОВ «УПГ ІНВЕСТ» в системі його сталого розвитку (рис. 3.2).

виконання
зобов'язань

якість
продукції та
послуг

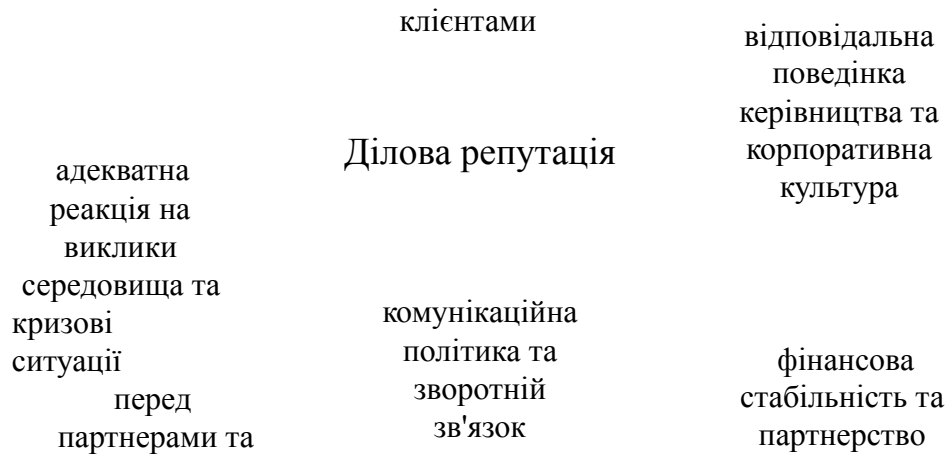


Рис. 3.2. Фактори формування ділової репутації ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ»

Джерело: сформовано автором

Якість продукції та послуг - це основа репутації ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ».

У контексті забезпечення якості важливе значення мають такі характеристики

56

як безпечність, доступність, надійність, інноваційність, відповідність стандартам, а також гарантії якості.

Виконання зобов'язань - довіра партнерів і клієнтів зростає, оскільки підприємство: дотримується термінів; не змінює умови після підписання угоди, вчасно здійснює платежі, чесно веде переговори. Надійність у діях - один із головних репутаційних активів ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ».

Поведінка керівництва - репутація керівника підприємства часто асоціюється з репутацією всього бізнесу. Ключовими складниками репутації керівника ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» є: професійність, публічна поведінка, етичність рішень, відкрите спілкування з працівниками та ЗМІ.

Корпоративна культура підприємства базується на прийнятих документах, що регламентують поведінку керівництва, працівників, відносини між ними та зі стейкхолдерами зовнішнього середовища. Вона охоплює внутрішній клімат і взаємини в колективі і їй притаманні атмосфера

взаємоповаги, підтримки та розвитку персоналу, справедливого керівництва, визнання заслуг, і, як наслідок, ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» має лояльних працівників, які задоволені і політикою компанії у сфері управління персоналом і рівнем оплати та безпеки праці.

Інформаційна політика компанії - це потужний інструмент формування репутації, який включає наступні напрями: прозорість і відкритість у ЗМІ, активна присутність у соціальних мережах, вміння вести публічний діалог, розміщення позитивних історій, кейсів, відгуків. Комунікативна політика ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» передбачає присутність у підприємства у публічному просторі - медіа та соцмережах, наявний корпоративний сайт, запроваджений корпоративний стиль спілкування з клієнтами, публічні виступи та коментарі надаються спеціально уповноваженою особою.

Важливим для ділової репутації підприємства є фідбек, який формується відгуками споживачів та партнерів, наданими коментарями щодо діяльності підприємства у ЗМІ чи форумах, рекомендаціями клієнтів за принципом «з вуст в уста», досвідом співпраці.

57

Соціальна відповідальність ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» свідчить про те, що воно приносить користь суспільству через участь у благодійності, екологічну відповідальність, освітні та культурні ініціативи тощо.

Фінансова стабільність підприємства, його прибутковість, високорентабельна діяльність, відсутність боргів, прогнозованість дій, надійна бухгалтерія, та інші елементи позитивно визначають рівень ділової репутації ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ».

Ділова репутація ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» залежить і від зовнішніх чинників, коли середовище не завжди є сприятливим. Вміння керівництва швидко зреагувати і адаптувати бізнес до умов середовища та використовувати його можливості стало ще одним чинником підтримки його ділової репутації у нелегкий період воєнного стану.

