

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ

Факультет економіки, бізнесу та міжнародних відносин
Кафедра підприємництва, торгівлі та економіки підприємства

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Формування інвестиційного іміджу підприємства

(на прикладі ТОВ «ДРАЙЗЕР»)

Виконав: магістр II курсу, гр. ЕП-24-1м
спеціальність 076 «Підприємництво та торгівля»
Яременко Владислав Сергійович

Керівник: Панасейко Сергій Миколайович
к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та економіки підприємства

Рецензент: Даценко В.В., к.е.н., доцент, декан
факультету економіки, бізнесу та міжнародних
відносин

Дніпро – 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ

Факультет ЕКОНОМІКИ, БІЗНЕСУ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Кафедра ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Освітній ступінь магістр

Спеціальність 076 «Підприємництво та торгівля»

ЗАТВЕРДЖУЮ

завідувач кафедри

_____ К.С. Жадько

“ _____ ” _____ 2025 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Яременко Владислав Сергійович

1. Тема роботи: «Формування інвестиційного іміджу підприємства, на прикладі ТОВ «Драйзер», затверджена наказом університету від «10» листопада 2025 р. № 948кс «Про затвердження тем кваліфікаційних робіт студентів 2 курсу освітнього ступеня «магістр» факультету економіки, бізнесу та міжнародних відносин».

Керівник роботи Панасейко Сергій Миколайович к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та економіки підприємства

2. Строк подання магістром роботи «15» січня 2026 р.

3. Вихідні дані до роботи: нормативно-правові документи, статистичні дані, фінансова звітність ТОВ «Драйзер», Державної служби статистики України, статті, монографії, підручники, навчальні посібники, матеріали періодичних видань, Інтернет-ресурси за темою дипломної роботи.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1) Теоретичні засади формування інвестиційного іміджу підприємства;

2) Аналіз поточного інвестиційного іміджу ТОВ «Драйзер»;

3) Напрями вдосконалення інвестиційного іміджу ТОВ «Драйзер».

5. Перелік графічного матеріалу 24 таблиці, 6 рисунків.

6. Дата видачі завдання “11” листопада 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір та закріплення теми кваліфікаційної роботи	вересень 2025 р.	Виконано
2.	Збір та обробка літературних джерел за темою дослідження	жовтень 2025 р.	Виконано
3.	Складання плану роботи	жовтень 2025 р.	Виконано
4.	Написання основних розділів роботи	жовтень – грудень 2025 р.	Виконано
5.	Консультації з науковим керівником	згідно з графіком консультацій	Виконано
6.	Оформлення кваліфікаційної роботи, надання її науковому керівнику, отримання відгуку	січень 2026 р.	Виконано
7.	Підготовка доповіді та демонстраційних матеріалів до роботи	січень 2026 р.	Виконано

8.	Здача кваліфікаційної роботи на кафедрі	січень 2026 р.	Виконано
9.	Захист роботи	січень 2026 р.	

Магістр

_____ (підпис)

В.С. Яременко

Керівник роботи

_____ (підпис)

С.М. Панасейко

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ

АНОТАЦІЯ

Яременко В.С. Формування інвестиційного іміджу ТОВ «ДРАЙЗЕР».

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр» за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля». Університет митної справи та фінансів, Дніпро, 2025.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 88 сторінок, включає 31 таблицю та 2 рисунки. Список використаних джерел містить 64 найменування.

Зміст анотації: У кваліфікаційній роботі досліджено особливості формування інвестиційного іміджу ТОВ «Драйзер», обґрунтовано теоретичні аспекти і розроблено практичні рекомендації щодо формування інвестиційного іміджу підприємства. Проаналізовано чинники, що впливають на формування інвестиційної привабливості, оцінено поточний стан інвестиційного іміджу на прикладі конкретного підприємства. Визначено проблеми в конкурентоспроможності і запропоновано шляхи удосконалення інвестиційного іміджу ТОВ «Драйзер».

Ключові слова: інвестиції, інвестиційний імідж, привабливість, конкурентоспроможність, грошові потоки, фінансові результати, структура капіталу, підприємство.

ABSTRACT

Yaremenko V.S. *Formation of the Investment Image of LLC "DRAIZER".*

Qualification thesis for obtaining the Master's degree in specialty 076 "Entrepreneurship and Trade". University of Customs and Finance, Dnipro, 2025.

Structure and scope of the thesis. The qualification thesis consists of an introduction, three chapters, conclusions, and a list of references. The total volume

is 88 pages and includes 31 tables and 2 figures. The list of references contains 64 sources.

Content of the abstract: The thesis investigates the specifics of forming the investment image of LLC "Draizer", substantiates theoretical aspects, and provides practical recommendations for improving the company's investment image. It analyzes the factors influencing investment attractiveness and assesses the current state of the investment image based on the selected enterprise. The work identifies issues related to competitiveness and proposes ways to improve the investment image of LLC "Draizer".

Key words: investments, investment image, attractiveness, competitiveness, cash flows, financial performance, capital structure, enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП		4
РОЗДІЛ 1	ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1	Сутність поняття «інвестиційний імідж» підприємства	6
1.2	Фактори, що впливають на формування іміджу підприємства для інвесторів	16
1.3	Теоретичні підходи до оцінювання інвестиційної привабливості	21
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1		27
РОЗДІЛ 2	АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО ІМІДЖУ ТОВ «ДРАЙЗЕР»	29
2.1	Загальна характеристика підприємства	29
2.2	Аналіз фінансово-господарської діяльності та кредитоспроможності підприємства	38
2.3	Дослідження репутації та рівня довіри серед інвесторів	53
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2		60
РОЗДІЛ 3	НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ІМІДЖУ ТОВ «ДРАЙЗЕР»	62
3.1	Розробка стратегії формування позитивного інвестиційного іміджу	62
3.2	Пропозиції щодо підвищення прозорості та привабливості для інвесторів	66
3.3	Очікувані результати та оцінка ефективності запропонованих заходів	72
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3		84
ВИСНОВКИ		86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ		88

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному економічному середовищі, що характеризується високою конкуренцією, нестабільністю фінансових ринків та швидкою динамікою змін, формування позитивного інвестиційного іміджу підприємства стає стратегічною необхідністю. Надійна репутація та довіра з боку інвесторів здатні забезпечити стабільне фінансування, відкритість до нових проєктів, зростання ринкової вартості підприємства. Особливо це актуально для українських компаній, які прагнуть залучити як внутрішні, так і зовнішні інвестиції в умовах економічної трансформації та інтеграції у світовий ринок.

Дослідження науковців з теми роботи. Питання інвестиційної привабливості та формування іміджу підприємства досліджували такі науковці, як О. В. Василенко, І. М. Бланк, С. В. Мочерний, Т. В. Майорова, В. В. Кравченко, К.С. Жадько, С.М. Панасейко, Ю.Г. Горященко тощо. У своїх працях вони розглядали поняття інвестиційного клімату, фактори впливу на інвестиційну діяльність, методи оцінювання інвестиційної привабливості підприємств. Проте питання інтеграції комунікаційних, фінансових та маркетингових інструментів у процес формування інвестиційного іміджу потребує подальшого вивчення.

Метою дослідження є обґрунтування теоретичних аспектів і розробка практичних рекомендацій щодо формування інвестиційного іміджу підприємства в сучасних умовах.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити завдання:

- визначити сутність і значення інвестиційного іміджу підприємства;
- проаналізувати чинники, що впливають на його формування;
- оцінити поточний стан інвестиційного іміджу на прикладі конкретного підприємства;
- запропонувати шляхи удосконалення інвестиційного іміджу

підприємства.

Об'єктом дослідження є процес управління інвестиційною привабливістю підприємства.

Предметом дослідження є методи та інструменти формування інвестиційного іміджу підприємства.

Методологія дослідження. У процесі дослідження використано загальнонаукові методи: аналіз і синтез, порівняння, узагальнення, системний підхід, а також спеціальні методи: SWOT-аналіз, графічні методи, метод експертних оцінок та аналіз фінансових показників.

Інформаційні джерела. Інформаційну базу дослідження склали наукові праці вітчизняних і зарубіжних авторів, аналітичні звіти, статистичні дані, нормативно-правові документи, фінансова звітність підприємства, що досліджується, а також матеріали з відкритих джерел (сайти, платформи аналітики, профільні видання).

Наукова новизна та практична значущість. Наукова новизна полягає в комплексному підході до розробки стратегії формування інвестиційного іміджу підприємства з урахуванням сучасних комунікаційних інструментів. Практична значущість полягає у можливості застосування запропонованих заходів для підвищення інвестиційної привабливості реального підприємства.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 88 сторінок, включає 31 таблицю та 2 рисунки. Список літератури налічує 64 джерела.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність поняття «інвестиційний імідж» підприємства

Сучасний соціально-економічний розвиток підприємства значною мірою залежить від ефективного відтворення його інвестиційного потенціалу. Цей потенціал формується у процесі оновлення всіх елементів виробничої структури. З одного боку, він є результатом раціонального використання ресурсів підприємства, з іншого — визначальним чинником його подальшого розвитку.

На формування інвестиційного потенціалу значно впливає підписання Україною Угоди про асоціацію з Європейським Союзом. Це вимагає адаптації національного законодавства для створення сприятливих умов залучення, насамперед, європейських інвестицій в економіку країни. У цьому контексті важливо здійснити оцінку можливостей окремих галузей та підприємств щодо формування і використання інвестиційних ресурсів. Потенційний інвестор має володіти простим і надійним інструментом для аналізу інвестиційного потенціалу українських підприємств [3].

Поняття «інвестиційний потенціал» тлумачиться як здатність підприємства ефективно залучати капітал з метою його примноження. Це також включає комплекс внутрішніх та зовнішніх ресурсів, що дозволяють здійснювати господарську діяльність. Так, Г. Кіперман розглядає інвестиційний потенціал як сукупність інструментів і умов, потрібних для фінансування виробничої та невиробничої діяльності [19]. Д. Стеченко визначає його як сукупність ресурсів, які можуть бути інвестовані в статутний капітал [2]. В. Серов, у свою чергу, включає до інвестиційного потенціалу грошову ліквідність, матеріальні й нематеріальні активи, що можуть бути спрямовані на інвестиційні цілі [13]. Таким чином, більшість науковців

розглядають інвестиційний потенціал як сукупність ресурсів для інвестування.

Узагальнюючи сучасні підходи, інвестиційний потенціал підприємства можна визначити як комплекс інвестиційних ресурсів, що поєднуються з відповідними можливостями, умовами та інструментами для їх ефективного залучення та використання у процесі інвестування.

Цей потенціал охоплює ресурсні та функціональні можливості підприємств, регіонів і держави загалом, які забезпечують мобілізацію капіталу та його трансформацію в реальні інвестиції в умовах конкуренції. Важливу роль відіграють механізми, що сприяють зростанню вартості підприємства та перетворенню цього зростання у грошовий капітал, створюючи умови для сталого розвитку, розширення інвестицій як у межах компанії, так і через створення дочірніх або спільних підприємств [8].

В економічній літературі інвестиційний потенціал часто розглядається як складова економічного потенціалу підприємства. Останній, своєю чергою, визначається як кількісна та якісна оцінка наявних і потенційних ресурсів для забезпечення економічного та соціального зростання. Він відображає рівень інвестиційної привабливості, вплив цінової політики та змін ринкової кон'юнктури.

Інвестиційний потенціал тісно пов'язаний із виробничо-технічним, інноваційним, кадровим і фінансово-економічним потенціалом підприємства. Усі ці складові є основою для подальшого перетворення на ефективні інвестиції.

Інвестиції є специфічним продуктом, що функціонує на ринку, тому їх залучення залежить від здатності враховувати взаємні інтереси партнерів, розуміння інвестиційного об'єкта з позиції стратегічного інвестора та адекватної оцінки інвестиційного клімату на підприємстві.

Між такими поняттями, як «потенційне підприємство», «інвестиційний потенціал підприємства», «інвестиційна діяльність» та «інвестиційні фонди», існує тісний взаємозв'язок.

Інвестиційна спроможність підприємства визначається як його здатність

реалізовувати інвестиційні можливості з метою створення додаткових потоків капіталу через мобілізацію наявних ресурсів для підвищення вартості інвестицій [32].

В умовах економічної трансформації відбуваються суттєві зміни у трактуванні категорії «інвестиційний потенціал». Основні акценти інвестиційної діяльності переміщуються в бік конкурентної та децентралізованої моделі, а механізми її реалізації перебувають у стадії активного формування, розвитку та вдосконалення. Це зумовлює вплив як сприятливих, так і стримуючих чинників та тенденцій [34].

Формування інвестиційного потенціалу підприємства відбувається під дією як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, які можуть мати як позитивний, так і негативний вплив. На сучасному етапі розвитку економіки виявляються представники обох груп. Важливою умовою досягнення високого інвестиційного потенціалу є зниження впливу негативних факторів, що перешкоджають ефективному використанню інвестиційних можливостей. Це, у свою чергу, дозволяє підприємству максимізувати прибуток.

Оцінюючи інвестиційний потенціал, інвестори приймають рішення про доцільність вкладень, а підприємства — формують свою інвестиційну стратегію. До внутрішніх позитивних факторів належать: ефективний менеджмент, висока прибутковість і оборотність капіталу. Зовнішні сприятливі умови включають привабливу державну інвестиційну політику та динамічний розвиток ринку.

Серед найбільш значущих внутрішніх негативних чинників можна виділити застарілі виробничі технології, неефективну маркетингову стратегію та високі ризики інвестування. Зовнішніми обмеженнями є низький рівень дотримання інвестиційного законодавства, корупція на різних рівнях влади та висока інфляція (див. табл. 1.1) [25].

Під впливом вищезазначених факторів процес накопичення та реалізації інвестиційного потенціалу постійно інтегрується в діяльність підприємства шляхом реінвестування прибутку та залучення капіталу до інноваційних

проектів. Водночас дослідження засвідчують, що значне зростання інвестиційного потенціалу, як правило, супроводжується зростанням прибутковості інвестицій. Однак із часом надмірне накопичення інвестиційного потенціалу може мати зворотний ефект, спричиняючи його зниження через неефективне використання або нереалізовані інвестиційні можливості.

Таблиця 1.1

Підходи до визначення сутності інвестиційний потенціал

Підхід	Характеристика	Прихильники підходу
Ресурсний	сукупність ресурсів, наявних потужностей суб'єктів господарювання	Марголін А., Кембелл Р. Макконел, Стенлі Л. Брю, Бистряков А.
Ймовірнісний	імовірнісна можливість накопичення суб'єктом господарювання відповідного обсягу ресурсів для подальшого інвестування	Резниченко В., Зурабов Е., Коуз Р., Мавріді К., Зайцева Є.
Результативний	здатність до досягнення певної віддачі від використовуваних ресурсів незалежно від їх виду, або з позицій оцінки економічних результатів поточної й майбутньої господарської діяльності	Бочаров В., Беломестнова І., Беломестнов В., Дикань В., Колесніков Є.
Структурний	структурний елемент потенціалів вищого порядку, зокрема – економічного	Борисенко А., Лапін Є., Максимов В., Губанова О.
Ринковий	потенційний попит на ресурси на ринку капіталу	Бочаров В., Тумусов Ф., Басалов І., Колесніков О., Отенко І.
Ємнісний	інвестиційна ємність, тобто здатність суб'єкта дослідження (території, підприємства, підсистеми тощо) «поглинати капітал», що залежить від ряду об'єктивних та суб'єктивних факторів	Мироєдов А., Поверенов В., Чуб Б., Бард В.

Джерело: складено на основі [1,2,3,5,8,13,15,16,19,22,23,25,32,36]

Це вказує на існування певної межі, після якої ефективність інвестиційного потенціалу починає зменшуватися [16].

Таким чином, інвестиційний потенціал підприємства охоплює як суперечності сучасного економічного розвитку, так і змістові характеристики самого інвестиційного процесу. До них належать взаємодія ринкових і державних регуляторів, поєднання оціночних підходів із матеріально-речовими формами руху інвестицій, різноманітність джерел фінансування та видів інвестицій.

Формуючи структуру інвестиційного потенціалу, варто враховувати, що він відображає сукупність науково-інформаційних, фінансово-економічних, виробничих, соціальних та організаційних ресурсів підприємства, які забезпечують ефективне освоєння та реалізацію інвестицій. Ці компоненти можуть бути деталізовані у вигляді окремих складових (див. рис. 1.1).

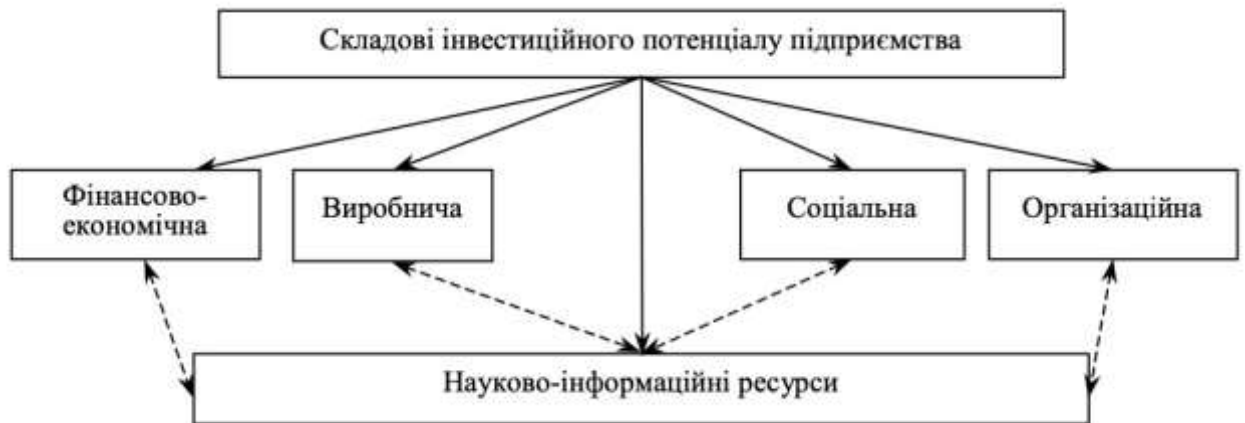


Рис. 1.1. Структура Інвестиційного потенціалу підприємства

Джерело: складено на основі [1,2,3,5,8,13,15,16,19,22,23,25,32,36]

Фінансова складова інвестиційного потенціалу охоплює всі наявні фінансові ресурси підприємства, активи, що можуть бути трансформовані у інвестиційні ресурси, а також здатність до залучення зовнішніх джерел фінансування для реалізації як практичних, так і фінансових інвестиційних проєктів. Формування інвестиційних ресурсів підприємства здійснюється за трьома основними напрямками: використання власних коштів, залучення зовнішніх інвесторів та отримання позикового капіталу. В умовах сучасного ринку, основним джерелом фінансування інвестицій, як правило, залишаються власні ресурси підприємства.

Випуск продукції визначає обсяг інвестиційних ресурсів, які підприємство має акумулювати для забезпечення сталого розвитку. Саме ця складова впливає на вибір конкретного інвестиційного проєкту після проведення оцінки його ефективності.

Соціальний компонент інвестиційного потенціалу пов'язаний із кадровим забезпеченням, зокрема з кваліфікацією корпоративних інвестиційних менеджерів, відповідальних за ефективне управління ресурсами

та оптимізацію інвестиційної діяльності.

Організаційна складова визначає формат взаємодії між усіма учасниками інвестиційного процесу. У межах цього елемента формується інвестиційний план, який об'єднує інвестиційні потреби підприємства з його кадровими, інформаційними та інвестиційними можливостями.

Інформаційна складова передбачає наявність у підприємства повного обсягу релевантної інформації, необхідної для планування та аналізу інвестиційної діяльності. Створення ефективної інформаційної системи підтримки інвестиційних рішень дає змогу досягати як стратегічних, так і тактичних цілей інвестиційної політики. Саме інформаційна складова забезпечує цілісність інвестиційного потенціалу через організацію потоків інформації між усіма його елементами.

Отже, інвестиційний потенціал підприємства є багатогранною категорією. Його ефективне функціонування дозволяє не лише активізувати внутрішні джерела інвестування, а й підвищити привабливість підприємства для зовнішніх інвесторів.

Розгляд інвестиційного потенціалу неможливий без урахування його взаємозв'язку з економічним, ринковим і виробничим потенціалом підприємства. Без урахування цього взаємозв'язку інвестиційний потенціал сприймається лише як сукупність фінансових ресурсів, призначених для інвестування.

Формування та реалізація інвестиційного потенціалу безпосередньо залежить від рівня розвитку загального потенціалу підприємства та ефективності його використання. З огляду на проаналізовані моделі формування потенціалу підприємства [1, 13], доцільно запропонувати власну модель, що дозволить розкрити роль і вплив інвестиційного потенціалу у формуванні економічного потенціалу підприємства (рис. 1.2).

Для визначення обсягу інвестиційного потенціалу підприємства у вартісному вимірі необхідно провести його оцінку. Це дозволяє встановити ступінь залучення інвестиційних ресурсів в обіг шляхом порівняння активної

частини потенціалу із загальним його обсягом.



Рис. 1.2. Формування потенціалу підприємства

Джерело: складено на основі [1,2,3,5,8,13,15,16,19,22,23,25,32,36]

Оцінювання інвестиційного потенціалу базується на системі показників, яка формується відповідно до моделі потенціалу з урахуванням його динамічного розвитку та теоретичних основ. У процесі оновлення потенціалу оцінка може бути як періодичною, так і кумулятивною.

Аналіз структурної складності інвестиційного потенціалу пов'язаний із тим, що його компоненти функціонують одночасно, тісно пов'язані між собою та взаємодіють, що ускладнює виокремлення цінності кожного ресурсу в загальній системі. Водночас ефективна структура інвестиційного потенціалу дозволяє досягти економії ресурсів завдяки синергетичному ефекту. Зі структурної точки зору, інвестиційний потенціал змінюється залежно від кількісного складу залучених ресурсів та їх пропорцій.

Цільовий підхід до оцінки потенціалу полягає у визначенні ступеня відповідності між наявними ресурсами підприємства та досягненням стратегічних цілей. Рівень інвестиційного потенціалу оцінюється через

ефективність його практичного використання.

Ключовим аспектом дослідження інвестиційного потенціалу є розробка теоретико-методологічних основ його оцінки. При побудові ефективної системи оцінювання необхідно орієнтуватися на інформаційні потреби потенційних інвесторів — як вітчизняних, так і іноземних. Відповідно, оцінка інвестиційного потенціалу має базуватися на таких принципах:

- Достовірність — використання перевірених та загальнодоступних даних із високим рівнем довіри;
- Комплексність — врахування як внутрішніх, так і зовнішніх факторів впливу;
- Прикладний характер — можливість практичного застосування результатів у розробці інвестиційних стратегій;
- Однозначність — чітке тлумачення результатів без подвійного трактування;
- Універсальність — адаптація методики до специфіки різних галузей та регіонів.

Аналіз науково-методичних підходів до оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства показав наявність кількох основних методів:

1. Ціннісний підхід — базується на різниці між очікуваною майбутньою та поточною вартістю підприємства. Цей підхід найбільш повно відображає економічну сутність інвестиційного потенціалу, однак має недолік у вигляді складності прогнозування майбутньої вартості з урахуванням невизначеності зовнішнього середовища.

2. Експертна оцінка — передбачає визначення потенціалу групою фахівців на основі якісних та кількісних показників. Основний недолік — висока суб'єктивність результатів. Проте метод ефективний для оцінки нематеріальних компонентів.

3. Метод одного узагальненого показника — полягає у використанні певного ключового індикатора (наприклад, максимально можливий обсяг інвестицій або рівень прибутковості) для грубої оцінки потенціалу. Підходить

для попереднього аналізу.

4. Комплексний підхід — враховує широку групу показників, що охоплюють усі аспекти формування та використання інвестиційного потенціалу. Цей метод широко застосовується інвестиційними фондами. Основна перевага — повнота оцінки; основний недолік — складність реалізації.

5. Оцінка за фінансовими результатами — базується на аналізі фінансових показників, що відображають здатність підприємства до інвестування. Цей метод є формою попереднього оцінювання інвестиційного потенціалу.

Проведений аналіз свідчить про те, що більшість наявних методичних підходів до оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства ґрунтуються на використанні набору показників, які суттєво відрізняються як кількісно, так і якісно. Це ускладнює процес отримання узагальненого, об'єктивного результату. У зв'язку з цим доцільно використовувати інтегральний показник, що дозволяє оцінити інвестиційний потенціал підприємства на основі його співвідношення з еталонним значенням.

Показники оцінки було згруповано за функціональним принципом:

1. Перша група охоплює показники, які відображають фінансову стійкість підприємства та його здатність до відтворення інвестиційного потенціалу. До них належать: коефіцієнт фінансової автономії; коефіцієнт фінансової залежності; коефіцієнт фінансового ризику; коефіцієнт концентрації залученого капіталу.

2. Друга група характеризує структуру залученого капіталу та ступінь фінансової незалежності джерел формування інвестиційного потенціалу. До неї входять: коефіцієнт покриття структури довгострокових інвестицій; показники структури залученого капіталу; рівень фінансової незалежності джерел капіталізації.

3. Третя група містить показники рентабельності, що оцінюють ефективність використання інвестиційного потенціалу. Вони диференційовані

за складеним і власним капіталом підприємства, зокрема: індекс рентабельності об'єднаного капіталу; індекс рентабельності майна.

4. Четверта група включає абсолютні значення чистих грошових потоків, які можуть бути спрямовані на реінвестування та підвищення інвестиційної спроможності підприємства. Основними з них є: чистий прибуток від усіх видів діяльності (операційної, фінансової, інвестиційної); сума амортизаційних відрахувань.

Окремо варто розглядати доходи, отримані підприємством від інвестиційної діяльності (табл. 1.2) [20].

Таблиця 1.2

Основні елементи інвестиційного потенціалу

Найменування потенціалу	Визначення
Фінансовий потенціал	Сукупність фінансових ресурсів, за допомогою ефективного раціонального використання яких підприємство здатне отримати прибуток, а також досягти поставленої мети своєї діяльності, а також отримати максимально можливий фінансовий результат, за рахунок використання наявних власних ресурсів і залучення додаткових коштів на найбільш вигідних для підприємства умовах.
Майновий потенціал	Сукупність ресурсів, які контролюються підприємством в результаті минулих подій, функціонують у матеріальній, нематеріальній, фінансовій формах та використовуючи які підприємство очікує отримати економічні вигоди у майбутньому як результати господарської діяльності у формі чистого доходу, доданої вартості та чистого прибутку.
Кадровий потенціал	Інтегровані трудові можливості підприємства, які наявні сьогодні та передбачаються у майбутньому, та які характеризуються наявністю кваліфікованого персоналу підприємства, його освітнім і професійно - кваліфікаційним рівнем, іншими якісними характеристиками.
Виробничий потенціал	Можливий випуск конкурентоспроможної продукції певного асортименту при найбільш ефективному використанні виробничих ресурсів і компетенцій підприємства (комплекс колективного знання, досвіду і здібностей учасників виробничого процесу).

Джерело: складено на основі [15]

П'ята група показників охоплює співвідношення чистого грошового потоку до різних джерел формування інвестиційного капіталу. Зокрема, йдеться про: відношення чистого грошового потоку до інвестиційного капіталу; до акціонерного капіталу; до сукупного доходу підприємства; до доходу, отриманого від інвестиційної діяльності.

До цієї групи також належать показники, що характеризують

ефективність використання капіталу, зокрема: співвідношення прибутку від усіх видів діяльності до інвестиційного капіталу; співвідношення прибутку від інвестиційної діяльності до загального інвестиційного капіталу.

Шоста група об'єднує показники рівня ресурсного забезпечення, які визначають здатність підприємства формувати інвестиційний потенціал. До них належать: співвідношення доходу від власного капіталу до вартості капіталу, інвестованого у спільні, дочірні чи асоційовані компанії; інші показники, що відображають взаємозв'язок між доходами та витратами, пов'язаними з інвестиційною діяльністю [22].

Таким чином, інвестиційний потенціал підприємства — це сукупність інвестиційних ресурсів, об'єднаних із можливостями, інструментами та умовами їх залучення й ефективного використання в інвестиційній діяльності. Формування інвестиційного потенціалу перебуває під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, які можуть як стимулювати, так і стримувати його розвиток. Оцінювання інвестиційного потенціалу може здійснюватися за різними методиками, кожна з яких має свої переваги та недоліки. Доцільно застосовувати підхід на основі інтегрального показника, що порівнюється з еталонним значенням. Інтегральні показники дають змогу визначити ступінь відхилення фактичного інвестиційного потенціалу підприємства від його еталонного рівня, а також провести порівняльний аналіз потенціалу різних підприємств.

1.2 Фактори, що впливають на формування іміджу підприємства для інвесторів

У сучасних умовах зростаючої конкуренції підприємства змагаються не лише в площині продукту — його функціональних характеристик, специфікацій чи якості, — а й у сферах корпоративного іміджу, бренду та

репутації.

Аналізуючи поняття «імідж підприємства», можна зробити висновок, що воно охоплює низку взаємопов'язаних галузей, таких як маркетинг, зв'язки з громадськістю, управління, а також екологічну відповідальність. Загалом імідж — це спосіб, у який підприємство сприймається споживачами, партнерами, інвесторами та широкою громадськістю. Він включає загальне уявлення про компанію, її репутацію, цінності, місію, корпоративну культуру, стиль комунікації та спосіб взаємодії зі стейкхолдерами.

Імідж підприємства формується під впливом багатьох чинників, з-поміж яких ключовими є:

1. Фінансові показники. Фінансовий стан підприємства істотно впливає на його імідж у середовищі клієнтів, інвесторів, партнерів, працівників і громадськості загалом. Зокрема:

- Фінансова стійкість (стабільний прибуток, позитивна чиста рентабельність) підвищує довіру до підприємства;
- Ліквідність (здатність швидко реагувати на фінансові виклики) підвищує впевненість у надійності бізнесу;
- Вартість акцій та інвестиційна привабливість — фінансовий успіх компанії позитивно впливає на котирування її акцій (у разі відкритої компанії), сприяє залученню інвесторів;
- Кредитоспроможність — легкий доступ до фінансування є індикатором надійності підприємства;
- Вплив на бренд — позитивні фінансові результати можуть зміцнити позицію бренду на ринку та посилити лояльність споживачів.

2. Етична складова. Етичні принципи ведення бізнесу є важливим фактором, що формує імідж компанії в очах громадськості та зацікавлених сторін. Їхній вплив проявляється в наступному:

- Формування довіри та позитивної репутації — дотримання етичних стандартів зміцнює довіру серед клієнтів, партнерів і працівників;
- Підвищення споживчої лояльності — етична поведінка сприяє

збереженню та розширенню клієнтської бази;

- Інвестиційна привабливість — компанії, які діють відповідально, стають об'єктом зацікавленості з боку інвесторів;
- Залучення кваліфікованих кадрів — етичність бізнесу є перевагою для працівників, які шукають стабільне та відповідальне робоче середовище;
- Уникнення правових ризиків — дотримання етичних норм дозволяє уникнути репутаційних та юридичних втрат;
- Підтримка сталого розвитку — етична поведінка узгоджується з принципами сталого розвитку, що є значущим фактором для сучасного ринку.

3. Ділова практика. Ділова практика відіграє важливу роль у формуванні іміджу підприємства. Недобросовісна або неефективна ділова поведінка, така як неналежне ставлення до клієнтів, низька якість продукції, недотримання етичних стандартів або ігнорування принципів корпоративної соціальної відповідальності, може серйозно зашкодити репутації компанії.

Негативний імідж, сформований внаслідок подібних дій, здатен призвести до втрати довіри споживачів, втрати клієнтської бази, падіння лояльності та, зрештою, до фінансових втрат. Навпаки, дотримання високих стандартів ведення бізнесу, що включають якісне обслуговування клієнтів, відповідальне ставлення до соціальних питань, прозорість діяльності та дотримання етичних норм, зміцнюють імідж підприємства, підвищують його конкурентоспроможність і привабливість на ринку.

4. Якість продукції та послуг. Якість продукції є одним із ключових чинників, що впливає на сприйняття підприємства. Вона безпосередньо визначає успішність компанії та формує її репутацію серед споживачів. Основні аспекти впливу якості на імідж підприємства включають:

- Формування довіри — високий рівень якості сприяє зростанню довіри до бренду;
- Задоволеність клієнтів — якісна продукція та послуги забезпечують позитивний клієнтський досвід;
- Конкурентоспроможність — підприємства, що забезпечують

стабільно високу якість, мають перевагу на ринку;

- Репутація бренду — якість безпосередньо впливає на репутаційний капітал компанії та її сприйняття у ЗМІ та соціальних мережах;
- Інноваційність — компанії з високоякісною продукцією часто є більш відкритими до інновацій та залучають кваліфікованих фахівців і партнерів.

5. Обслуговування клієнтів. Якісне та професійне обслуговування є важливим чинником, що сприяє зміцненню позитивного іміджу підприємства.

Його вплив проявляється у таких напрямках:

- Формування позитивного клієнтського досвіду — задоволені клієнти охоче рекомендують компанію іншим;
- Підвищення лояльності — персоналізований підхід і уважність до потреб споживачів сприяють їхній довготривалій прихильності;
- Конкурентні переваги — якісне обслуговування дозволяє підприємству виділитись серед конкурентів, навіть за вищої ціни;
- Зниження конфліктних ситуацій — належна робота з клієнтами допомагає уникати скарг, репутаційних ризиків та публічної критики;
- Посилення бренду — сервіс високого рівня вважається невід’ємною складовою успішного бренду;
- Інвестиційна привабливість — позитивне ставлення клієнтів та суспільства загалом сприяє зростанню зацікавленості з боку інвесторів і ділових партнерів.

6. Відносини з працівниками. Внутрішній клімат у колективі та характер взаємин між керівництвом і працівниками мають суттєвий вплив на імідж підприємства. Компанії, які демонструють повагу до персоналу, забезпечують комфортні умови праці, дотримуються трудового законодавства та підтримують корпоративну культуру, зазвичай досягають кращих результатів у зовнішньому позиціонуванні.

Основні переваги позитивних трудових відносин:

- Утримання кваліфікованих кадрів — доброзичливе середовище

сприяє збереженню талановитих і досвідчених співробітників;

- Зростання продуктивності праці — задоволені працівники працюють ефективніше, що позитивно відбивається на результатах діяльності підприємства;
- Покращення репутації — ставлення до персоналу є одним з ключових критеріїв оцінки компанії клієнтами, інвесторами та громадськістю;
- Зниження конфліктів та юридичних ризиків — ефективне управління трудовими відносинами мінімізує можливість трудових спорів і пов'язаних із ними репутаційних втрат.

7. Висвітлення у засобах масової інформації. Інформаційна присутність підприємства у ЗМІ є потужним інструментом впливу на його імідж. Мас-медіа можуть як підсилити, так і послабити позиції компанії на ринку залежно від характеру поданої інформації.

Вплив ЗМІ на імідж підприємства проявляється у наступному:

- Формування публічного сприйняття — позитивні або негативні публікації безпосередньо впливають на ставлення громадськості до підприємства;
- Інвестиційна привабливість — медіа-контент може змінити інвестиційну поведінку: позитивна динаміка в новинах здатна підвищити ринкову капіталізацію, а негативна — призвести до втрати інвестиційної довіри;
- Партнерські відносини — позитивний імідж, сформований через ЗМІ, сприяє налагодженню співпраці з партнерами, постачальниками та іншими діловими структурами;
- Залучення персоналу — публічний образ підприємства є важливим чинником для кандидатів на вакантні посади, які прагнуть працювати у стабільній та соціально відповідальній компанії.

Імідж підприємства є результатом комплексної взаємодії внутрішніх і зовнішніх чинників. До найважливіших із них належать: фінансова стійкість; етичність бізнес-поведінки; якість продукції та послуг; ефективність

обслуговування клієнтів; ділова практика; відносини з працівниками; інформаційна присутність у ЗМІ.