Розглянемо взаємозв'язок ділової репутації ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» з

практикою відповідності його діяльності цілям сталого розвитку (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Роль ділової репутації ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ»

У досягненні Цілей сталого розвитку

Ціль сталого розвитку (ЦСР)	Взаємозв'язок з діловою репутацією підприємства
1	2
ЦСР 1: Подолання бідності	Репутація відповідального роботодавця, який забезпечує гідні умови праці та достойну оплату, сприяє зменшенню соціальної нерівності та бідності.
ЦСР 3: Міцне здоров'я та благополуччя	ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» підтримує здоровий та безпечний робочий простір, що покращує загальний стан працівників і їхнє благополуччя.
ЦСР 5: Гендерна рівність	Висока ділова репутація стимулює впровадження політик рівних можливостей і протидії дискримінації на робочому місці.
ЦСР 8: Гідна праця та економічне зростання	Надійна репутація ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» сприяє залученню інвестицій, стабільності бізнесу та створенню нових робочих місць з гідними умовами праці.
ЦСР 9: Інновації та інфраструктура	Позитивний імідж мотивує ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» впроваджувати інновації, модернізувати виробництво та інфраструктуру, підвищуючи конкурентоспроможність.
ЦСР 11: Сталий розвиток міст і громад	Репутація соціально відповідального бізнесу ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» забезпечує підтримку місцевих ініціатив, інвестиції в інфраструктуру і розвиток громад.

58

Продовження таблиці 3.1

1	2
ЦСР 12: Відповідальне споживання та виробництво	ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» впроваджує екологічно чисті технології, зменшує відходи, переробляє їх власними силами та сприяє раціональному використанню ресурсів.
ЦСР 13: Боротьба зі зміною клімату	Ділова репутація ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» мотивує брати на себе зобов'язання та реалізувати заходи щодо зниження викидів парникових газів та підтримки екологічної безпеки.
ЦСР 17: Партнерства для	Репутація надійного партнера ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» допомагає йому будувати ефективні альянси між бізнесом,

досягнення цілей	владою та громадськістю для реалізації цілей сталого розвитку.
------------------	--

Джерело: сформовано автором за матеріалами діяльності підприємства

Як видно з таблиці 3.1, ділова репутація ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» тісно пов'язана з реалізацією дев'яти цілей сталого розвитку, оскільки вона відображає його відповідальність перед суспільством, економічну стабільність та екологічну свідомість. Завдяки цьому репутація є ключовим ресурсом та важливим інструментом підтримки сталого розвитку та створення довгострокової цінності для всіх зацікавлених сторін.

3.2. Напрями підвищення ділової репутації підприємства

Варто зауважити, що досягнення підприємства, яке є провідним українським виробником індичого м'яса та виробів з нього, утримує близько 46% ринку індичини в Україні, є найбільшим платником податків у Мамаївській територіальній громаді Чернівецької області, другим за масштабом експортером в області, вже створили потужну базу для побудови та зміцнення ділової репутації. Водночас підтримка і підвищення цієї репутації потребує цілеспрямованої стратегії та розробки комплексу відповідних заходів. Задля обґрунтування напрямів підвищення ділової репутації ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» наведемо приклади реалізації її елементів у внутрішньому середовищі (таблиця 3.3).

59

Таблиця 3.3

Компоненти ділової репутації ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ»

у внутрішньому середовищі

Компонент	Зміст	Приклад реалізації на ТОВ
-----------	-------	---------------------------

		УПГ Інвест»
Корпоративний імідж	Зовнішнє сприйняття підприємства як бренду	Відомий бренд ТМ «Сяйвір», який асоціюється з якісною та безпечною індициатиною
Репутація керівника	Довіра до управлінської команди, її професіоналізм та відкритість	Публічна комунікація з громадами, відповідальне управління, підтримка соціальних ініціатив
Фінансова стійкість	Надійність та стабільність підприємства з фінансової точки зору	Зростання експорту, сплата податків, стабільна зарплата працівникам
Організаційно правова форма	Прозора структура власності, легальна діяльність	Діяльність ТОВ у відповідності до законодавства України, офіційна реєстрація, відкритість у звітності
Якість продукції (послуг)	Відповідність стандартам, безпека, користь для споживача	Власна система HACCP, ISO 9001, сертифікація Халяль, контроль якості на всіх етапах виробництва
Організаційна структура	Ефективність внутрішніх процесів, управління персоналом	Вертикальна інтеграція: від інкубатора до логістики, власне комбікормове виробництво
Соціальна відповідальність	Участь у житті громад, екологічність, підтримка працівників	Інвестиції в місцеву інфраструктуру, працевлаштування мешканців ТГ, відкриття магазинів, благодійні проекти

Джерело: сформовано автором за матеріалами діяльності підприємства

Репутаційна стратегія повинна бути невід’ємною частиною загальної стратегії підприємства. Вона передбачає чітке визначення цілей формування іміджу, позиціонування бренду та ключових аудиторій (споживачі, партнери, інвестори, регулятори тощо). Вплив ділової репутації досліджуваного підприємства на його стейкхолдерів узагальнено в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Вплив ділової репутації ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» на його стейкхолдерів

Група стейкхолдерів	Очікування від підприємства	Вплив хорошої ділової репутації
1	2	3
Споживачі	Якість, безпечність продукції, прозорість походження	Підвищена довіра до бренду, лояльність, готовність платити більше за продукцію ТМ «Сяйвір»

60

Продовження таблиці 3.3

1	2	3
Працівники	Стабільність, справедливе ставлення, кар'єрні можливості	Зростання мотивації, зниження плинності кадрів, залучення кваліфікованих фахівців
Постачальники та партнери	Надійність, своєчасні розрахунки, взаємовигідна співпраця	Готовність укласти довгострокові контракти, пріоритет у виборі ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» як бізнес-партнера
Інвестори та кредитори	Фінансова прозорість, стабільність, відповідальність	Зниження інвестиційних ризиків, вищий рівень довіри, готовність фінансувати розширення діяльності
Місцеві громади	Створення робочих місць, розвиток інфраструктури, участь у житті ТГ	Соціальна підтримка, позитивне сприйняття компанії, партнерство в соціальних проєктах
Органи влади та контролю	Дотримання законодавства, податкова дисципліна, екологічність	Мінімізація перевірок, підтримка у спільних програмах розвитку регіонів
ЗМІ та громадськість	Відкритість, прозорість, соціальна та екологічна відповідальність	Позитивне інформаційне тло, репутаційна стабільність у кризових ситуаціях

Джерело: сформовано автором за матеріалами діяльності підприємства

Заходи щодо підвищення ділової репутації ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ»

доцільно згрупувати за напрямками їх реалізації:

- удосконалення стратегічного забезпечення управління діловою репутацією підприємства, що передбачає розробку репутаційної стратегії та впровадження її в систему стратегічного набору підприємства. ТОВ «УПГ ІНВЕСТ» вже позиціонує себе як виробника якісної та екологічно чистої індичатини, що актуалізує проблему формалізації цих конкурентних переваг. Зокрема, їх варто включити до місії та цінностей компанії, закріпити у маркетингових комунікаціях та бізнес-планах. Стратегічний план управління репутацією має ґрунтуватись на дослідженні поточної думки стейкхолдерів і враховувати їх очікування. Також слід провести аналіз репутаційних ризиків з метою виявлення слабких місць, над удосконаленням яких треба розпочати роботу. Репутаційна стратегія повинна забезпечити пріоритезацію цінностей через визначення ключових корпоративних цінностей – якість, безпека, екологічність, прозорість – і закріплення їх у внутрішніх документах та регламентах. Цілі репутаційної стратегії треба узгодити та інтегрувати з

61

бізнес-цілями, фінансовими та виробничими планами. Таке цілісне стратегічне бачення дозволить вивести ділову репутацію ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» на рівень активу підприємства.

- підвищення ефективності корпоративної етики та соціальної відповідальності підприємства, оскільки вони формують основу довіри до компанії з боку клієнтів та інвесторів. У межах даного напрямку доцільно оновити запроваджені ще в 2019 році Правила корпоративної етики шляхом розробки та впровадження Кодексу корпоративної етики ТОВ «УПГ ІНВЕСТ», в якому удосконалити та популяризувати стандарти поведінки для всіх категорій персоналу підприємства. На найближчу перспективу підприємству слід розробити стратегію корпоративної соціальної відповідальності та впровадити її у стратегію розвитку підприємства. Також варто розширити практику реалізації соціальних та екологічних ініціатив щодо інвестування у розвиток місцевих громад, підтримки освіти і сільської