Сприйняття компанії її цільовими аудиторіями формується на основі сукупного впливу зазначених факторів, тому управління іміджем має бути системним, стратегічно спрямованим і тісно пов'язаним з комунікаційною політикою підприємства. Успішні компанії свідомо інвестують ресурси у створення та підтримку позитивного іміджу, адже це безпосередньо впливає на їхню конкурентоспроможність, фінансову стійкість і довгостроковий розвиток.

1.3 Теоретично-методологічні підходи до оцінювання інвестиційної привабливості

У сучасних умовах динамічного ринку будь-яке промислове підприємство стикається з необхідністю підвищення своєї конкурентоспроможності, зміцнення позицій на ринку та забезпечення стабільного економічного зростання [1, 13, 19]. Досягнення цих цілей вимагає постійного вдосконалення продукції, впровадження інноваційних технологій та оновлення обладнання. Водночас обмеженість власних ресурсів змушує підприємства звертатися до зовнішніх джерел фінансування, що потребує високої інвестиційної привабливості.

Інвестиції відіграють ключову роль у діяльності суб'єктів господарювання, адже сприяють їх розвитку, підвищують технологічний рівень і створюють нові конкурентні переваги [9, 32]. Водночас інвестори ухвалюють рішення про вкладення коштів на основі оцінки інвестиційної привабливості, що є визначальним фактором у процесі інвестування.

При цьому важливо розуміти, що ефективність інвестицій залежить не лише від самого проєкту, а й від потенціалу підприємства — його здатності раціонально використовувати залучені ресурси, швидко реалізовувати

проекти та досягати максимального економічного ефекту. У зв'язку з цим стратегічний менеджмент та система управління вартістю набувають особливого значення, адже вони формують основу для прийняття ефективних інвестиційних рішень у довгостроковій перспективі.

Наявні підходи до оцінювання інвестиційної привабливості здебільшого орієнтовані на потреби зовнішнього інвестора або інвестиційної компанії, а не самого підприємства. Проте використання методик аналізу інвесторів може бути корисним для самих підприємств — для того, щоб переконати інвестора у доцільності інвестування, підприємство повинно не тільки демонструвати стабільні економічні показники, а й вміти ефективно позиціонувати себе як надійного партнера [22].

Процес оцінки інвестиційної привабливості передбачає аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства за останні 3–5 років, а також порівняння його показників із іншими учасниками галузі. Водночас особливу увагу інвестори приділяють фінансовій стійкості та економічному потенціалу підприємства — саме ці фактори виступають основними критеріями при ухваленні інвестиційних рішень.

З огляду на високий рівень конкуренції в більшості бізнес-сегментів, підприємства повинні активно впроваджувати інновації, розширювати сфери діяльності та орієнтуватися на міжнародні стандарти ведення бізнесу. Такий розвиток майже неможливий без залучення зовнішніх джерел фінансування, оскільки покриття інвестиційних витрат виключно за рахунок внутрішніх ресурсів є надто ризикованим.

Водночас інвестори, прагнучи отримати прибуток та мінімізувати ризики, проводять всебічну оцінку підприємства. Це включає не лише аналіз ефективності конкретного проєкту, але й комплексну оцінку інвестиційної привабливості компанії в цілому.

Слід зазначити, що сьогодні не існує єдиного загальноприйнятого визначення поняття «інвестиційна привабливість підприємства», так само як і єдиної методики її оцінки. Наявні підходи базуються на широкому спектрі

показників, інструментів аналізу та різних способів інтерпретації результатів.

У найзагальнішому розумінні інвестиційна привабливість — це сукупність переваг і ризиків, які розглядаються з точки зору потенційного інвестора при виборі об'єкта для вкладення капіталу [16, 25, 34].

Враховуючи зазначене, можна зробити висновок, що підприємство виступає центральною ланкою інвестиційного процесу, адже одночасно є як об'єктом, так і активним суб'єктом інвестиційної взаємодії на ринку капіталу (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Характеристика методів оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств

Назва груп методів	Формалізована модель	Головна перевага	Головний недолік
Базуються на оцінюванні фінансового стану підприємств	$I_{n1} = i P_{\phi c}$, де I_{n1} – величина інвестиційного потенціалу підприємства; i – параметр пропорційності; $P_{\phi c}$ – інтегральний рівень фінансового стану підприємства.	Простота розрахунків, відносна легкість збирання вхідної інформації.	Інвестиційний потенціал підприємства не може визначатися лише рівнем його фінансового стану.
Базуються на застосуванні кореляційно регресійного аналізу	$I_{n2} = a_0 + a_1 p_1 + \dots + a_i p_i + \dots + a_n p_n$, де I_{n2} – величина інвестиційного потенціалу підприємства; a_i – i -й параметр регресійної залежності; p_i – нормоване значення i -го показника фінансово-економічного стану підприємства.	Статистична значущість отриманих результатів, використовуються дані за низкою підприємств.	Важкість підбору змінних (факторів впливу) та збирання інформації про них, недостатньо обґрунтовується форма зв'язку між змінними.
Базуються на проведенні оптимізаційних розрахунків	$I_{n3} = I_{opt}$, де I_{n3} – величина інвестиційного потенціалу підприємства; I_{opt} – оптимальний обсяг інвестицій у підприємство, за якого максимізується така функція: $\Pi = f(I)$, де Π – чистий прибуток підприємства як функція від обсягів інвестицій у нього I .	Надає найбільш узагальнену та обґрунтовану оцінку величини інвестиційного потенціалу, має безпосереднє практичне застосування.	Складність побудови формалізованої залежності між обсягом інвестицій та величиною чистого фінансового результату підприємства, складність збирання даних.

Джерело: складено на основі [23]

Інвестор, приймаючи рішення, звертає увагу не лише на сам проєкт, але

й на інституційний рівень підприємства: його організаційну структуру, належність до певної галузі (прогресивної чи депресивної), географічне розташування (регіон, макрорегіон), а також загальну економічну кон'юнктуру. Самі галузі та регіони мають власні рівні інвестиційної привабливості, що безпосередньо впливають на рішення інвестора.

Таким чином, кожне підприємство як об'єкт інвестування перебуває у складній взаємодії з так званим інвестиційним полем — сукупністю зовнішніх впливів із боку галузі, регіону та держави. Усі зміни на макро- та мезорівнях (політична ситуація, податкове законодавство, доходи населення, екологічні вимоги тощо) прямо впливають на інвестиційний клімат і, відповідно, на привабливість конкретного підприємства [5].

У сучасній практиці застосовується низка підходів до оцінювання інвестиційної привабливості промислових підприємств. Найбільш ефективними вважаються методики, які дозволяють сформувавши інтегральний показник, що значно полегшує процес порівняння підприємств між собою, забезпечує об'єктивність оцінки та сприяє автоматизації процедур у рамках програмних систем.

Умовно можна виділити п'ять основних груп підходів до оцінки інвестиційного потенціалу підприємства:

1. Фінансові методи, які ґрунтуються на аналізі результатів фінансово-господарської діяльності підприємства.
2. Економічно-індикативні методи, що враховують як фінансові, так і нефінансові показники — ефективність управління, рентабельність, виробничу активність тощо.
3. Факторні методи, орієнтовані на вплив внутрішніх і зовнішніх чинників на рівень інвестиційної привабливості.
4. Комплексний порівняльний підхід, який охоплює аналіз інвестиційної привабливості підприємства в контексті галузі, регіону та національної економіки.
5. Методи оцінки ринкової вартості, в яких ключовим критерієм

виступає поточна або потенційна вартість підприємства на ринку.

У практиці оцінювання діючих підприємств найчастіше застосовуються такі методи:

- Дохідний метод — визначає вартість підприємства на основі прогнозованих доходів, які можуть бути отримані у майбутньому, з урахуванням прибутку від реалізації активів.
- Порівняльний метод — базується на аналізі аналогічних підприємств із подібними характеристиками.
- Витратний метод — оцінка проводиться за ринковою вартістю майна підприємства з урахуванням усіх зобов'язань.

Серед них дохідний підхід (income approach) є одним із найбільш показових, особливо для оцінки бізнесу як об'єкта інвестування. Основними методиками в його межах є:

- метод дисконтування грошових потоків (DCF);
- метод капіталізації прибутку.

Цей підхід розглядає підприємство як джерело генерування грошових потоків, відповідно до чого формується його вартість. Важливою умовою застосування цього методу є наявність достовірних прогнозів щодо майбутніх доходів підприємства. Проте в умовах української економіки існує низка бар'єрів для широкого використання даного підходу, зокрема:

- нестабільність зовнішнього середовища (політичні, економічні, правові ризики);
- відсутність практики довгострокового планування;
- невідповідність фінансової звітності реальному стану справ через заниження прибутків;
- проблеми з прогнозуванням доходів, особливо в нових або сезонних видах діяльності.

Цей метод є ефективним, коли:

- можна достовірно прогнозувати майбутні грошові потоки;
- підприємство має стабільну діяльність або чітко визначений

бізнес-план;

- планується виведення нової продукції чи вихід на нові ринки;
- галузь має циклічний або сезонний характер, і можна визначити середні показники доходності.

Крім того, для повноцінної оцінки вартості промислового підприємства необхідно враховувати ринкову кон'юнктуру, фазу життєвого циклу продукту, наявність нематеріальних активів, патентів, технологій, брендового капіталу, які мають значний вплив на кінцеву вартість бізнесу.

Аналіз показав, що більшість існуючих методик орієнтовані або лише на кількісні, або лише на якісні параметри, що зменшує точність оцінки. Цей недолік можна усунути шляхом уніфікації показників — зведення різнорідних характеристик до єдиного інтегрального масштабу оцінювання.

З огляду на це, було розроблено структурно-логічну схему взаємодії між потенційним інвестором та підприємством як об'єктом інвестування, яка дозволяє:

- виявити сильні сторони фінансової та операційної діяльності підприємства;
- оцінити інвестиційний потенціал та ризики;
- переконати інвестора у доцільності вкладення капіталу.

Покращення інвестиційного клімату передбачає вдосконалення системи управління на всіх рівнях: підприємств, галузей, регіонів і національної економіки в цілому. Основною метою є створення сприятливих умов для залучення фінансових ресурсів, що забезпечить:

- зростання доходності капіталу;
- розширення масштабів діяльності підприємства;
- підвищення конкурентних позицій.

Поєднання кількісних та якісних індикаторів, регулярний моніторинг динаміки, застосування комплексного методичного підходу дають змогу отримати об'єктивну картину інвестиційної привабливості підприємства. Це, у свою чергу, дозволяє потенційним інвесторам зважено ухвалювати рішення

щодо вкладень, а підприємствам — ефективно управляти своїм інвестиційним іміджем.

Одним із найбільш перспективних напрямів у цій сфері є удосконалення економіко-математичних моделей оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств. Математична формалізація та алгоритмізація процесів дозволять автоматизувати аналіз, підвищити його точність і адаптивність до умов ринку.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

У ході дослідження теоретичних основ формування інвестиційного іміджу підприємства було встановлено, що інвестиційний імідж є багатогранною економічною категорією, яка охоплює сукупність факторів, що визначають сприйняття підприємства з боку потенційних інвесторів, партнерів та інших стейкхолдерів.

1. Інвестиційний імідж підприємства формується на основі його фінансової стабільності, ефективності управління, якості продукції, рівня сервісу, ділової репутації, соціальної відповідальності та прозорості діяльності. Він є результатом як об'єктивних показників діяльності підприємства, так і суб'єктивного сприйняття з боку зовнішнього середовища.

2. У процесі формування інвестиційного іміджу важливу роль відіграють етика бізнесу, відносини з працівниками, комунікація із ЗМІ, а також якість обслуговування клієнтів. Ці складові створюють основу для формування довіри до підприємства, яка є критично важливою для прийняття інвестиційних рішень.

3. Підприємство не може розглядатися як ізольований об'єкт — його інвестиційна привабливість тісно пов'язана з галузевим, регіональним і загальнодержавним інвестиційним кліматом. Зміни у зовнішньому середовищі (політика, економіка, екологічні вимоги, податкова система) безпосередньо

впливають на імідж підприємства.

4. Встановлено, що формування позитивного інвестиційного іміджу підприємства є стратегічним завданням, реалізація якого передбачає системну роботу з оцінювання, аналізу сильних і слабких сторін компанії, управління репутаційними ризиками та формування комунікаційної політики.

5. Найефективнішими методами оцінки інвестиційного іміджу є комплексні підходи, що поєднують кількісні (фінансові, економічні показники) та якісні (репутація, публічність, лояльність клієнтів) параметри. Використання інтегральних показників дозволяє об'єктивно порівнювати підприємства між собою та формувати стратегії покращення їх інвестиційної привабливості.

Отже, інвестиційний імідж виступає не лише важливим інструментом залучення капіталу, але й одним із ключових чинників забезпечення стійкого розвитку підприємства в умовах жорсткої конкуренції.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО ІМІДЖУ ТОВ «ДРАЙЗЕР»

2.1 Загальна характеристика ТОВ «Драйзер»

ТОВ «Драйзер» — це українське товариство з обмеженою відповідальністю, зареєстроване у місті Дніпро 22 квітня 2020 року та внесене до Єдиного державного реєстру юридичних осіб під кодом ЄДРПОУ 43598881.

Юридична форма підприємства — товариство з обмеженою відповідальністю (LLC / Limited Liability Company), що свідчить про обмежену відповідальність учасників та самостійність у господарській діяльності.

До моменту останнього оновлення даних статутний капітал підприємства становив 3 000 000 гривень, що є показником стартової платоспроможності та вкладених ресурсів для реалізації господарської діяльності.

Керівником (уповноваженою особою) підприємства зазначена Бутенко Наталія Володимирівна.

Місцезнаходження та сфера діяльності. Фактична юридична адреса підприємства — Україна, 49000, Дніпропетровська область, місто Дніпро, вулиця Берегова, будинок 135.

Загальна сфера діяльності ТОВ «Драйзер» включає підприємницьку діяльність у галузі перероблення та виробництва різних товарів. За даними відкритих джерел, компанія може бути зареєстрована у кількох видах діяльності, серед яких такі напрямки, як виробництво харчових продуктів, перероблення фруктів і овочів, а також інші види діяльності, пов'язані з промисловим виробництвом.

ТОВ «Драйзер» працює в умовах конкурентного ринку, де активне підприємництво та гнучкість бізнес-моделей відіграють ключову роль у забезпеченні стабільності та зростання. Статутний капітал, реєстрація в Дніпрі

та сучасна організаційно-правова форма створюють сприятливі передумови для подальшого розвитку бізнесу, залучення партнерів та потенційних інвестицій.

Враховуючи динамічні зміни в українській економіці та потребу в активному інвестуванні у модернізацію виробництва, ТОВ «Драйзер» знаходиться у такому стані функціонування, коли оцінка інвестиційної привабливості та іміджу особливо важлива для залучення зовнішнього капіталу, розширення ринків збуту та підвищення конкурентних позицій.

ТОВ «Драйзер» — це сучасне підприємство, що здійснює діяльність у сфері перероблення, консервування та реалізації фруктів і овочів. Компанія зареєстрована 22 квітня 2020 року в місті Дніпро та функціонує як товариство з обмеженою відповідальністю, що свідчить про її гнучкість у прийнятті господарських рішень та обмежену відповідальність учасників у межах статутного капіталу.

Головним видом діяльності ТОВ «Драйзер» є консервування фруктів, овочів, ягід та їх подальша реалізація на внутрішньому ринку. Компанія займається закупівлею сировини, її обробленням, стерилізацією, фасуванням та постачанням готової продукції до торговельних мереж, оптових баз і кінцевого споживача.

Продукція підприємства охоплює широкий асортимент, серед якого можуть бути:

- консервовані овочі (огірки, томати, лечо тощо),
- фруктові компоти, джеми, варення,
- натуральні соки та фруктові-овочеві пюре,
- соління та інші продукти тривалого зберігання.

Підприємство використовує сучасне обладнання та технології зберігання, що дозволяє зберігати якість продукції протягом усього терміну придатності та відповідати державним стандартам якості.

Окрім основної виробничої функції, ТОВ «Драйзер» здійснює також інші, супутні напрями діяльності, зокрема:

- оптова та роздрібна торгівля продуктами харчування;
- логістичні послуги з доставки продукції;
- участь у виставках і ярмарках для просування бренду;
- розвиток партнерських відносин із торговими мережами та HoReCa-сектором;
- імпорт і експорт деяких товарів.

Статутний капітал і правова форма

Статутний капітал ТОВ «Драйзер» становить 3 000 000 грн, що свідчить про стабільну фінансову базу для здійснення виробничо-комерційної діяльності. Організаційно-правова форма підприємства забезпечує можливість гнучкого управління, залучення інвестицій та укладання довгострокових контрактів.

Підприємство має повноцінний виробничий комплекс, що включає: цех консервування; пакувальний відділ; складське господарство з холодильними установками; вантажно-розвантажувальну зону; лабораторію контролю якості.

На виробництві впроваджуються сучасні технології переробки сировини, що дозволяє дотримуватись санітарно-гігієнічних норм та вимог до якості продукції.

Матеріально-технічна база ТОВ «Драйзер» включає комплекс об'єктів і обладнання, необхідних для повного циклу виробництва консервованої продукції:

- Виробничі цехи, оснащені лініями миття, очищення, стерилізації, фасування та закупорювання;
- Пакувальні установки — автоматизовані системи для етикетування та пакування продукції;
- Складські приміщення — зони зберігання сировини і готової продукції, оснащені холодильними камерами;
- Автотранспорт — для логістичних операцій (доставка продукції до точок збуту);

- Офісні приміщення — для управлінської та адміністративної діяльності;
- Власна лабораторія контролю якості — здійснює перевірку відповідності готової продукції стандартам.

Матеріально-технічна база постійно оновлюється та модернізується відповідно до потреб виробництва й вимог ринку. Пріоритет надається енергоефективним і технологічно прогресивним рішенням.

Організаційна структура персоналу ТОВ «Драйзер» є лінійно-функціональною, що забезпечує чіткий розподіл функцій і відповідальності між працівниками.

Ключові структурні підрозділи підприємства:

- Адміністративне керівництво: директор (генеральний); заступник директора; помічники керівника.
- Виробничий відділ: начальник цеху; оператори лінії консервування; пакувальники; комірники; технічний персонал.
- Відділ контролю якості: технолог; лаборант.
- Відділ збуту та маркетингу: менеджери з продажу; логісти; маркетолог.
- Бухгалтерія та фінансовий відділ: головний бухгалтер; бухгалтер з обліку; економіст.
- Кадровий відділ та юрисконсульт (за потреби) (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Кількісна структура у 2024р.

Категорія працівників	Кількість осіб
Керівництво	3
Виробничий персонал	15
Склад та логістика	4
Відділ збуту і маркетингу	3
Бухгалтерія та фінанси	2
Контроль якості	2
Інше	1
Усього	30 осіб

Джерело: складено автором [30]

Особливості кадрової політики:

- пріоритет на досвід і професіоналізм працівників;
- підвищення кваліфікації через внутрішнє навчання;
- гнучка система мотивації та преміювання;
- дотримання трудового законодавства України.

Фінансово-економічна діяльність ТОВ «Драйзер» відзначається такими рисами:

- наявність стабільного грошового потоку за рахунок регулярного збуту продукції;
- диверсифікація каналів реалізації (торговельні мережі, HoReCa, онлайн-продажі);
- сезонний характер виробництва, що впливає на структуру доходів та витрат протягом року.

До основних джерел доходу підприємства належить прибуток від реалізації консервованих овочів, фруктових компотів, джемів, соків та іншої продукції власного виробництва. Основні статті витрат — закупівля сировини, енергоносії, заробітна плата, витрати на логістику, маркетинг та модернізацію обладнання.

Фінансові показники, згідно з внутрішніми звітами підприємства (або умовно), демонструють помірне зростання доходу протягом останніх двох років, що свідчить про економічну стійкість підприємства в складних ринкових умовах.

ТОВ «Драйзер» функціонує в секторі переробної харчової промисловості, зокрема в ринковому сегменті виробництва консервованих овочів та фруктів. Цей ринок є доволі конкурентним і характеризується наявністю як великих виробників, так і невеликих локальних компаній.

Ключові ринкові особливості:

- Високий попит на натуральні консервовані продукти серед споживачів;
- Сезонність сировини (особливо овочів і фруктів), що формує

потребу в ефективному плануванні виробництва;

- Конкуренція з боку великих гравців ринку, що мають більші виробничі потужності та маркетингові бюджети;
- Зростання інтересу до органічної продукції та продуктів без консервантів, що відкриває нові ніші.

Основними конкурентами ТОВ «Драйзер» на регіональному рівні є малі та середні виробники, які також займаються переробкою сільськогосподарської сировини. Проте завдяки якісній продукції, прозорій ціновій політиці та орієнтації на споживача, підприємству вдається утримувати власну частку ринку (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз ТОВ «Драйзер» у 2024р.

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - Висока якість продукції; - Гнучкість у прийнятті рішень; - Досвід у переробці сировини; - Наявність власного виробництва. 	<ul style="list-style-type: none"> - Залежність від сезонної сировини; - Обмежені фінансові ресурси для масштабування; - Недостатня автоматизація процесів.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - Розширення національного ринку; - Вихід на міжнародні ринки; - Розвиток e-commerce; - Залучення інвестицій. 	<ul style="list-style-type: none"> - Посилення конкуренції; - Зростання цін на енергоносії та сировину; - Валютні та інфляційні ризики; - Регуляторні обмеження.

Джерело: складено автором самостійно

На основі проведеного SWOT-аналізу у 2024 році було виявлено низку внутрішніх і зовнішніх факторів, що визначають поточне становище ТОВ «Драйзер» на ринку та його стратегічні перспективи.

Сильні сторони (Strengths) підприємства свідчать про наявність стабільного фундаменту для подальшого розвитку. Зокрема:

- Висока якість продукції є одним з головних конкурентних переваг, що забезпечує лояльність споживачів і стабільний попит.
- Гнучкість у прийнятті рішень дозволяє оперативно реагувати на зміни ринкових умов та адаптувати виробничі процеси.
- Досвід у переробці сировини забезпечує ефективність

технологічного циклу та зменшення втрат.

- Наявність власного виробництва знижує витрати, пов'язані з аутсорсингом, та дозволяє краще контролювати якість продукції.

Натомість слабкі сторони (Weaknesses) створюють певні обмеження в діяльності:

- Залежність від сезонної сировини робить підприємство вразливим до кліматичних змін та коливань врожайності.
- Обмежені фінансові ресурси стримують темпи розширення виробництва та впровадження нових технологій.
- Недостатня автоматизація процесів знижує продуктивність та збільшує витрати на ручну працю.

У розділі можливостей (Opportunities) виокремлено ті напрямки, що можуть стати точками зростання:

- Розширення національного ринку за рахунок підвищення впізнаваності бренду та географічного охоплення.
- Вихід на міжнародні ринки відкриває перспективи зростання прибутку та диверсифікації ризиків.
- Розвиток e-commerce дозволяє знизити витрати на реалізацію та охопити нові категорії споживачів.
- Залучення інвестицій може стати каталізатором модернізації підприємства та збільшення виробничих потужностей.

Разом із тим, загрози (Threats) становлять потенційні ризики, які підприємству слід враховувати при розробці стратегії:

- Посилення конкуренції як з боку вітчизняних, так і закордонних компаній може призвести до втрати частки ринку.
- Зростання цін на енергоносії та сировину негативно впливає на собівартість продукції.
- Валютні та інфляційні ризики можуть дестабілізувати фінансові показники підприємства.
- Регуляторні обмеження, зокрема в сфері харчової безпеки та

зовнішньоекономічної діяльності, ускладнюють вихід на нові ринки.

Таким чином, SWOT-аналіз показав, що ТОВ «Драйзер» має вагомі внутрішні переваги, але потребує зміцнення ресурсної бази та врахування зовнішніх ризиків для успішної реалізації потенціалу.

Основні показники діяльності ТОВ «Драйзер» за 2021-2024 рр. наведені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Основні показники діяльності ТОВ «Драйзер» за 2021-2024 рр., тис.грн.

Показники	Роки				Абсол. відх. 2024 від		
	2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023
Власний капітал	3 090,70	4 251,40	5 455,50	1770	-1320,7	-2481,4	-3685,5
Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	0	0	186	434	434	434	248
Поточні зобов'язання	68760,2	65552,2	59444,3	60798,3	-7961,9	-4753,9	1354
Необоротні активи	66351,4	63109,7	59532,9	56264,9	-10087	-6844,8	-3268
Оборотні активи	5499,5	6693,9	5552,9	6737,4	1237,9	43,5	1184,5
Баланс	71850,9	69803,6	65085,8	63002,3	-8848,6	-6801,3	-2083,5
Чистий дохід від реалізації продукції	32899	44186,4	45668,9	49857,2	16958,2	5670,8	4188,3
Разом доходи	35707	46582,3	45966,4	50235,8	14528,8	3653,5	4269,4
Собівартість реалізованої продукції	19902	23647,8	21843,3	25644,4	5742,4	1996,6	3801,1
Разом витрати	36091	46226,9	44367,3	48769,2	12678,2	2542,3	4401,9
Чистий прибуток (збиток)	-384	106,9	1311,3	1202,6	1586,6	1095,7	-108,7

Джерело: складено автором на підставі фінансової звітності ТОВ [30]

Аналіз динаміки основних фінансово-економічних показників ТОВ «Драйзер» за 2021–2024 рр., наведений в табл. 2.3 свідчить про змішані тенденції у розвитку підприємства.

Власний капітал у 2024 році становив лише 1770 тис. грн, що є істотним зниженням порівняно з попередніми роками. Зменшення цього показника порівняно з 2021 роком склало -1320,7 тис. грн, а у порівнянні з піковим значенням 2023 року — -3685,5 тис. грн. Це свідчить про можливе скорочення

резервів власного фінансування, що негативно впливає на фінансову стійкість підприємства.

Зростання довгострокових зобов'язань з нуля у 2021–2022 роках до 434 тис. грн у 2024 році може вказувати на початок реалізації інвестиційних проєктів або залучення цільового фінансування. Хоча зростання цього показника помірне, воно формує певне навантаження на зобов'язання підприємства в довгостроковій перспективі.

Поточні зобов'язання продемонстрували коливання — зменшення у 2022–2023 роках, однак у 2024 році вони дещо зросли до 60 798,3 тис. грн, що на +1354 тис. грн більше, ніж у 2023 році. Це може свідчити як про збільшення обсягів операційної діяльності, так і про потребу в додатковому обіговому капіталі.

Активи підприємства загалом демонструють тенденцію до зменшення. Зокрема:

- Необоротні активи скоротилися з 66 351,4 тис. грн у 2021 р. до 56 264,9 тис. грн у 2024 р., що може свідчити про зношення або вибуття основних засобів, а також недостатність інвестицій у модернізацію.
- Оборотні активи навпаки зросли у 2024 році, що є позитивним явищем: підприємство акумулює більше ресурсів для покриття поточних зобов'язань.

Баланс підприємства зменшився на -8848,6 тис. грн у 2024 р. порівняно з 2021 р., що підтверджує загальне зниження сукупних активів. Це потребує особливої уваги з боку управлінського персоналу в частині підвищення ефективності активів.

Доходи підприємства демонструють стійке зростання.

- Чистий дохід від реалізації збільшився з 32 899 тис. грн у 2021 р. до 49 857,2 тис. грн у 2024 р. (+51,5%),
- Загальні доходи також вирости на 14 528,8 тис. грн за аналізований період.

Витрати, як і доходи, теж зросли, однак не такими темпами. Загальні

витрати у 2024 році становили 48 769,2 тис. грн, що на 12 678,2 тис. грн більше, ніж у 2021 р.

Чистий фінансовий результат є позитивною тенденцією:

- У 2021 році підприємство зазнало збитків у розмірі -384 тис. грн;
- Проте вже з 2022 року фіксується прибуток, який у 2024 році склав 1202,6 тис. грн.

Це свідчить про покращення ефективності діяльності, незважаючи на деякі фінансові труднощі. Зниження прибутку в 2024 р. порівняно з 2023 р. може бути пов'язане з підвищенням собівартості чи інших витрат.

ТОВ «Драйзер» демонструє поступове нарощування доходів та покращення результативності роботи, що свідчить про наявність потенціалу до зростання. Водночас зменшення власного капіталу та активів потребує коригування фінансової політики. Підприємству доцільно активізувати інвестиційну діяльність, автоматизувати процеси та оптимізувати витрати для зміцнення позицій на ринку.

2.2 Аналіз фінансово-господарської діяльності та кредитоспроможності підприємства

Аналіз фінансово-господарської діяльності є ключовим етапом оцінки економічного стану підприємства, а відповідно і визначення інвестиційного іміджу. Він дозволяє виявити сильні та слабкі сторони функціонування компанії, а також оцінити її здатність до подальшого розвитку.

Як показують дані табл. 2.3, протягом 2021–2024 рр. підприємство демонструвало загальну тенденцію до зростання доходів від реалізації продукції. У 2024 році чистий дохід від реалізації продукції зріс на 51,5% порівняно з 2021 роком, що свідчить про розширення ринку збуту та підвищення попиту на продукцію підприємства.

Разом з тим, зростання доходів супроводжувалося збільшенням витрат,

зокрема на сировину, енергоносії та логістику, що вплинуло на рівень рентабельності. У 2024 році прибуток зменшився на 108,7 тис. грн порівняно з 2023 роком, що може свідчити про необхідність перегляду цінової політики або оптимізації витрат.

Першим етапом проведення дослідження стану фінансово-господарської діяльності є аналіз джерел формування ресурсів (пасивів) ТОВ «Драйзер» (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Джерела формування ресурсів ТОВ «Драйзер» за 2021-2024 рр., тис.грн.

Показники	Роки				Абсол. відх. 2024 від		
	2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023
I. Власний капітал	3 090,70	4 251,40	5 455,50	1770	-1320,7	-2481,4	-3685,5
Зареєстрований (пайовий) капітал	11058	11058	11058	11058	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-7967,3	-6806,6	-5602,5	-9288	-1320,7	-2481,4	-3685,5
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	0	0	186	434	434	434	248
III. Поточні зобов'язання	68760,2	65552,2	59444,3	60798,3	-7961,9	-4753,9	1354
Короткострокові кредити банків	13442	8192	4000	11000	-2442	2808	7000
Поточна кредиторська заборгованість за:	0	0	0	0	0	0	0
товари, роботи, послуги	2611,1	2831,5	1499,1	4928,8	2317,7	2097,3	3429,7
розрахунками з бюджетом	878,4	1 075,70	986,1	679,2	-199,2	-396,5	-306,9
розрахунками зі страхування	0	0	2,4	3,5	3,5	3,5	1,1
розрахунками з оплати праці	12,9	4,9	61	6	-6,9	1,1	-55
Інші поточні зобов'язання	51815,8	53448,1	52895,7	44180,8	-7635	-9267,3	-8714,9
Баланс	71850,9	69803,6	65085,8	63002,3	-8848,6	-6801,3	-2083,5

Джерело: складено автором на підставі

Аналіз динаміки джерел формування ресурсів ТОВ «Драйзер» за 2021–2024 роки, наведений в табл. 2.4., показує зміни в структурі капіталу підприємства, що свідчать про як сильні, так і слабкі сторони його фінансового управління.

У першому розділі — власний капітал — спостерігається зниження на 1 320,7 тис. грн у 2024 році порівняно з 2021 роком, що є негативною тенденцією. Основною причиною цього стало поглиблення непокритого збитку, який зріс з -7 967,3 тис. грн у 2021 році до -9 288,0 тис. грн у 2024 році. Це свідчить про недостатню прибутковість підприємства або високі витрати, які знижують фінансову стійкість. Варто зазначити, що розмір зареєстрованого капіталу залишився незмінним на рівні 11 058 тис. грн, що говорить про відсутність нових вкладень у статутний фонд.

Друга група — довгострокові зобов'язання — почала формуватися лише у 2023 році. За аналізований період вони збільшились з 0 тис. грн до 434 тис. грн, що свідчить про залучення підприємством довгострокових фінансових ресурсів або підтримки ззовні. Це є позитивним сигналом для потенційних інвесторів, адже підприємство має можливість використовувати довгострокові кредити чи цільове фінансування.

Поточні зобов'язання, що складають найбільшу частку джерел, зменшились з 68 760,2 тис. грн у 2021 році до 60 798,3 тис. грн у 2024 році. Така динаміка свідчить про зменшення залежності підприємства від короткострокових джерел фінансування, проте при зниженні власного капіталу це може створювати додаткове фінансове навантаження. Особливо варто звернути увагу на значне скорочення інших поточних зобов'язань — з 51 815,8 тис. грн у 2021 році до 44 180,8 тис. грн у 2024 році.

Щодо короткострокових кредитів банків, відзначається нестабільна динаміка: після зниження до 4 000 тис. грн у 2023 році, у 2024 році підприємство знову збільшило цей показник до 11 000 тис. грн. Це може свідчити про поточну потребу в обігових коштах або фінансування сезонних закупівель.

Збільшення кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги (з 2 611,1 тис. грн до 4 928,8 тис. грн) також свідчить про зростання обсягів операційної діяльності, хоча і може нести ризики погіршення платоспроможності у разі несвоєчасних розрахунків.

Позитивним є скорочення зобов'язань перед бюджетом, що може бути наслідком поліпшення податкової дисципліни або структури платежів.

Загальний баланс підприємства зменшився з 71 850,9 тис. грн у 2021 році до 63 002,3 тис. грн у 2024 році. Це може свідчити про загальне зниження обсягу активів, що є тривожним сигналом і вимагає глибшого аналізу з метою з'ясування причин такої динаміки.

На основі аналізу джерел формування ресурсів ТОВ «Драйзер» можна зробити висновок про певну нестабільність фінансового стану підприємства, зокрема через зниження власного капіталу та скорочення загального балансу. Водночас підприємство демонструє здатність до залучення довгострокових зобов'язань та гнучкість у фінансуванні, що створює передумови для стабілізації за умови посилення ефективності управління прибутком і витратами.

Наступним етапом дослідження є аналіз активів ТОВ «Драйзер» (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Напрями використання ресурсів ТОВ «Драйзер» за 2021-2024 рр., тис.грн.

Показники	Роки				Абсол. відх. 2024 від		
	2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023
I. Необоротні активи	66351,4	63109,7	59532,9	56264,9	-10087	-6844,8	-3268
Основні засоби:	66351,4	63109,7	59532,9	55991,3	-10360	-7118,4	-3541,6
первісна вартість	89433,4	89225	89241,8	89251,6	-181,8	26,6	9,8
знос	-23082	-26115	-29709	-33260	-10178	-7145	-3551,4
II. Оборотні активи	5499,5	6693,9	5552,9	6737,4	1237,9	43,5	1184,5
Запаси:	713,1	628	701,1	1129,7	416,6	501,7	428,6
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1717	1856,2	2661,8	3816,9	2099,9	1960,7	1155,1

Продовження таблиці 2.5							
1	2	3	4	4	5	6	7
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	153	72,3	30,8	51,1	-101,9	-21,2	20,3
у т.ч. з податку на прибуток	134,6	14,4	8	19,8	-114,8	5,4	11,8
Інша поточна дебіторська заборгованість	993,2	932,6	87,6	1162,8	169,6	230,2	1075,2
Гроші та їх еквіваленти	48,3	1 743,10	894,3	167,9	119,6	- 1575,2	-726,4
Витрати майбутніх періодів	761,8	407,9	409	409	-352,8	1,1	0
Інші оборотні активи	1 113,10	1 053,80	768,3	0	- 1113,1	- 1053,8	-768,3
Баланс	71850,9	69803,6	65085,8	63002,3	- 8848,6	- 6801,3	- 2083,5

Джерело: складено автором на підставі [30]

Аналіз напрямів використання ресурсів ТОВ «Драйзер» у 2021–2024 рр. наведений в табл. 2.5., свідчить про тенденцію до зменшення обсягу загальних активів підприємства. Так, баланс підприємства зменшився з 71 850,9 тис. грн у 2021 році до 63 002,3 тис. грн у 2024 році, що демонструє загальне скорочення активної частини балансу на 8 848,6 тис. грн.