медицини, контролю за екологічним використанням земель, відповідального поводження з відходами. Фінансування та висвітлення у засобах масової інформації таких проєктів демонструватиме, що ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» дбає про суспільство та довкілля. У межах реалізації політики корпоративної соціальної відповідальності варто підвищити поінформованість стейкхолдерів про власні досягнення, зокрема, споживачів щодо гарантування та безпеки продукції (через оприлюднення результатів незалежних аудитів, сертифікатів якості, відповідності – наприклад, Халяль), це зміцнить репутацію підприємства як безпечного товаровиробника. Також, являючись одним найкрупніших бюджетоутворюючих підприємств Чернівецької області, підприємство повинно повідомляти про це також суспільству, наприклад, через оприлюднення фінансових звітів, звіту про управління на корпоративному сайті. З одного боку, це буде кроком до підвищення прозорості діяльності, а, з іншого боку, підтвердить внесок ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» в економіку. Такі заходи в сукупності сприятимуть підвищенню

62

ділової репутації підприємства у контексті посилення іміджу «відповідального бізнесу».

- розвиток внутрішніх комунікацій та побудова сильного HR бренду через власний персонал, який повинен стати амбасадором підприємства [1]. Це є перспективним кроком зміцнення ділової репутації підприємства, оскільки дозволить не тільки привабити талановитих працівників, але й зменшити витрати на пошук кадрів. Поряд з тим варто турбуватись про розвиток внутрішніх комунікацій з власним персоналом, для того, що підвищити його лояльність та відданість компанії. Зокрема, для ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» доцільним буде регулярне інформування працівників про корпоративні цілі, успіхи та виклики через засоби внутрішньої комунікації, залучати персоналу до обговорення ініціатив, розвивати програму навчання та прозору програму кар'єрного росту, підвищити конкурентність та прозорість системи мотивації, забезпечити публічне визнання досягнень

персоналу. Ці заходи сприяють зміцненню HR-бренду, а вдало побудовані внутрішні комунікації перетворюють працівників на «носіїв бренду», що сприяє посиленню репутації підприємства як відповідального роботодавця.

- удосконалення управління зовнішніми комунікаціям, які формують уявлення громадськості про діяльність підприємства. У даному контексті ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» повинно поєднувати традиційний PR (статті в галузевих ЗМІ, прес-релізи, участь у виставках) з активною роботою у цифровому середовищі через: заходи SMM та digital-PR (регулярне оновлення контенту у соцмережах з акцентом на зацікавлення споживачів), оптимізацію сайту та електронну розсилку; медіа-взаємодії з національними та регіональними ЗМІ, участь у конференціях, форумах у якості експерта в галузі; підвищення ефективності контент-маркетингу (додаткова інформація – рецепти, поради, статті про здорове харчування); моніторингу відгуків та коментарів за допомогою цифрових інструментів та оперативного реагування на негатив з метою мінімізації його впливу. Такі заходи в комплексі сприяють

63

посиленню ділової репутації підприємства як експерта галузі та допомагають запобігти її псуванню.

- розвиток системи репутаційного антикризового менеджменту з метою підтримки позитивного іміджу та репутації через: прозорість та швидкість реакції на негативні відгуки, скандали, форс-мажори з одночасним повідомленням про проблему та кроки, що вжито для її усунення; емпатію та відповідальність, демонстрацію готовності виправити ситуацію, залучення незалежних контрагентів для цього; довгострокову прихильність до змін шляхом розробки та впровадження плану покращення ситуації. Діяльність ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» на засадах прозорості, емпатії, підзвітності, дозволить у складні часи не лише пережити кризу, але й завоювати ще більше довіру з боку стейкхолдерів;

- впровадження постійно діючої системи проактивного моніторингу ділової репутації через моніторинг відстеження медіа і соцмереж, опитування

споживачів та партнерів, внутрішній фідбек з персоналом з використанням цифрових інструментів, а також відслідковування змін у репутації конкурентів і галузі дозволяє оперативно реагувати на тренди громадської думки, коригувати поведінку та репутаційну стратегію, виявити нові технології управління репутацією, які варто перейняти;

- використання сучасних цифрових технологій для підтримки системи репутаційного менеджменту та позитивного іміджу в Інтернет-мережі – онлайн-аналітики та інструментів ORM (Online Reputation Management) для автоматизованого відстеження та аналізу інформації про підприємство; штучного інтелекту для обробки великих масивів даних, CRM та ERP-систем для автоматизації внутрішніх комунікацій. Цифрові платформи та технології дають можливість відстежувати географію запитів, емоційне забарвлення і тональність коментарів, ключові теми обговорень на форумах; швидко обробляти інформацію, реагувати на запити клієнтів, підвищуючи якість та рівень сервісу; інформувати партнерів про новини та ключові події компанії; будувати нові комунікаційні мережі на маркетплейсах, B2B-платформах.