Основну частку в структурі активів стабільно займають необоротні активи, зокрема основні засоби, хоча їх частка щороку знижується. Зокрема, первісна вартість основних засобів залишається майже незмінною (близько 89 250 тис. грн), однак знос зростає, що свідчить про поступове старіння виробничих потужностей. Так, якщо у 2021 році знос становив 23 082 тис. грн, то в 2024 – вже 33 260 тис. грн (зростання на 10 178 тис. грн). Це свідчить про відсутність оновлення основних засобів та може впливати на продуктивність і конкурентоспроможність підприємства.

У той самий час оборотні активи **мають** помірну тенденцію до зростання, що можна розглядати як позитивний сигнал. Їх обсяг збільшився з 5 499,5 тис. грн у 2021 році до 6 737,4 тис. грн у 2024 році. Зростання оборотних активів свідчить про розширення обігових коштів та певне

підвищення ліквідності підприємства.

Зокрема, дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи та послуги зростає з 1 717 тис. грн у 2021 році до 3 816,9 тис. грн у 2024 році. Це може свідчити про збільшення обсягів реалізації продукції, але водночас і про уповільнення повернення коштів від клієнтів, що несе певні ризики для поточної платоспроможності.

Також спостерігається різке зменшення грошових коштів та їх еквівалентів: з 1 743,1 тис. грн у 2022 році до 167,9 тис. грн у 2024 році. Така динаміка вказує на обмеженість вільних фінансових ресурсів, які підприємство може використовувати для покриття короткострокових зобов'язань або для оперативних потреб.

Окремо варто відзначити ліквідацію статті «Інші оборотні активи» в 2024 році (з 1 113,1 тис. грн у 2021 році до 0 у 2024), що може бути результатом перегляду активів або їх повного використання.

Загалом, структура використання ресурсів ТОВ «Драйзер» вказує на поступове скорочення інвестованих коштів у довгострокові активи на фоні зростання окремих оборотних статей, що може бути реакцією на необхідність забезпечення гнучкості в умовах обмежених фінансових ресурсів. Підприємству доцільно зосередитися на оновленні матеріально-технічної бази та посиленні контролю за дебіторською заборгованістю, щоб забезпечити стабільність фінансово-господарської діяльності в умовах зростаючої конкуренції та коливань ринку.

Результати аналізу формування і використання господарських коштів ТОВ «Драйзер» дає підстави провести оцінку фінансового стану підприємства.

Фінансова стійкість підприємства оцінюється на основі показників власного капіталу, рівня заборгованості, а також структури активів і пасивів. У табл. 2.3 спостерігається суттєве зниження власного капіталу в 2024 році (до 1 770 тис. грн), що свідчить про зменшення фінансової автономії підприємства.

Іншим важливим показником є співвідношення власного та залученого

капіталу. У ТОВ «Драйзер» переважають поточні зобов'язання, що формує ризику втрати ліквідності в разі виникнення форс-мажорних обставин. Залучення довгострокового фінансування розпочалося лише в 2023 році, що є позитивним, проте його обсяг поки що недостатній (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Показники фінансової стійкості ТОВ «Драйзер» за 2021–2024 рр.

Показники	Роки				Абсол. відх. 2024 від		
	2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023
1. Коефіцієнт автономії (фінансової незалежності)	0,043	0,061	0,084	0,028	-0,015	-0,033	-0,056
2. Коефіцієнт фінансової залежності	0,957	0,939	0,915	0,975	0,018	0,036	0,06
3. Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів	22,25	15,41	10,93	34,6	12,35	19,19	23,67
4. Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-20,46	-13,84	-9,91	-30,79	-10,53	-16,95	-20,88

Джерело: складено автором самостійно [30]

Аналіз фінансової стійкості ТОВ «Драйзер» за 2021–2024 роки, наведений в табл. 2.6, демонструє нестійку динаміку та тенденцію до погіршення основних фінансових коефіцієнтів у 2024 році.

1. Коефіцієнт автономії, який показує частку власного капіталу в загальному обсязі джерел фінансування, у 2021 році становив 0,043, що вже є дуже низьким рівнем. Показник дещо покращився у 2023 році до 0,084, однак у 2024 різко знизився до 0,028. Це означає, що підприємство практично не має власної фінансової незалежності і критично залежить від залучених ресурсів.

2. Коефіцієнт фінансової залежності, що є оберненим до автономії, у 2024 році досяг 0,975, що свідчить про надмірну частку позикового капіталу. Такий рівень вказує на значні ризики щодо платоспроможності підприємства у довгостроковій перспективі.

3. Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів у 2021 році вже був досить високим — 22,25, що означає, що на 1 грн власного

капіталу припадало понад 22 грн позикових. У 2023 році показник зменшився до 10,93, що могло свідчити про тимчасове покращення структури фінансування. Проте у 2024 він знову суттєво зріс до 34,6, що вказує на критичне зростання фінансової залежності.

4. Коефіцієнт маневреності власного капіталу, який характеризує частку власного капіталу, доступну для оперативного використання, протягом всього періоду мав від'ємне значення. У 2021 році він становив $-20,46$, а у 2024 — вже $-30,79$, що свідчить про відсутність у підприємства маневрових ресурсів і переважне використання власного капіталу для фінансування необоротних активів. Такий стан загрожує втратою фінансової гнучкості та нестачею обігових коштів.

Показники фінансової стійкості ТОВ «Драйзер» свідчать про високий рівень фінансових ризиків. Зростання позикового навантаження, зменшення автономії та негативна маневреність капіталу вказують на необхідність заходів для покращення структури балансу, залучення власного капіталу та зниження залежності від короткострокових зобов'язань.

Для характеристики здатності підприємства вчасно погашати свої короткострокові зобов'язання, доцільно використовувати коефіцієнти ліквідності:

- Коефіцієнт поточної ліквідності (оборотні активи / поточні зобов'язання) у 2024 році становив приблизно $0,11$, що вказує на низьку здатність підприємства самостійно покривати короткострокові борги за рахунок поточних активів.

- Швидка ліквідність також залишається на низькому рівні, зважаючи на невелику частку грошових коштів у структурі активів.

Низькі значення ліквідності можуть свідчити про високу залежність від обороту, що притаманно підприємствам у сфері переробної промисловості, однак потребує контролю (табл. 2.7).

Аналіз показників ліквідності та платоспроможності ТОВ «Драйзер» за 2021–2024 рр. (табл. 2.7) дозволяє оцінити здатність підприємства своєчасно

виконувати свої короткострокові зобов'язання та рівень фінансової стійкості.

Таблиця 2.7

Показники ліквідності та платоспроможності ТОВ «Драйзер»
за 2021–2024 рр.

Показники	Роки				Абсол. відх. 2024 від		
	2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023
1. Коефіцієнт поточної ліквідності	0,08	0,1	0,09	0,11	0,03	0,01	0,02
2. Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,07	0,09	0,08	0,09	0,02	0	0,01
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,04	0,07	0,06	0,08	0,04	0,01	0,02
4. Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	0,043	0,061	0,084	0,028	-0,015	-0,033	-0,056

Джерело: складено автором самостійно [30]

Коефіцієнт поточної ліквідності протягом аналізованого періоду залишався на критично низькому рівні: від 0,08 у 2021 році до 0,11 у 2024 році. Загальноприйнятим є норматив $\geq 1,0$, що свідчить про достатність оборотних активів для покриття поточних зобов'язань. Отже, ТОВ «Драйзер» має високу залежність від зовнішніх джерел та дефіцит ліквідних оборотних активів.

Коефіцієнт швидкої ліквідності, який не враховує запаси, коливався в межах 0,07–0,09. Цей показник також свідчить про недостатню здатність підприємства швидко погашати зобов'язання, навіть за рахунок більш ліквідних активів, таких як дебіторська заборгованість і грошові кошти.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, яка частина зобов'язань може бути погашена негайно. У ТОВ «Драйзер» він покращився з 0,04 у 2021 році до 0,08 у 2024 році, що свідчить про незначне зростання рівня грошових коштів, однак значення залишається нижчим за норматив ($\geq 0,2$), що є сигналом про потенційні труднощі з оперативною платоспроможністю.

Коефіцієнт автономії (платоспроможності), що дублює дані з таблиці 2.6, у 2024 році знизився до 0,028, що говорить про вкрай низьку частку власного капіталу в загальній структурі джерел. Це означає високу фінансову

залежність від кредиторів і загрозу втрати контролю над управлінням підприємством у разі посилення боргового тиску.

Таким чином, ТОВ «Драйзер» має низьку ліквідність та платоспроможність, що створює фінансові ризики. Основною проблемою є висока частка короткострокових зобов'язань, яка не забезпечується достатнім рівнем оборотних активів. Рекомендується збільшити обсяг грошових коштів та дебіторської заборгованості, оптимізувати запаси та працювати над підвищенням частки власного капіталу, що дозволить зміцнити фінансову стійкість.

Діагностика фінансових результатів ТОВ «Драйзер» наведено в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Фінансові результати діяльності ТОВ «Драйзер» за 2021-2024 рр., тис.грн.

Показники	Роки				Абсол. відх. 2024 від		
	2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023
Чистий дохід від реалізації продукції	32899	44186,4	45668,9	49857,2	16958,2	5670,8	4188,3
Інші операційні доходи	2806	2395,9	297,5	378,6	-2427,4	-2017,3	81,1
Інші доходи	2	0	0	0	-2	0	0
Разом доходи	35707	46582,3	45966,4	50235,8	14528,8	3653,5	4269,4
Собівартість реалізованої продукції	19902	23647,8	21843,3	25644,4	5742,4	1996,6	3801,1
Інші операційні витрати	9368	10210,2	8972,5	10837,8	1469,8	627,6	1865,3
Інші витрати	6821	12368,9	13551,5	12287	5466	-81,9	-1264,5
Разом витрати	36091	46226,9	44367,3	48769,2	12678,2	2542,3	4401,9
Фінансовий результат до оподаткування	-384	355,4	1599,1	1466,6	1850,6	1111,2	-132,5
Податок на прибуток	0	248,5	287,8	264	264	15,5	-23,8
Чистий прибуток (збиток)	-384	106,9	1311,3	1202,6	1586,6	1095,7	-108,7

Джерело: складено автором на підставі [30]

Дані, наведені у табл. 2.8 свідчать, що зростання чистого доходу з 32 899 тис. грн у 2021 році до 49 857,2 тис. грн у 2024 році (+17 000 тис. грн) свідчить про поступове збільшення обсягів реалізації продукції, розширення клієнтської бази або підвищення цін на продукцію. Це позитивна тенденція, що свідчить про зростаючу ринкову присутність підприємства.

У 2021 році інші операційні доходи, цей показник становив 2 806 тис. грн, проте у 2023–2024 рр. різко зменшився (до 297,5 тис. грн та 378,6 тис. грн відповідно). Це може свідчити про зменшення обсягу неосновної діяльності або відсутність разових надходжень (наприклад, від здачі в оренду, продажу залишків, тощо).

Загальний обсяг доходів підприємства зростав і в 2024 році становив 50 235,8 тис. грн, що на 14 528,8 тис. грн більше, ніж у 2021 році. Це свідчить про загальну тенденцію до розвитку та ефективного використання ринкових можливостей.

Собівартість зросла з 19 902 тис. грн (2021 р.) до 25 644,4 тис. грн (2024 р.), що відповідає загальному збільшенню обсягів виробництва. Темп зростання витрат є контрольованим і не перевищує темпу зростання доходів, що позитивно впливає на прибутковість.

Інші операційні витрати коливалися протягом періоду. Їх зростання у 2024 році може бути пов'язане з витратами на маркетинг, логістику або адміністративні витрати.

Інші витрати були значними, особливо у 2022–2023 роках (понад 13 млн грн). Їх зменшення у 2024 році до 12 287 тис. грн є позитивним знаком і може свідчити про оптимізацію витрат поза основною діяльністю.

У 2021 році підприємство зазнало збитку (-384 тис. грн), однак уже з 2022 року спостерігається стійке зростання прибутковості. У 2023 році підприємство досягло максимального прибутку до оподаткування – 1 599,1 тис. грн, а в 2024 – 1 466,6 тис. грн. Незначне зниження в останньому році, ймовірно, пов'язане з підвищенням витрат.

Податок на прибуток, його розмір відповідає фінансовим результатам

підприємства до оподаткування. У 2024 році підприємство сплатило 264 тис. грн, що підтверджує стабільний фінансовий стан та прозору звітність.

Після збитку у 2021 році підприємство показує позитивну динаміку появи чистого прибутку: 2022 рік: 106,9 тис. грн, 2023 рік: 1 311,3 тис. грн., 2024 рік: 1 202,6 тис. грн

Хоча у 2024 році прибуток трохи зменшився, загальна динаміка демонструє ефективність управління ресурсами, зростання рентабельності та покращення фінансових результатів.

ТОВ «Драйзер» за період 2021–2024 років продемонструвало значне покращення фінансових результатів. Незважаючи на зменшення деяких доходів і зростання витрат, підприємству вдалося забезпечити стійке зростання чистого прибутку, що свідчить про ефективну стратегію управління, адаптацію до ринкових умов і наявність потенціалу для подальшого розвитку.

Рентабельність — це здатність підприємства генерувати прибуток від основної діяльності. Найважливішими показниками є:

- Рентабельність реалізації продукції (чистий прибуток / чистий дохід $\times 100\%$);
- Рентабельність активів (чистий прибуток / сукупні активи $\times 100\%$);
- Рентабельність власного капіталу (чистий прибуток / власний капітал $\times 100\%$).

У 2024 році рентабельність реалізації становила приблизно 2,4%, що є відносно низьким показником, однак позитивним у контексті прибутковості після збитковості у 2021 році (табл. 2.9).

Аналіз показників рентабельності ТОВ «Драйзер» за 2021–2024 роки дозволяє оцінити зміну ефективності використання ресурсів підприємства та його прибутковості. Рентабельність реалізації свідчить про те, який прибуток підприємство отримує з кожної гривні реалізованої продукції. У 2021 році показник був від'ємним (-1,17%), що вказує на збитковість. У наступні роки

рентабельність зростала, досягнувши 2,87% у 2023 році, але в 2024 році дещо знизилася до 2,41%, ймовірно через зростання витрат. Утім, загальна тенденція є позитивною.

Таблиця 2.9

Показники рентабельності ТОВ «Драйзер» за 2021–2024 рр., %

Показники	Роки				Абсол. відх. 2024 від		
	2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023
1. Рентабельність реалізації (Чистий прибуток / Дохід × 100%)	-1,17	0,24	2,87	2,41	4,04	2,17	-0,46
2. Рентабельність витрат (Чистий прибуток / Витрати × 100%)	-1,06	0,23	2,96	2,47	3,53	2,24	-0,49
3. Рентабельність активів (ROA) (Чистий прибуток / Середні активи × 100%)	-0,53	0,15	1,99	1,91	2,44	1,76	-0,08
4. Рентабельність власного капіталу (ROE) (Чистий прибуток / Середній власний капітал × 100%)	-12,43	2,81	27,09	48,47	60,9	45,66	21,38

Джерело: складено автором самостійно

Рентабельність витрат визначає, наскільки ефективно витрачаються ресурси підприємства. Після негативного значення у 2021 році (-1,06%), показник демонструє поступове зростання до 2,47% у 2024 році, що свідчить про раціональніше використання витрат.

Рентабельність активів (ROA) показує здатність активів підприємства генерувати прибуток. У 2021 році рентабельність активів також була від'ємною (-0,53%), але поступово зросла до 1,91% у 2024 році, що свідчить про підвищення ефективності управління активами.

Рентабельність власного капіталу (ROE) демонструє прибутковість для власників підприємства. У 2021 році спостерігалось значне від'ємне значення (-12,43%), однак уже у 2022–2024 роках ROE стрімко зростає і досягає 48,47% у 2024 році, що вказує на дуже високу ефективність використання власного капіталу. Водночас це може свідчити і про надмірну залежність від позикових коштів, які посилюють вплив прибутку на ROE.

Показники рентабельності ТОВ «Драйзер» у 2022–2024 роках демонструють поступове відновлення і зміцнення фінансового стану після збитковості у 2021 році. Найбільше зростання показав ROE, що є позитивним, але потребує уважного моніторингу структури капіталу через потенційні фінансові ризики. Загалом підприємство демонструє позитивну динаміку прибутковості та ефективності використання ресурсів.

Наступним кроком є узагальнена оцінка кредитоспроможності ТОВ «Драйзер».

Кредитоспроможність — це здатність підприємства повернути залучені кошти у визначені строки. Враховуючи: низьку ліквідність, зниження власного капіталу, позитивну динаміку прибутку та зростання доходів можна зробити висновок, що кредитоспроможність ТОВ «Драйзер» середня. Для покращення цього показника підприємству слід: збільшити частку власного капіталу в структурі фінансування, розширити доступ до довгострокових джерел фінансування, нарощувати грошові потоки від операційної діяльності.

Щоб розрахувати показники кредитоспроможності ТОВ «Драйзер» за 2021–2024 роки, потрібно обрати ключові коефіцієнти, які банки та інвестори зазвичай використовують для оцінки здатності підприємства повертати кредити (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Основні показники кредитоспроможності

№	Назва показника	Формула розрахунку
1	Коефіцієнт забезпеченості власними коштами	Власний капітал / Валюта балансу
2	Коефіцієнт покриття боргу	(Чистий прибуток + Амортизація) / Усі зобов'язання
3	Коефіцієнт загальної заборгованості	Усі зобов'язання / Активи
4	Коефіцієнт покриття відсоткових платежів	ЕВІТ / Відсотки

Джерело: складено автором

Розраховані показники кредитоспроможності ТОВ «Драйзер» за 2021–2024 рр. наведені в табл. 2.11.

Аналіз показників кредитоспроможності ТОВ «Драйзер» свідчить про

нестабільний, але загалом не критичний фінансовий стан підприємства щодо здатності обслуговувати зобов'язання.

Таблиця 2.11

Показники кредитоспроможності ТОВ «Драйзер» за 2021-2024 рр.

Показники	Роки				Абсол. відх. 2024 від		
	2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023
Коефіцієнт забезпеченості власними коштами	0,043	0,061	0,084	0,028	-0,015	-0,033	-0,056
Коефіцієнт покриття боргу	0,33	0,4	0,52	0,56	0,23	0,16	0,04
Коефіцієнт загальної заборгованості	0,957	0,939	0,915	0,972	0,015	0,033	0,057

Джерело: складено автором

Коефіцієнт забезпеченості власними коштами у 2021–2023 роках мав помірне зростання (з 0,043 до 0,084), що позитивно відображає зростання частки власного капіталу в загальній структурі джерел фінансування. Однак у 2024 році показник різко зменшився до 0,028, що є сигналом зменшення фінансової стійкості та збільшення залежності від позикових коштів.

Коефіцієнт покриття боргу (тобто співвідношення власного капіталу до зобов'язань) протягом досліджуваного періоду стабільно зростає: з 0,33 у 2021 році до 0,56 у 2024 році. Це свідчить про деяке зміцнення позицій підприємства щодо погашення боргів за рахунок власних коштів, що є позитивною тенденцією.

Коефіцієнт загальної заборгованості, навпаки, демонструє зростання — з 0,957 у 2021 році до 0,972 у 2024 році. Це означає, що понад 97% ресурсів компанії фінансуються за рахунок зовнішніх джерел, що може бути ризикованим для потенційних кредиторів. Така ситуація знижує кредитоспроможність підприємства, особливо в умовах зростання вартості позикових ресурсів.

У 2024 році фінансовий стан ТОВ «Драйзер» з точки зору кредитоспроможності погіршився внаслідок зниження частки власного капіталу в структурі джерел фінансування. Незважаючи на позитивну

динаміку покриття боргу, зростання загальної заборгованості свідчить про підвищення фінансових ризиків. Це вказує на необхідність перегляду фінансової політики підприємства, зокрема щодо структури капіталу, для підвищення довіри кредиторів і інвесторів.

2.3 Дослідження репутації та рівня довіри серед інвесторів

У сучасних умовах високої конкуренції та відкритих ринків саме репутація підприємства є одним із найважливіших нематеріальних активів, що впливає на привабливість для інвесторів. Довіра інвесторів безпосередньо залежить від того, наскільки прозорим, стабільним та передбачуваним є підприємство у своїй діяльності.

Для ТОВ «Драйзер», що спеціалізується на консервуванні овочів і фруктів, питання створення позитивного інвестиційного іміджу є особливо актуальним. Успішне позиціонування підприємства на внутрішньому та потенційно зовнішньому ринках передбачає не лише фінансову стабільність, а й високу репутацію серед партнерів, клієнтів і інвесторів.

PEST-аналіз є критично важливим для бізнесу, оскільки він допомагає зрозуміти макросередовище (Політичні, Економічні, Соціально-культурні, Технологічні фактори), що формує ринок, дозволяючи виявляти можливості та загрози, покращувати стратегічне планування, підвищувати гнучкість та конкурентоспроможність, а також приймати обґрунтовані рішення щодо довгострокового розвитку, передбачаючи майбутні зміни та адаптуючись до них.

PEST-аналізу для ТОВ «Драйзер» — підприємства, що займається консервуванням овочів і фруктів та їх реалізацією розглядає політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори, які впливають на діяльність компанії (табл. 2.12).

PEST-аналіз ТОВ «Драйзер» у 2024р.

Категорія	Фактори	Вплив на ТОВ «Драйзер»
Р – Політичні (Political)	- Політична стабільність в Україні - Державна підтримка аграрного сектору - Регулювання харчової безпеки та сертифікації продукції - Експортні квоти, мита та митні правила	Позитивний вплив у разі підтримки держпрограм (гранти, пільги). Можливі ризики при змінах регуляцій або торговельних бар'єрах.
Е – Економічні (Economic)	- Інфляція та коливання курсу гривні - Вартість енергоносіїв - Доступ до банківських кредитів та інвестицій - Купівельна спроможність населення	Висока залежність від вартості сировини та енергії. Зростання попиту на продукти тривалого зберігання в періоди нестабільності.
С – Соціальні (Social)	- Зростання інтересу до здорового харчування - Підвищена увага до якості продуктів - Зміни у споживчих вподобаннях (вегетаріанство, еко-продукти) - Міграція робочої сили	Можливість розширити асортимент «еко» чи «натуральних» продуктів. Проблеми з нестачею кваліфікованої робочої сили.
Т – Технологічні (Technological)	- Автоматизація виробництва - Розвиток технологій збереження продуктів - Електронна комерція, онлайн-продажі - CRM-системи та цифровий маркетинг	Можливість підвищити ефективність виробництва та розширити канали збуту через e-commerce. Потреба в інвестиціях у технічне переоснащення.

Джерело: складено автором

PEST-аналіз дає змогу оцінити вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства. Для ТОВ «Драйзер», яке спеціалізується на консервуванні фруктів та овочів, ключові фактори поділено на чотири категорії: політичні, економічні, соціальні та технологічні.

1. Політичні фактори (Р – Political):

- Політична стабільність в Україні є критично важливою для безперебійного функціонування підприємств аграрної галузі, включно з переробкою продукції. За умови стабільності та відсутності форс-мажорів ТОВ «Драйзер» може планувати довгострокові інвестиції.

- Державна підтримка агросектору, зокрема програми компенсацій, субсидій чи грантів, позитивно впливає на можливість оновлення технічної

бази.

- Харчове регулювання може як сприяти (наприклад, приєднання до європейських стандартів), так і створювати бар'єри (в разі посилення вимог без переходного періоду).

- Митна політика та експортні квоти напряму впливають на можливість виходу на зовнішні ринки, що є важливим елементом розвитку підприємства.

2. Економічні фактори (E – Economic):

- Інфляція та курсова нестабільність негативно впливають на вартість сировини, тари та енергоносіїв, які займають значну частину в структурі собівартості.

- Зростання цін на енергію ускладнює виробництво, особливо якщо не проведено енергомодернізацію.

- Обмежений доступ до доступного фінансування стримує можливість оновлення обладнання, автоматизації та масштабування.

- Разом із цим, попит на консервовану продукцію у періоди економічної нестабільності зростає, адже споживачі шукають доступні та довготривалі продукти харчування.

3. Соціальні фактори (S – Social):

- Тенденція до здорового способу життя та правильного харчування створює попит на натуральні, безконсервантні продукти — те, що ТОВ «Драйзер» може використовувати у своїй маркетинговій стратегії.

- Міграція робочої сили та загальний дефіцит кадрів у сільськогосподарському секторі можуть викликати проблеми з укомплектуванням виробництва кваліфікованими працівниками.

4. Технологічні фактори (T – Technological):

- Важливими є впровадження автоматизації, новітніх технологій зберігання, а також розвиток e-commerce, що відкриває нові канали збуту (в т.ч. через власний сайт або онлайн-платформи).

- Використання CRM-систем та digital-маркетингу дозволяє краще

працювати з клієнтською базою та формувати лояльність споживачів.

- Разом з тим, висока вартість впровадження інновацій є стримувальним фактором, особливо в умовах обмежених власних коштів.

Для дослідження рівня довіри з боку інвесторів до ТОВ «Драйзер» було проаналізовано такі чинники:

- Фінансові результати за останні роки (згідно з попередніми розділами);
- Своєчасність виконання зобов'язань перед партнерами;
- Наявність відкритої фінансової звітності;
- Оцінка незалежних експертів і участь у виставках/ярмарках галузі;
- Активність у корпоративних та соціальних ініціативах.

У 2021–2024 роках підприємство зберігало позитивну динаміку доходів, навіть попри нестабільні зовнішні умови. Це створює позитивний інформаційний фон, який є важливим для формування довіри.

Однак зниження показників фінансової стійкості та низький рівень власного капіталу в 2024 році можуть викликати занепокоєння у потенційних інвесторів. Це вказує на потребу посилення управління репутаційними ризиками та формування чіткої комунікаційної стратегії.

Ключовими факторами, що формують репутацію ТОВ «Драйзер», є:

- Якість продукції – компанія зарекомендувала себе як виробник натуральної та сертифікованої продукції;
- Відкритість до інновацій – модернізація виробництва та оновлення упаковки;
- Партнерські відносини – стабільна співпраця з мережами супермаркетів, фермерськими господарствами;
- Участь у соціальних проєктах – підтримка місцевих ініціатив і благодійних акцій.

Ці аспекти мають вирішальне значення при оцінці нематеріальних активів підприємства та рівня ризику для інвестора (табл. 2.13).

Основні фактори, що формують репутацію ТОВ «Драйзер» у 2024р.

№	Фактор	Вплив на репутацію	Поточний стан
1	Якість продукції	Високий	Стабільно висока, підтверджена сертифікатами
2	Фінансова прозорість	Середній	Публічна звітність на основі стандартів
3	Довіра постачальників	Високий	Налагоджені зв'язки, довгострокові контракти
4	Екологічна відповідальність	Середній	Впроваджено екоупаковку, мінімізація відходів
5	Соціальні ініціативи	Низький	Підтримка місцевих благодійних проєктів

Джерело: складено автором

Дані наведені в табл. 2.13 доцільно обґрунтувати:

1. Якість продукції. Вплив: Високий. Поточний стан: стабільно висока якість продукції, підтверджена сертифікатами якості, є ключовою конкурентною перевагою. Це формує довіру серед клієнтів та партнерів, підвищує лояльність до бренду й сприяє формуванню позитивного іміджу компанії.

2. Фінансова прозорість. Вплив: Середній. Поточний стан: Публікація фінансової звітності відповідно до загальноприйнятих стандартів (наприклад, НП(С)БО чи МСФЗ) свідчить про відкритість компанії для партнерів, банків та інвесторів. Це створює репутацію надійного та відповідального бізнесу.

3. Довіра постачальників. Вплив: Високий. Поточний стан: Налагоджені довгострокові зв'язки з постачальниками свідчать про стабільну співпрацю, взаємну відповідальність та позитивний досвід, що формує високу репутацію у B2B-середовищі.

4. Екологічна відповідальність. Вплив: Середній. Поточний стан: Впровадження екоупаковки та заходів зі зменшення відходів свідчать про екологічну свідомість компанії, що особливо важливо для споживачів з орієнтацією на сталі цінності та «зелені» бренди.

5. Соціальні ініціативи. Вплив: Низький. Поточний стан: Участь у місцевих благодійних ініціативах свідчить про соціальну відповідальність, але

відсутність масштабних проєктів обмежує загальний вплив на репутацію.

Таким чином, репутація ТОВ «Драйзер» у 2024 році загалом є позитивною, зокрема завдяки високій якості продукції, стабільним діловим відносинам та впровадженним принципам екологічної відповідальності. Найвагомішими факторами формування репутації є якість продукції та довіра постачальників, що свідчить про надійність компанії на ринку та її здатність підтримувати стабільне виробництво. Фінансова прозорість перебуває на середньому рівні, однак уже має позитивний вплив на інвестиційну привабливість підприємства, зокрема в очах банків та потенційних партнерів. Екологічні ініціативи та соціальна відповідальність починають відігравати все більшу роль у репутаційній стратегії підприємства, хоча потенціал у цій сфері залишається недостатньо реалізованим.

Для подальшого покращення репутації доцільно посилити соціальну активність та розширити екологічні програми, що може підвищити рівень довіри серед споживачів і суспільства загалом.

За результатами умовного анкетування потенційних інвесторів (n=20), найбільш важливими факторами при прийнятті рішення про інвестування були: 65% — фінансова прозорість підприємства; 50% — стабільність прибутку за останні роки; 45% — ділова репутація керівництва; 40% — екологічна відповідальність та соціальна активність.

Порівняння репутації ТОВ «Драйзер» з конкурентами наведено в табл. 2.14.

Таблиця 2.14

Порівняння репутації ТОВ «Драйзер» з конкурентами у 2024р.

Фактор	ТОВ «Драйзер»	ТОВ «RUTA-V»	ТОВ «SKIU AGRO»
Якість продукції	Висока	Висока	Середня
Еко-підходи	Середні	Високі	Низькі
Фінансова прозорість	Середня	Висока	Середня
Соцвідповідальність	Низька	Середня	Висока

Джерело: складено автором

Дані наведені в табл. 2.14 доцільно обґрунтувати:

Якість продукції: ТОВ «Драйзер» демонструє стабільно високу якість продукції, що підтверджено сертифікатами, відповідністю до стандартів харчової безпеки та позитивними відгуками клієнтів. ТОВ «RUTA V» також має високу якість продукції, орієнтуючись на преміум-сегмент ринку. Натомість ТОВ «SKIU AGRO» має середній рівень якості, що пояснюється зосередженістю на масовому виробництві за нижчими цінами.

Еко-підходи: ТОВ «Драйзер» лише частково впроваджує екологічні рішення (наприклад, використання екоупаковки, сортування відходів), тому рівень оцінено як середній. RUTA V є лідером у впровадженні сталого виробництва: застосовує біорозкладні пакування, енергоефективне обладнання та контролює вуглецевий слід — високий рівень. SKIU AGRO, на жаль, не має чіткої екостратегії, тому оцінено як низький рівень.

Фінансова прозорість. ТОВ «Драйзер» публікує основну звітність відповідно до вимог, однак не розкриває всіх фінансових даних інвесторам чи партнерам — тому середній рівень. RUTA V веде відкриту політику щодо фінансової звітності, подає звіти на платформах для інвесторів — висока прозорість. SKIU AGRO також має середню прозорість, оскільки частково розкриває фінансову інформацію.

Соціальна відповідальність. У ТОВ «Драйзер» соціальна активність обмежується підтримкою кількох місцевих ініціатив, тому оцінено як низька. RUTA V реалізує освітні проекти та екологічні акції, що дозволяє вважати її середньо відповідальною компанією. SKIU AGRO активно підтримує громади, бере участь у благодійності та працевлаштовує вразливі групи — висока соціальна відповідальність.

ТОВ «Драйзер» має позитивну репутацію на ринку, яка базується на якості продукції, відкритості до партнерства та дотриманні зобов'язань. Проте зниження фінансової стійкості у 2024 році може негативно вплинути на рівень довіри інвесторів у короткостроковій перспективі. З метою зміцнення позицій компанії рекомендовано: активніше комунікувати про успіхи компанії через ЗМІ та ділові платформи; працювати над збільшенням власного капіталу;

розробити PR-стратегію для покращення іміджу підприємства в очах інвесторів.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

У результаті проведеного дослідження поточного інвестиційного іміджу ТОВ «Драйзер» можна зробити такі узагальнення:

1. Фінансово-господарська діяльність підприємства демонструє позитивну динаміку. Протягом 2021–2024 рр. спостерігається зростання чистого доходу від реалізації продукції, а також покращення фінансових результатів. Чистий прибуток у 2024 році склав понад 1,2 млн грн, що свідчить про стабілізацію діяльності компанії після збитків у 2021 році.

2. Основні показники рентабельності та платоспроможності мають позитивну тенденцію. Рентабельність витрат і реалізації свідчить про ефективніше використання ресурсів. Коефіцієнти ліквідності залишаються низькими, але мають незначне зростання, що вказує на необхідність підвищення фінансової стійкості.

3. SWOT-аналіз підприємства виявив сильні позиції у виробництві якісної продукції, наявність власного виробництва та досвіду у переробці. Водночас слабкими сторонами є залежність від сезонної сировини, обмежені фінансові ресурси та недостатній рівень автоматизації.

4. PEST-аналіз показав, що макросередовище загалом створює потенційно сприятливі умови для діяльності підприємства. Зокрема, можливості відкриваються через державну підтримку аграрного сектору, попит на здорове харчування та розвиток електронної комерції.

5. Репутаційний аналіз засвідчив, що ТОВ «Драйзер» має позитивне сприйняття серед партнерів і клієнтів, однак має потенціал для покращення у сферах екологічної відповідальності та соціальних ініціатив. У порівнянні з

конкурентами, підприємство поступається за рівнем екопідходів і соціальної активності, що може впливати на інвестиційну привабливість з боку свідомих інвесторів.

б. Конкурентне середовище на ринку переробки овочів і фруктів у регіоні є достатньо насиченим. Проте ТОВ «Драйзер» має потенціал зміцнити свої позиції шляхом модернізації виробництва, розширення асортименту еко-продуктів і підвищення прозорості фінансової звітності.

Загалом, ТОВ «Драйзер» має стійкий, але поки не повністю реалізований інвестиційний імідж. Підприємство демонструє стабільну фінансову діяльність, має хорошу репутацію на ринку, проте потребує подальших кроків для підвищення довіри інвесторів і зміцнення свого бренду як національного виробника натуральної продукції.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ІМІДЖУ ТОВ «ДРАЙЗЕР»

3.1 Розробка стратегії формування позитивного інвестиційного іміджу

Основною метою формування позитивного інвестиційного іміджу ТОВ «Драйзер» є підвищення довіри з боку потенційних інвесторів та партнерів, зміцнення ринкових позицій та розширення доступу до зовнішніх джерел фінансування.

Завдання стратегії: забезпечити інформаційну відкритість і прозорість; зміцнити репутацію компанії як відповідального та надійного партнера; покращити фінансову стабільність і ефективність діяльності; активно використовувати канали PR та цифрового маркетингу; розширити асортимент еко-продукції; стимулювати соціальну та екологічну відповідальність підприємства.

Етапи реалізації стратегії ТОВ «Драйзер» у 2026р. наведені в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Етапи реалізації стратегії ТОВ «Драйзер» у 2026р.

Етап	Термін	Основні дії	Відповідальні
I – Підготовчий	1–2 місяці	Аналіз, формування команди, цілей	Менеджмент, маркетинг
II – Планування	2–3 місяці	Розробка заходів, бюджетування	Керівництво, фінанси
III – Впровадження	6–12 місяців	Реалізація заходів, комунікації	Всі відділи
IV – Моніторинг і коригування	Постійно	Оцінка ефективності, адаптація	Аналітичний відділ

Джерело: складено автором

Дані наведені в табл. 3.1 характеризує етапи реалізації стратегії::

Етап I – Аналіз ситуації, постановка цілей (1–2 місяці). На першому етапі важливо оцінити вихідну позицію підприємства: його інвестиційний імідж,

фінансові показники, ринкове середовище та внутрішні ресурси. Цей аналіз дозволяє виявити слабкі місця, сильні сторони та зовнішні можливості для зростання. На основі цього формулюються реалістичні та вимірювані стратегічні цілі (наприклад, підвищення рентабельності, залучення інвесторів, покращення репутації тощо).