64

Цифрова трансформація в сучасних умовах є ключовим чинником не тільки підвищення ефективності операційної діяльності підприємства, й зміцнення його ділової репутації як сучасного та прогресивного виробника через сприяння підвищенню довіри та позитивного сприйняття з боку стейкхолдерів (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Вплив цифровізації на ділову репутацію

ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ»

Напрямок цифровізації	Опис / інструменти	Вплив на ділову репутацію
Прозорість і відкритість	Електронна звітність, цифрова сертифікація (НАССР, ISO), доступність інформації	Формує довіру у регуляторів, партнерів, клієнтів; підвищує репутаційну стійкість

Взаємодія з клієнтами	Онлайн-магазин, зворотний зв'язок, соцмережі, опитування задоволеності	Зростання лояльності, покращення бренду ТМ «Сяйвір», підвищення споживчої довіри
Контроль якості продукції	Внутрішні цифрові системи контролю (температури, логістики), автоматизована простежуваність	Гарантія безпечності, зниження репутаційних ризиків, підвищення статусу «надійного виробника»
Управління персоналом	HRM-системи, онлайн-навчання, оцінка результатів, внутрішні портали	Позитивний імідж роботодавця, прозора кадрова політика, залучення кваліфікованих працівників
Маркетинг і присутність онлайн	Маркетплейси, контент у соцмережах, цільова реклама	Підвищення впізнаваності бренду, покращення споживчого досвіду
Участь у цифровій економіці	Е-контракти, CRM-системи, B2B-платформи, блокчейн трекінг у постачанні	Сприйняття як інноваційної компанії, покращення ділового іміджу серед іноземних партнерів

Джерело: складено автором

Саме завдяки цифровим рішенням ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» у дуже короткий термін здатне сформувати і постійно підтримувати імідж прозорого, клієнтоорієнтованого, екологічного та соціально відповідального бізнесу, що є стратегічною перевагою його позитивної ділової репутації.

Реалізація перерахованих вище заходів допоможе ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» підвищити свій авторитет на ринку та зміцнити ділову репутацію.

ВИСНОВКИ

В процесі проведення дослідження теоретичних, методичних і практичних аспектів ділової репутації як цінного нематеріального активу його сталого розвитку отримано наступні висновки.

Ділова репутація підприємства є комплексним поняттям, яке варто розглядати, з одного боку, як ключовий стратегічний актив сучасного підприємства, а з іншого боку, динамічну і комплексну характеристику сталого розвитку бізнесу, які разом формують стійке уявлення про підприємство у свідомості його стейкхолдерів, забезпечують довіру з боку суспільства та сприяють стійкості до викликів середовища та конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі. Ділову репутацію доцільно оцінювати за групами показників, що визначають її складники.

В роботі проведено дослідження ділової репутації ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ», яке є провідним українським виробником, утримує близько 46% ринку індичини в Україні, спеціалізується на вигодовуванні та розведенні свійської птиці, виготовленні та реалізації м'яса преміум якості, заморожених продуктів

та м'ясних виробів тощо. Упродовж 2022-2024 років ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» демонструвало стабільну позитивну динаміку зростання обсягів реалізації, підвищення операційного та чистого прибутку, що свідчить про успішність реалізованої комерційної стратегії та підвищення загальної ефективності господарської діяльності. Аналіз показників рентабельності дозволив зробити висновки щодо загальної тенденції до її зниження на фоні зростання витрат, проте рівень рентабельності діяльності підприємства залишається достатньо високим. Оборотноість капіталу дещо знизилась у 2024 році, натомість показник фондівдачі збільшився. Високі показники результативності фінансово-господарської діяльності є підтвердженням стійкої ділової репутації компанії, що формувалася на основі відповідального управління, надійного партнерства та орієнтації на довгострокове економічне зростання.