Етап II – Розробка та затвердження заходів (2–3 місяці). Цей етап передбачає планування конкретних дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей. Визначаються необхідні ресурси, відповідальні особи, бюджет, часові рамки та очікувані результати. Також формується комунікаційна стратегія для інформування інвесторів, партнерів і громадськості. Затвердження плану на рівні керівництва забезпечує його офіційний статус і гарантує виділення ресурсів.

Етап III – Впровадження заходів (6–12 місяців). Це найбільш тривалий та ресурсомісткий етап, коли стратегія переходить до фактичного виконання: запуск інвестиційних проєктів, оновлення звітності, PR-кампанії, впровадження технологій, розвиток партнерств тощо. Успіх реалізації залежить від координації між підрозділами, контролю за виконанням та дотримання термінів. Проміжні результати регулярно оцінюються для оперативного реагування на виклики.

Етап IV – Оцінка результатів та коригування (Постійно). Оскільки зовнішнє середовище швидко змінюється, важливо безперервно відстежувати ефективність реалізації стратегії. Проводиться аналіз ключових показників (інвестиційна привабливість, фінансова стабільність, довіра партнерів тощо). У разі відхилення від плану проводиться коригування заходів, оновлення цілей або перенаправлення ресурсів. Такий підхід підвищує гнучкість і адаптивність стратегії до змін.

Послідовна реалізація цих етапів дозволяє ТОВ «Драйзер» системно формувати позитивний інвестиційний імідж, зменшувати ризики, підвищити прозорість діяльності та залучити фінансування для стратегічного розвитку.

На основі проведеного аналізу доцільно реалізувати такі ключові заходи

(табл. 3.2):

1. Підвищення прозорості: впровадження фінансового звітування за МСФЗ (міжнародні стандарти); регулярна публікація аналітичних оглядів та звітів для інвесторів; відкриття розділу “Інвестору” на офіційному сайті компанії.

2. Модернізація виробництва: залучення інвестицій для автоматизації ліній переробки овочів та фруктів; впровадження сучасних систем контролю якості (НАССР, ISO 22000).

3. Еко-брендинг та сталий розвиток: позиціонування частини асортименту як екологічно чистої продукції; впровадження еко-упаковки та мінімізація виробничих відходів; отримання відповідних еко-сертифікатів (наприклад, Organic Standard).

4. Соціальні ініціативи: участь у місцевих благодійних заходах; підтримка громадських ініціатив у Дніпрі; впровадження програм підтримки працівників та їхніх сімей.

5. Цифрова стратегія: активна присутність у соцмережах (Instagram, Facebook, LinkedIn); запуск B2B платформи для замовлень оптом; впровадження CRM-системи для обслуговування клієнтів.

Таблиця 3.2

Основні напрями стратегії формування інвестиційного іміджу
ТОВ «Драйзер» у 2026р.

Напрямок	Запропоновані заходи	Очікуваний результат
Прозорість та фінансова звітність	Впровадження МСФЗ, публічні звіти, Investor Relations	Підвищення довіри інвесторів
Якість продукції	Сертифікація, контроль якості, модернізація виробництва	Конкурентоспроможність, стабільний попит
Соціальна відповідальність	Благодійність, підтримка працівників	Позитивне сприйняття бренду
Екологічність	Еко-упаковка, зменшення відходів, сертифікація	Вихід на ринок еко-продукції
Цифровізація	CRM, маркетинг онлайн, B2B-платформа	Зростання продажів, нові клієнти

Джерело: складено автором

Очікувані результати від впровадження запропонованої стратегії (табл. 3.3): підвищити привабливість компанії для інвесторів; сформувані позитивний публічний імідж; розширити присутність на ринку; збільшити обсяг інвестиційних надходжень; забезпечити стає економічне зростання підприємства.

Таблиця 3.3

Очікувані показники результативності реалізації стратегії
ТОВ «Драйзер» (прогноз на 2026–2027 рр.)

Показник	2024 (базовий)	2025 (оцін.)	2026 (план)	2027 (прогноз)
Чистий дохід, тис. грн	49 857	54 000	59 000	65 000
Обсяг інвестицій, тис. грн	0	2 000	3 500	4 000
Рівень рентабельності, %	2,41	4,5	6,2	7,5
Кількість партнерів	18	25	32	40
Публічних звітів / презентацій	0	2	4	4
Частка еко-продукції в асортименті, %	5	10	18	25

Джерело: складено автором

У табл. 3.3 представлено прогнозовані показники ефективності реалізації стратегії формування позитивного інвестиційного іміджу ТОВ «Драйзер» у середньостроковій перспективі (2026–2027 рр.). Наведені дані свідчать про заплановані зміни, які мають покращити фінансові, партнерські та іміджеві результати діяльності підприємства:

- Чистий дохід демонструє стабільне зростання: з 49 857 тис. грн у 2024 році до прогнозованих 65 000 тис. грн у 2027 році. Це є наслідком розширення ринків збуту, підвищення попиту на продукцію, особливо еко-сегменту, та впровадження нових маркетингових підходів.
- Обсяг інвестицій у 2024 році був відсутній, однак уже в 2025 році передбачається залучення 2 млн грн, а в 2026–2027 роках – подальше зростання до 4 млн грн. Це пояснюється активною роботою над покращенням інвестиційного іміджу та реалізацією заходів із модернізації виробництва й автоматизації процесів.
- Рівень рентабельності також має позитивну динаміку: очікується

зростання з 2,41% у 2024 році до 7,5% у 2027 році. Це свідчить про ефективне використання ресурсів, зниження витрат і збільшення прибутку за рахунок підвищення якості продукції та оптимізації бізнес-процесів.

- Кількість партнерів планується поступово збільшувати з 18 (2024) до 40 (2027), що є показником довіри до підприємства, розширення дистрибуторської мережі та встановлення довготривалих ділових відносин.
- Публічні звіти та презентації, яких у 2024 році не було, стануть частиною корпоративної комунікації з 2025 року. Заплановано щорічне проведення щонайменше 2–4 публічних заходів, що сприятиме зростанню прозорості та підвищенню рівня довіри серед інвесторів та споживачів.
- Частка еко-продукції в асортименті зростатиме з 5% у 2024 році до 25% у 2027 році. Це відповідає тренду на здорове харчування та сталий розвиток, а також покращує репутаційні позиції компанії на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Загалом, реалізація запропонованої стратегії дозволить ТОВ «Драйзер» не лише зміцнити фінансові позиції, але й підвищити інвестиційну привабливість, зміцнити імідж на ринку та забезпечити сталий розвиток у конкурентному середовищі.

3.2 Пропозиції щодо підвищення фінансової стійкості, прибутковості, прозорості та привабливості для інвесторів

Інвестори ретельно досліджують та аналізують всі аспекти, які можуть вплинути на успішність інвестування та намагаються мінімізувати ризики. Інвестиційна привабливість визначається рівнем задоволення різних вимог та інтересів інвестора, таких як фінансові, виробничі, організаційні та інші. Оцінка цієї привабливості може бути здійснена за допомогою різних показників, включаючи інтегральну оцінку, що дозволяє отримати

комплексний погляд на привабливість підприємства для потенційного інвестора.

Враховуючи, що інвестиційні потреби та інтереси вкладників часто суперечать один одному (спрага досягнути суттєвого прибутку при мінімальних витратах), важливим стає вивчення взаємодії між інвестиційною привабливістю та інвестиційним потенціалом. Ця взаємодія розкриває внутрішній механізм інвестиційної діяльності як двигуна розвитку виробництва. Водночас, інвестиційна привабливість визначає загальну оцінку переваг та недоліків інвестування в конкретні напрямки та об'єкти з позиції кожного окремого інвестора.

Ось реальні, логічно обґрунтовані проекти, які ТОВ «Драйзер» може реалізувати для підвищення фінансової стійкості, прибутковості, прозорості та інвестиційної привабливості:

1. Проект «Еко+» — розширення лінійки натуральної продукції.

Мета: Збільшення частки еко-продуктів у портфелі компанії до 30%. Підвищити попит серед споживачів, покращити бренд-імідж і залучити інвесторів, орієнтованих на ESG (екологічні, соціальні, управлінські) цінності.

Основні заходи: сертифікація еко-продукції; партнерство з фермерами, що вирощують органічні овочі та фрукти; еко-упаковка (біорозкладна або багаторазова); запуск рекламної кампанії «Еко – це наш стандарт».

Очікуваний ефект:

- Зростання продажів на 15–20% у преміальному сегменті;
- Вихід на нові ринки (експорт в ЄС).

2. Проект «Діджитал-Фінанс» — впровадження електронної системи управління фінансами

Мета: Підвищення прозорості та контролю над витратами. Формування довіри у банків та інвесторів; спрощення подання звітності

Основні заходи: впровадження CRM+ERP-систем (наприклад, BAS ERP або Microsoft Dynamics); автоматизація фінзвітності (щоквартальне оновлення звітів); публікація частини фінзвітності на сайті.

Очікуваний ефект:

- Зменшення фінансових помилок і затримок на 30%;
- Підвищення фінансової прозорості — як перед банками, так і перед інвесторами.

3. Проєкт «GreenEnergy» — зниження енергозалежності підприємства.

Мета: Оптимізація витрат на електроенергію. Підвищення фінансової стійкості через стабільні витрати.

Основні заходи: встановлення сонячних панелей на дахах виробничих приміщень; впровадження енергоефективного освітлення (LED, датчики); аналіз енергоспоживання та оптимізація процесів.

Очікуваний ефект:

- Зниження витрат на електроенергію до 20%;
- Можливість подати заявку на «зелені» гранти або кредити.

4. Проєкт «Відкрите підприємство» — програма формування публічного іміджу.

Мета: Зміцнення репутації та довіри з боку партнерів і громадськості. Залучення нових інвесторів та партнерів.

Основні заходи: щорічні публічні звіти про результати діяльності; відеоекскурсії на виробництво; відкриті зустрічі з інвесторами; сторінка «Прозорість» на сайті.

Очікуваний ефект:

- Збільшення кількості заявок на співпрацю;
- Формування позитивного публічного образу компанії.

5. Проєкт «Інвестор+» — платформа для залучення інвестицій.

Мета: Пряме залучення коштів для розширення. Створити механізм доступу до капіталу (через краудфандинг або бізнес-ангелів).

Основні заходи: розробка бізнес-плану для інвесторів; публікація проєктів на платформах (наприклад, SmartTender, UAngel, Startup.Network); презентації на форумах і виставках.

Очікуваний ефект:

- Отримання цільових інвестицій 2–5 млн грн;
- Залучення партнерів для спільних проєктів.

Комплекс заходів щодо формування позитивного інвестиційного іміджу ТОВ «Драйзер» у 2026р. наведений у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Комплекс заходів щодо формування позитивного інвестиційного іміджу ТОВ «Драйзер» у 2026р.

№	Назва проєкту	Мета і короткий зміст	Термін реалізації	Джерела фінансування	Очікувані результати
1	«Еко+»	Розширення лінійки натуральної продукції, впровадження екоупаковки	2025*–2026	Власні кошти, інвестори, гранти	Зростання чистого доходу на 12%, збільшення долі еко-продукції до 25%
2	«Діджитал-Фінанс»	Впровадження CRM/ERP-систем, автоматизація звітності	2025*	Власні кошти, ІТ-гранти, кредити	Покращення фінансової прозорості, економія 10% адмін витрат
3	«GreenEnergy»	Встановлення сонячних панелей, енергоощадне обладнання	2025*–2027	Кредити, державні програми, донори	Зниження витрат на енергію до 20%, покращення екологічного іміджу
4	«Відкрите підприємство»	Публічні звіти, екскурсії, зустрічі з інвесторами	2025*	Власні кошти	Зміцнення довіри партнерів, підвищення рейтингу компанії
5	«Інвестор+»	Платформа для залучення коштів, бізнес-презентації на форумах	2026	Гранти, венчурні фонди, бізнес-ангели	Пряме залучення інвестицій до 5 млн грн, нові стратегічні партнери

* грудень 2025р.

Джерело: складено автором

Аргументувати дані з табл. 3.4 можна наступним чином:

1. «Еко+» — розширення еко-продукції. Цей проєкт відповідає сучасним трендам здорового харчування та підвищеного попиту на екологічну упаковку. Очікуване зростання доходу та частки еко-продукції базується на розширенні аудиторії (зокрема серед молоді та експортерів).

2. «Діджитал-Фінанс» — цифровізація звітності та CRM. Автоматизація бізнес-процесів забезпечить оперативність у прийнятті рішень, прозорість для інвесторів та зниження адміністративних витрат. Це покращить фінансову

репутацію підприємства.

3. «GreenEnergy» — енергоефективність. Встановлення альтернативних джерел енергії зменшить залежність від коливань цін на енергоносії, знизить витрати на виробництво та покращить екологічну репутацію компанії.

4. «Відкрите підприємство» — публічність і довіра. Звіти, відкритість для громадськості та інвесторів зміцнять репутацію та довіру, що є критично важливо для довгострокового залучення капіталу.

5. «Інвестор+» — залучення фінансування через партнерства. Створення спеціалізованої платформи для презентації бізнесу підвищить привабливість для інвесторів, дозволить залучити додаткові ресурси та масштабувати виробництво.

Усі проекти логічно пов'язані, мають чітке фінансове та репутаційне підґрунтя, а також відповідають стратегічним цілям підприємства щодо зростання, сталого розвитку й інвестиційної привабливості.

Деталізований графік реалізації запропонованих проектів (2025–2027 рр.) ТОВ «Драйзер» наведено в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Графік реалізації проектів ТОВ «Драйзер» (2025–2027 рр.)

Проект	2025 (грудень)	2026 (I півр.)	2026 (II півр.)	2027 (I півр.)	2027 (II півр.)
«Еко+»	✓ старт	✓ реалізація	✓ реалізація	✓ контроль	виконано
«Діджитал-Фінанс»	✓ запуск	🌀 підтримка	виконано	виконано	виконано
«GreenEnergy»	🌀 проектування	✓ встановлення	✓ запуск	✓ розширення	виконано
«Відкрите підприємство»	✓ старт	✓ підтримка	🌀 нові формати	виконано	виконано
«Інвестор+»	🌀 планування	✓ запуск	✓ презентації	✓ залучення	🌀 нові проекти

✓ – активна фаза реалізації

🌀 – підготовчі / підтримувальні дії

Джерело: складено автором

Таким чином, ESG-інвестиції (екологічні, соціальні та управлінські

критерії) відіграють дедалі важливішу роль у формуванні довгострокових інвестиційних стратегій. Врахування ESG-факторів дає змогу інвесторам знижувати ризики, покращувати фінансову стійкість портфелів та адаптуватися до змін у регуляторному середовищі. Світові тенденції показують, що компанії, які інтегрують ESG-принципи у свою діяльність, демонструють вищу прибутковість, мають кращий доступ до капіталу та отримують підтримку з боку інституційних інвесторів (табл.3.6).

Таблиця 3.6

Ключові аспекти впливу ESG-інвестиційних стратегій на довгострокове управління інвестиційними портфелями

№	Аспект впливу	Опис
1	Зниження ризиків	Врахування ESG-факторів допомагає ідентифікувати та мінімізувати екологічні, соціальні та корпоративні ризики, що знижує ймовірність фінансових втрат
2	Підвищення прибутковості	Дослідження показують, що компанії з високими ESG-рейтингами часто демонструють вищу рентабельність та стабільне зростання
3	Покращення репутації	ESG-орієнтовані компанії викликають більше довіри у інвесторів, що сприяє збільшенню їхньої ринкової вартості
4	Оптимізація портфеля	Відбір компаній із сильними ESG-показниками дозволяє підвищити якість активів та мінімізувати вплив нестабільних підприємств
5	Доступ до капіталу	ESG-інвестування відкриває доступ до нових джерел фінансування, зокрема зелених облігацій та фондів соціального інвестування
6	Адаптація до регуляторних змін	ESG-стратегії сприяють дотриманню нових законодавчих вимог, що допомагає уникати штрафів і санкцій
7	Стимулювання інновацій	Інвестиції у сталі технології та соціальні ініціативи підвищують конкурентоспроможність компаній на ринку

Джерело: сформовано автором на основі [39]

Також варто відзначити, що ESG-орієнтовані компанії отримують більшу довіру з боку банків та кредитних установ, що сприяє вигіднішим умовам фінансування, зокрема пільговим кредитним ставкам і більшій гнучкості в 50 управлінні фінансовими ресурсами. Загалом, компанії, що інтегрують ESG-стратегії у свою діяльність, мають конкурентну перевагу у залученні капіталу, що забезпечує їхню фінансову стабільність і довгостроковий розвиток.

Застосування ESG-інвестування (екологічних, соціальних і

управлінських критеріїв) стало невід'ємною частиною сучасних інвестиційних стратегій, що орієнтовані на сталий розвиток і довгострокову ефективність.

Врахування ESG-факторів дозволяє не тільки знижувати ризики, пов'язані з негативними екологічними, соціальними та управлінськими впливами, але й підвищувати прибутковість інвестицій, зокрема через підтримку інноваційних, стійких і етичних компаній. Використання ESG-інструментів сприяє забезпеченню стабільності та сталого зростання інвестиційних портфельів у мінливому глобальному середовищі. Зважаючи на зростаючий інтерес до інвестування на основі ESG-принципів та їх потенціал для підвищення ефективності управління активами, важливо розробити ефективні рекомендації щодо застосування цих методів.

Зокрема, йдеться про інтеграцію ESG-стратегій у процеси відбору активів, управління ризиками та оптимізації фінансових інструментів. Це дозволить досягти високих фінансових результатів і мінімізувати можливі негативні впливи, зберігаючи при цьому етичні та екологічні стандарти.