Аналіз нематеріальних активів підприємства показав зниження їх залишкової вартості внаслідок процесів амортизації. Підприємство володіє ТМ «Сяйвір», ТМ «Натурвіль», ТМ «AGRO GOLD MIX», під якими реалізує свою продукцію. Показники ефективності використання нематеріальних активів - рентабельність та фондвіддача – є досить високими і зросли в динаміці. Недоліком управління нематеріальними активами підприємства є відсутність відображення визначеної вартості ділової репутації у гудвілі підприємства, враховуючи, що вона формувалася упродовж майже 20 років на основі надійного партнерства, прозорості у веденні бізнесу та незмінної орієнтації на якість.

Соціальна складова ділової репутації підприємства реалізується насамперед у його відносинах з персоналом. Чисельність персоналу ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» за аналізований період коливалась, в структурі персоналу переважають робітники, за статтю – чоловіки. Підприємство демонструє відповідальний підхід щодо інклюзивності у роботі з персоналом (у 2024 році 6,4% персоналу – особи з інвалідністю), для яких встановлено умови роботи згідно з діючим законодавством. Витрати на утримання персоналу зростають, в їх структурі найбільша частка припадає на заробітну плату.

На підприємстві діють Правила корпоративної етики, де основною цінністю підприємства визнано саме працівників. Основними засадами формування корпоративної культури ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» для працівників є націленість на досягнення конкретних результатів, ініціативність, професіоналізм, усвідомлена відповідальність за власні дії, готовність до взаємної підтримки в колективі та створення позитивного морально психологічного клімату.

Формуванню позитивної ділової репутації сприяє дотримання підприємством чинного законодавства, своєчасна сплата податків, діяльність у сфері екологічної відповідальності. Зокрема, підприємство не тільки переробляє відходи власними силами, але й має комерційний ефект від продажу побічної продукції. У відносинах зі споживачем ТОВ «УПГ-

ІНВЕСТ» демонструє системний підхід до побудови ефективної структури збуту, дотримується договірних зобов'язань, забезпечує високий рівень якості та безпеки продукції, побудувавши модель «з лану до столу», яка дозволяє контролювати якість на всіх етапах ланцюга створення вартості. Продукція підприємства сертифікована та відповідає міжнародним стандартам якості.

ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» має репутацію надійного партнера у місцевих громадах, де розташовані його підприємства. Підприємство підтримує конструктивну взаємодію з органами місцевого самоврядування, бере участь у соціальних ініціативах, сприяє наповненню місцевих бюджетів, розвитку інфраструктури та створенню робочих місць, надає підтримку ЗСУ, що підсилює довіру населення та формує позитивний імідж компанії на регіональному рівні.

Як елемент сталого розвитку ділова репутація формується на основі відповідальної поведінки підприємства, його результатів діяльності, етики ведення бізнесу, якісного обслуговування, відкритості та довіри. Встановлено, що ділова репутація ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» тісно пов'язана з реалізацією дев'яти цілей сталого розвитку. Завдяки цьому репутація є ключовим ресурсом та важливим інструментом підтримки сталого розвитку та створення довгострокової цінності для всіх зацікавлених сторін.

Досягнення ТОВ «УПГ-ІНВЕСТ» вже створили потужну базу для побудови ділової репутації, водночас її підтримка потребує реалізації комплексу заходів, серед яких варто відзначити: удосконалення стратегічного забезпечення управління діловою репутацією; підвищення ефективності корпоративної етики та соціальної відповідальності; розвиток внутрішніх комунікацій та побудова сильного HR-бренду; удосконалення управління зовнішніми комунікаціями; розвиток системи репутаційного антикризового менеджменту; впровадження постійно діючої системи проактивного моніторингу ділової репутації; використання сучасних цифрових технологій для підтримки системи репутаційного менеджменту та позитивного іміджу

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. HR-брендинг: як маркетингові стратегії допомагають привертати і утримувати таланти. (HURMA, 2025). URL: <https://hurma.work/blog/yak-praczyuye-hr-brening/> (дата звернення: 26.05.2025).
2. Алькема В. Методичні підходи до оцінки ділової репутації підприємства: забезпечення економічної безпеки та сталого розвитку. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2024. №4 (76). С. 90–95. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2024-76-90-95> (дата звернення: 26.05.2025).
3. Алькема В. Стратегії формування ділової репутації промислових підприємств в умовах цифровізації. *Економіка та суспільство*. 2025. №71. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-152> (дата звернення: 26.05.2025).
4. Апопій В. Організація торгівлі: підручник / Віктор Апопій, Ігор Міщук, Віктор Ребицький, Степан Рудницький, Юрій Хом'як. К. : ЦУЛ, 2021. 632 с.
5. Балджи М. Д., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. К. : ФОП Гуляєва В.М., 2021. 344 с.
6. Бегун С. Особливості аналізу фінансового стану підприємства в умовах воєнного стану. *Економічний часопис Волинського Національного університету імені Лесі Українки*. 2023. № 32. С. 32-42.
7. Близнюк Т. П., Шевченко В. В., Федака В. В., Циктор В. Ю. Стійкість і соціальна відповідальність людських ресурсів як глобальна репутаційна тенденція конкурентоспроможності. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Том 9. № 3. С. 383-391.
8. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі : навчальний посібник. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с.

9. Бугайчук Т.А., Коханець А.С., Заушнікова М.Ю. Основні підходи до розуміння ділової репутації в сучасній зарубіжній та вітчизняній науці. *Вісник Національного університету оборони України*. 2022. №6 (70). С. 14-22.

10. Вараксіна, О., Сазонова, Т., Жигилій, О. Роль етики в конкурентній боротьбі та її вплив на репутацію та стійкість організації. *Сталий розвиток економіки*. 2025. №2 (53). С. 44-49. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-53-6> (дата звернення: 26.05.2025).

11. Господарський кодекс України: прийнятий Верховною Радою України 16.01.2003 р. №436-IV. Редакція від 28.05.2025. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15/ed20141106> (дата звернення: 30.05.2025).

12. Гринів Б.В. Економічний аналіз торговельної діяльності: підручник. К. : ЦУЛ, 2019. 392 с.

13. Живко З. Ділова репутація як чинник забезпечення економічної стійкості підприємства. *Наукові перспективи*. 2024. №12 (54). С. 641-654. 14. Живко, З., Живко, М., Шегинська, А. Проблематика ділової репутації як індикатор економічної безпеки бізнесу. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2024 № 4 (76). С. 104–113. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2024-76-104-113> (дата звернення: 26.05.2025).

15. Іванченкова Л.В., Козак К.Б., Долинська О.О. Етичні ділові комунікації як засіб підтримки репутації підприємства. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2022. Том 7. № 1. С. 92 –98.

16. Інкотермс Офіційні правила тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати. Редакція від 01.01.2011 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/988_007#Text (дата звернення: 26.05.2025).

17. Камара, Б. М., Замлинський, В. Роль етики та ділової репутації, сформованої людським потенціалом, у досягненні конкурентоспроможності підприємства. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*.

2024. № 334 (5). С. 499-506. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-334-75>

(дата звернення: 26.05.2025).

18. Канюка В.С. Аналіз складових ділової репутації українського бізнесу. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2024. Вип. 1 (31). С. 30-41.

19. Карпій, О. П., Черкес, Р. Б. Нові форми брендингу та інноваційні маркетингові комунікації в системі підвищення репутації підприємства. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. №10. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15348541> (дата звернення: 26.05.2025).

20. Ковальова Г.А., Замлинський В.А. Бізнес-репутація компанії як один із найважливіших компонентів успіху компанії. *Економіка. Фінанси. Право*. 2021. № 6/2. С. 29-32. URL: http://efp.in.ua/public_html/uploads/journals/306/efp_06-2_2021.pdf#page=29 (дата звернення: 26.05.2025).

21. Коржевський І. Ділова репутація – виникнення, критерії оцінки, підстави вивчення, можливості та інструменти перевірки. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2022. № 1(65). С. 76–83.

22. Костенко, Ю., Короленко, О., Гузь, М. Аналіз фінансової стійкості підприємства в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. №43. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-77> (дата звернення 26.05.2025).

23. Кравченко Т. Поняття «ділова репутація суб'єктів господарювання»: визначення та правова природа. *Господарське право і процес*. 2019. № 3. С. 93-99.

24. Лопатовська, О., Пономарьова, К. Сучасна методика аналізу ліквідності та платоспроможності підприємства. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*. 2022. Том. 310. № 5 (1). С. 221- 228. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5\(1\)-36](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5(1)-36) (дата звернення 26.05.2025).

25. Микитин О. Євроінтеграційні аспекти розвитку репутаційного менеджменту в Україні за умов діджиталізації. *Економіка та суспільство*.

2021. № (33). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/873/837> (дата звернення: 26.05.2025).

26. Наумова О., Наумова М., Шевчук А. Вплив ділової репутації на забезпечення економічної безпеки компанії. *Економіка та суспільство*. 2024. №62. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-150> (дата звернення: 26.05.2025).

27. Підгаєць, С. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства на основі розрахунку інтегрального показника. *Економіка та суспільство*. 2024. №70. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-41> (дата звернення: 26.05.2025).

28. Податковий кодекс України : прийнятий Верховною Радою України 02.12.2010 р. №2755-VI. Редакція від 07.03.2020, підстава - 490-IX. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/ed20141108> (дата звернення: 26.05.2025).

29. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. Редакція від 24.12.2024, підстава - 3434-IX. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 26.05.2025).

30. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 р. Редакція від 26.12.2024, підстава - 4111-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text> (дата звернення: 26.05.2025).

31. Про митний тариф : Закон України від 19.10.2022, № 2697-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-20#Text> (дата звернення: 26.05.2025).

32. Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні : Закон України № 875–XII в редакції від 1.01.2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/875-12#n135> (дата звернення 26.05.2025).

33. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України №771/97-ВР (редакція від 18.12.2024).

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 26.05.2025).

34. Про технічні регламенти та оцінку відповідності : Закон України від 15.01.2015 р. № 124-VIII в редакції від 1.01.2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-19#Text> (дата звернення: 26.05.2025).

35. Прохоровська С.А. Ділова репутація підприємства як важливий стратегічний актив. *Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах сучасних викликів*: матеріали IV Всеукраїнська науковопрактична конференція з міжнародною участю. 2023. С. 158-160.

36. Пушак Я.Я., Завербний А.С. Корпоративна репутація як ключовий вектор підвищення рівня економічної безпеки. *Соціально-правові студії*. 2020. Вип. 2 (8). С. 130-136.

37. Рамський А.Ю., Сімавін П.Ю. Роль інтелектуального капіталу в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2025. № 2(16). С. 247-255.

38. Сарай Н., Годзіра Д. Ділова репутація торговельного підприємства у забезпеченні його конкурентоспроможності в макро- і мікросередовищі. *Трансформаційна економіка*. 2023. №1. С. 62-66.

39. Селезньова О.О., Стренковська А.Ю., Євдокімова О.М. Ділова репутація як визначальний фактор формування бренду підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Випуск 25, ч. 2. С. 115–119.

40. ТОВ «УПІГ-ІНВЕСТ». CharityProject (2025). URL: <https://clarityproject.info/edr/33418719> (дата звернення: 26.05.2025).

41. ТОВ «УПІГ-ІНВЕСТ». YouControl (2025). URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/33418719/ (дата звернення 7.04.2025).

42. ТОВ «УПІГ-ІНВЕСТ». Офіційний сайт. URL: <https://syaivir.com/> (дата звернення 26.05.2025).

43. Торговельне підприємництво: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. В. Фролової. Одеса, Бондаренко М.О., 2018. 640 с.

44. Філіппова С.В., Левкіна Р.В., Котко Я.М. Репутаційна складова системи управління організаційним розвитком підприємств соціально орієнтованого бізнесу. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2022. № 4(22). С. 42–51. URL: <https://economics.net.ua/ejopu/2022/No4/42.pdf>. (дата звернення: 26.05.2025).

45. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003, № 435- IV, чинний. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 26.05.2025).

46. Шелудько В. М. Управління фінансами підприємств : навч. посіб. Харків : Фінанси, 2023. 264 с.

47. Шиманська, О., Длугопольський, О., Длугопольська, Т., Колінець, Л., Фаріон, Д., Логуш, А. Управління діловою репутацією компанії через соціальні мережі. *Socio-Economic Relations in the Digital Society*. 2024. № 1 (51). С. 73-85. <https://doi.org/10.55643/ser.1.51.2024.548> (дата звернення: 26.05.2025).

48. Filyppova S.V., Levkina R.V., Kotko Ya.M. Reputational Component of the Organizational Development Management System of Socially Oriented Business Enterprises. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2022. № 4 (22). С. 42-51. URL: <https://economics.net.ua/ejopu/2022/No4/42.pdf> (дата звернення: 26.05.2025).

49. ISO 22000:2018 Food safety management systems - Requirements for any organization in the food chain. URL: <https://www.iso.org/standard/88410.html> (Accessed 26 May 2025).

50. ISO 9001 Quality management systems - Requirements. URL: <https://www.iso.org/standard/62085.html> (Accessed 26 May 2025).

51. Sustainable Development Goals. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300> (Accessed 26 May 2025).