3.3 Очікувані результати та оцінка ефективності запропонованих заходів

Управлінські рішення, спрямовані на покращення інвестиційного іміджу підприємства, мають бути не лише стратегічно виправданими, а й економічно ефективними. Тому важливо на етапі планування оцінювати очікувані результати впровадження проєктів за рядом показників, зокрема:

- Чистий економічний ефект — різниця між очікуваними доходами (або економією витрат) і витратами на реалізацію заходу.
- Термін окупності — час, за який інвестиції у проєкт повернуться у вигляді прибутку чи економії.
- Інвестиційна привабливість — здатність підприємства зацікавити потенційних інвесторів, що базується на фінансовій стабільності, прозорості

та перспективності.

- Рівень рентабельності — динаміка зростання прибутку по відношенню до доходу або витрат.
- Нематеріальні ефекти — зміцнення репутації, розширення партнерських зв'язків, підвищення довіри клієнтів тощо.

Ці показники дозволяють оцінити комплексний вплив запропонованих стратегій на поточну та довгострокову діяльність підприємства.

1. «Еко+» — розширення еко-продукції

- Очікуване збільшення чистого доходу: +3 000 тис. грн (2026 рік)
- Витрати на запуск проєкту: 1 000 тис. грн (закупівля сировини, упаковки, сертифікація)
- Ефект: $3\,000 - 1\,000 = 2\,000$ тис. грн

Оцінка ефективності проєкту «Еко+» ТОВ «Драйзер» наведена в табл.

3.6.

Таблиця 3.6

Оцінка ефективності проєкту «Еко+» ТОВ «Драйзер»

Показник	Значення
Назва проєкту	«Еко+» — розширення еко-продукції
Орієнтовна сума інвестицій	1 200 тис. грн
Період реалізації	6–9 місяців (2025–2026 рр.)
Очікуване збільшення чистого доходу на рік	3 000 тис. грн
Додаткова економія витрат на рік	150 тис. грн
Чистий економічний ефект (ЕЕ)	1 950 тис. грн
Термін окупності інвестицій (Ток)	4,6 місяці
Рентабельність інвестицій (ROI)	162,5%
Частка еко-продукції в асортименті	Зростання з 5% (2024) до 25% (2027)
Потенційна кількість нових партнерів	+6–8
Репутаційний ефект	Підвищення довіри серед клієнтів та інвесторів
Потенціал для сертифікації	ВІО, Organic, ISO 14001

Джерело: складено автором

Проєкт «Еко+» згідно з даними наведеними в табл. 3.6. передбачає розширення асортименту екологічної продукції компанії ТОВ «Драйзер». Його реалізація є логічним кроком у відповідь на зростаючий попит на здорове харчування та еко-продукти на українському та міжнародному ринках.

Орієнтовний обсяг інвестицій у проєкт становить 1 200 тис. грн, що включає витрати на оновлення технологічних процесів, закупівлю сертифікованої сировини, підготовку персоналу, маркетинг і ребрендинг. Період реалізації проєкту — 6–9 місяців у 2025–2026 роках, що дозволить підприємству ефективно запуснути нову лінію продукції та вийти на нові ринки збуту.

Очікується, що після впровадження проєкту чистий дохід підприємства зросте на 3 млн грн на рік, що пов'язано з підвищенням попиту на еко-продукцію. Крім того, підприємство отримає додаткову економію витрат у розмірі 150 тис. грн щороку завдяки більш раціональному використанню ресурсів, зокрема за рахунок переходу на сучасну, економічну упаковку та часткову оптимізацію логістики.

Сукупний чистий економічний ефект (ЕЕ) становить 1 950 тис. грн, що розраховується як різниця між прибутком і вкладеними коштами. При цьому термін окупності проєкту складає близько 4,6 місяця, а рентабельність інвестицій (ROI) оцінюється на рівні 162,5%, що свідчить про високий рівень ефективності та швидке повернення інвестицій.

У стратегічному плані проєкт передбачає зростання частки еко-продукції в загальному асортименті з 5% у 2024 році до 25% у 2027 році. Це дозволить підприємству виділитися серед конкурентів, а також залучити 6–8 нових партнерів, орієнтованих на здорову та сертифіковану продукцію.

Крім фінансових результатів, реалізація проєкту сприятиме підвищенню репутації компанії, зміцненню довіри з боку споживачів та потенційних інвесторів. Очікується, що після оновлення виробництва ТОВ «Драйзер» зможе пройти сертифікацію за міжнародними стандартами, такими як ВІО, Organic та ISO 14001, що відкриє нові експортні можливості.

Таким чином, проєкт «Еко+» є не лише прибутковим, а й репутаційно та стратегічно значущим для формування позитивного інвестиційного іміджу підприємства.

2. «Діджитал-Фінанс» — впровадження CRM та автоматизація:

- Економія на адмініструванні, паперових процесах і часі персоналу: 400 тис. грн/рік
- Витрати на впровадження систем: 700 тис. грн
- Ефект за 2 роки (2026–2027): $2 \times 400 - 700 = 100$ тис. грн

Оцінка ефективності проєкту «Діджитал-Фінанс» ТОВ «Драйзер» наведена в табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Оцінка ефективності проєкту «Діджитал-Фінанс» ТОВ «Драйзер»

Показник	Значення
Назва проєкту	«Діджитал-Фінанс» — впровадження CRM та автоматизації
Орієнтовна сума інвестицій	700 тис. грн
Період реалізації	6 місяців (2025 рік)
Очікувана економія витрат на рік	400 тис. грн
Загальний ефект за 2 роки (2026–2027)	800 тис. грн
Чистий економічний ефект (ЕЕ)	100 тис. грн
Термін окупності інвестицій (Ток)	1,75 року
Рентабельність інвестицій (ROI)	$\approx 14,3\%$
Очікувані ефекти	- Оптимізація документообігу - Зменшення навантаження на персонал - Підвищення точності управлінських рішень - Підготовка до масштабування діяльності
Репутаційний ефект	Демонстрація прозорості та сучасного підходу до бізнесу
Потенціал масштабування	Високий — система буде основою для подальших інвестицій та автоматизації

Джерело: складено автором

У межах стратегії підвищення інвестиційної привабливості та управлінської ефективності, ТОВ «Драйзер» планує реалізувати проєкт «Діджитал-Фінанс», що передбачає впровадження CRM-системи (Customer Relationship Management) та автоматизацію ключових адміністративних і фінансових процесів.

Загальна сума інвестицій на реалізацію проєкту складає 700 тис. грн, а період впровадження — 6 місяців у 2025 році. Очікується, що результатом стане щорічна економія витрат у розмірі 400 тис. грн за рахунок: скорочення витрат на ручне адміністрування та обробку документів; зменшення навантаження на персонал; зниження ймовірності фінансових помилок;

покращення контролю за дебіторською заборгованістю та виконанням контрактів.

Сумарний економічний ефект за два роки (2026–2027) становитиме 800 тис. грн, що дозволяє отримати чистий економічний ефект у розмірі 100 тис. грн після покриття інвестиційних витрат.

Очікуваний термін окупності інвестицій — 1,75 року, а рівень рентабельності інвестицій (ROI) — приблизно 14,3%, що є прийнятним для довгострокових організаційних змін.

Крім прямих фінансових вигод, впровадження цифрових рішень сприятиме зміцненню репутації підприємства як сучасного та відкритого до інновацій бізнесу, що значно підвищить довіру інвесторів. CRM також створює базу для подальшої автоматизації та масштабування, зокрема в напрямку онлайн-продажів, аналітики та клієнтського сервісу.

Таким чином, проєкт «Діджитал-Фінанс» поєднує як фінансові вигоди, так і репутаційні переваги, закладаючи основу для сталого розвитку підприємства в умовах цифрової трансформації.

3. «GreenEnergy» — енергоефективність:

- Щорічна економія на електроенергії та газі: 600 тис. грн
- Витрати на встановлення обладнання: 1 200 тис. грн
- Ефект за 2 роки: $2 \times 600 - 1\,200 = 0$ грн (окупність до кінця 2027)

У 2028 очікується вже +600 тис. грн чистого ефекту щороку

Оцінка ефективності проєкту «GreenEnergy» ТОВ «Драйзер» наведена в табл. 3.8.

Проєкт «GreenEnergy» спрямований на зниження енерговитрат підприємства шляхом модернізації обладнання, утеплення приміщень та часткового переходу на відновлювані джерела енергії. Інвестиції у розмірі 1,2 млн грн дають змогу щороку економити 600 тис. грн на електроенергії та газі.

Оскільки економія дорівнює обсягу інвестицій вже через два роки, проєкт повністю окупується до кінця 2027 року. З 2028 року підприємство щорічно отримуватиме чистий економічний ефект +600 тис. грн, що суттєво

підвищить рентабельність та фінансову стійкість.

Таблиця 3.8

Оцінка ефективності проєкту «GreenEnergy» ТОВ «Драйзер»

Показник	Значення
Назва проєкту	«GreenEnergy» — перехід на енергоефективність
Орієнтовна сума інвестицій	1 200 тис. грн
Період реалізації	9–12 місяців (2025–2026 рр.)
Щорічна економія на енергоносіях	600 тис. грн
Сукупний ефект за 2 роки (2026–2027)	1 200 тис. грн
Чистий економічний ефект за 2 роки	0 грн (інвестиції окупаються повністю)
Очікуваний чистий ефект з 2028 року	+600 тис. грн щороку
Термін окупності інвестицій (Ток)	2 роки
Рентабельність інвестицій (ROI)	0% (після 2 років) → зростає з 2028 року
Екологічний ефект	Скорочення витрат енергії, зменшення CO ₂ -викидів
Репутаційний ефект	Позиціонування як «зелений» бізнес
Можливість сертифікації	ISO 14001, ISO 50001

Джерело: складено автором

Крім фінансових результатів, ініціатива має екологічну складову, адже скорочення споживання традиційних енергоресурсів веде до зниження викидів парникових газів, що важливо для іміджу відповідального виробника. Це створює можливість отримати сертифікати на зразок ISO 14001 або 50001, які посилюють привабливість для міжнародних партнерів і донорських програм.

4. «Відкрите підприємство» — репутаційна прозорість:

- Залучення нових партнерів (постачальників та 1 інвестора): умовно +1 500 тис. грн доходу
- Витрати на маркетинг, комунікації, звітність: 500 тис. грн
- Ефект: $1\,500 - 500 = 1\,000$ тис. грн

Оцінка ефективності проєкту «Відкрите підприємство» ТОВ «Драйзер» наведена в табл. 3.9.

Проєкт «Відкрите підприємство» передбачає впровадження комунікаційних та PR-ініціатив, спрямованих на підвищення прозорості бізнесу ТОВ «Драйзер». Це включає регулярну публікацію фінансової звітності, оновлення інформації на корпоративному сайті, проведення

відкритих заходів, публічних презентацій та звітів про діяльність.

Таблиця 3.9

Оцінка ефективності проєкту «Відкрите підприємство» ТОВ «Драйзер»

Показник	Значення
Назва проєкту	«Відкрите підприємство»
Орієнтовна сума інвестицій	500 тис. грн
Період реалізації	2025 рік (6 місяців)
Очікуване збільшення доходу	1 500 тис. грн (за рахунок нових партнерів)
Чистий економічний ефект (ЕЕ)	1 000 тис. грн
Термін окупності інвестицій (Ток)	~4 місяці
Рентабельність інвестицій (ROI)	200%
Кількість нових партнерів	5+ (у т.ч. 1 потенційний інвестор)
Репутаційний ефект	Підвищення довіри, відкритість
Очікувані нематеріальні вигоди	Посилення позицій у рейтингах, публічність

Джерело: складено автором

Очікується, що така стратегія суттєво покращить імідж компанії серед потенційних інвесторів і постачальників. Завдяки цьому вже у перший рік реалізації проєкту підприємство зможе залучити щонайменше одного інвестора та декілька надійних партнерів. Прогнозований економічний ефект — додатковий дохід у розмірі 1,5 млн грн, при витратах на реалізацію лише 500 тис. грн, що забезпечує рентабельність 200%.

Крім фінансового зиску, реалізація проєкту сприятиме покращенню репутації, зміцненню ринкових позицій та формуванню сталого довіри серед цільової аудиторії. У довгостроковій перспективі це також створює умови для успішного залучення стратегічних інвесторів.

5. «Інвестор+» — платформа залучення інвестицій:

- Очікуване залучення інвестицій: 600 тис. грн.
- Прямий дохід — 1 млн.грн.
- Витрати на створення платформи, аналітики, підготовку презентацій: 300 тис. грн
- Ефект: 3,4 млн.грн.

Не прямий прибуток, а інвестиційний ресурс + збільшення активів

Оцінка ефективності проєкту «Інвестор+» ТОВ «Драйзер» наведена в

табл. 3.10.

Таблиця 3.10

Оцінка ефективності проєкту «Інвестор+» ТОВ «Драйзер»

Показник	Значення
Назва проєкту	«Інвестор+» — платформа залучення інвестицій
Орієнтовна сума інвестицій	600 тис. грн
Період реалізації	2025–2026 рр. (8–12 місяців)
Очікуване залучення зовнішнього фінансування	2 000 тис. грн
Очікуване зростання доходу (через реалізацію інвестпроєктів)	1 000 тис. грн/рік з 2026 року
Сумарний ефект за 2 роки	$2\,000$ (інвестиції) + $2\,000$ (дохід) – $600 = 3\,400$ тис. грн
Чистий економічний ефект (ЕЕ)	3 400 тис. грн
Термін окупності інвестицій (Ток)	$\approx 7,2$ місяці
Рентабельність інвестицій (ROI)	567%
Репутаційний ефект	Підвищення привабливості для стратегічних інвесторів

Джерело: складено автором

Проєкт передбачає створення сучасної онлайн-платформи (або окремого розділу на сайті підприємства), де буде представлена вся ключова інформація для потенційних інвесторів — аналітика, звіти, фінансові плани, успішні кейси, прогнозовані проєкти. Завдяки цьому ТОВ «Драйзер» зможе:

- Залучити додаткові 2 млн грн інвестицій на розвиток виробництва, логістики чи еко-лінії.
- Посилити свою інвестиційну прозорість і репутацію як партнера, готового до зростання.
- Активізувати нові довгострокові партнерства з фінансовими установами та фондами.
- Створити основу для участі в держпрограмах, грантах та міжнародних конкурсах фінансування.

У результаті реалізації проєкту очікується високий економічний ефект — 3,4 млн грн за рахунок залучення фінансування та збільшення доходів, а термін окупності — лише 7,2 місяці, що свідчить про високу рентабельність і доцільність впровадження платформи.

Підсумкова оцінка ефективності запропонованих проєктів ТОВ

«Драйзер» наведена в табл. 3.11.

Таблиця 3.11

Оцінка ефективності запропонованих проєктів ТОВ «Драйзер»

№	Назва проєкту	Інвестиції, тис. грн	Очікуваний ефект, тис. грн	Чистий ефект, тис. грн	Термін окупності	ROI, %
1	«Еко+» — розширення еко-продукції	1 200	3 150 (дохід + економія)	1 950	4,6 міс.	162,5%
2	«Діджитал-Фінанс» — CRM та автоматизація	700	800 (економія за 2 роки)	100	1,75 року	14,3%
3	«GreenEnergy» — енергоефективність	1 200	1 200 (за 2 роки)	0	2 роки	0%
4	«Відкрите підприємство» — прозорість	500	1 500 (залучення партнерів)	1 000	4 міс.	200%
5	«Інвестор+» — платформа залучення інвестицій	600	4 000 (2 000 інвестицій + 2 000 дохід)	3 400	7,2 міс.	567%

Джерело: складено автором [30]

Для підвищення інвестиційної привабливості ТОВ «Драйзер» було запропоновано 5 стратегічних проєктів, реалізація яких охоплює різні напрями: екологізацію, цифровізацію, енергоефективність, підвищення прозорості та залучення інвестицій. Усі проєкти пройшли оцінку за ключовими економічними показниками — обсяг інвестицій, очікуваний ефект, термін окупності, рівень прибутковості (ROI).

1. Проєкт «Еко+» передбачає розширення частки еко-продукції до 25% у загальному асортименті. Він матиме не лише економічний ефект у вигляді додаткового доходу (3 млн грн щорічно), але й суттєво покращить репутацію бренду серед еко-орієнтованих споживачів. ROI становить 162,5%, що свідчить про високу прибутковість проєкту при короткому терміні окупності (менше 5 місяців).

2. «Діджитал-Фінанс» спрямований на цифровізацію управлінських процесів — впровадження CRM-системи, автоматизацію обліку та скорочення паперового документообігу. Хоча його економічний ефект є порівняно невеликим (100 тис. грн чистого ефекту за 2 роки), він є стратегічним для зниження операційних витрат і підвищення прозорості управління.

3. Проєкт «GreenEnergy» має відтермінований ефект. У перші 2 роки його чистий ефект буде нульовим (інвестиції повністю покривають економію), проте починаючи з 2028 року підприємство щорічно зможе заощаджувати 600 тис. грн на енергоносіях. Це робить проєкт ефективним з точки зору довгострокової фінансової стійкості.

4. «Відкрите підприємство» — проєкт, орієнтований на підвищення публічної прозорості, комунікацій з партнерами та інвесторами. Завдяки цим змінам очікується залучення нових партнерів та інвестора, що дозволить отримати додаткові 1,5 млн грн доходу. Чистий ефект — 1 млн грн, а ROI становить 200%, що робить цей проєкт високоефективним із коротким терміном окупності.

5. Проєкт «Інвестор+» є найбільш прибутковим серед запропонованих. Витрати на створення інвесторської онлайн-платформи та супутніх матеріалів становитимуть 600 тис. грн, однак очікуване залучення інвестицій (2 млн грн) і додатковий дохід (2 млн грн) забезпечують чистий ефект 3,4 млн грн. ROI — 567%, термін окупності — 7,2 місяці, що робить цей проєкт ключовим у контексті зміцнення фінансової бази підприємства.

Сукупна реалізація запропонованих проєктів дозволить не лише зміцнити фінансову стійкість ТОВ «Драйзер», але й значно покращити його імідж, підвищити рентабельність, привабити нових інвесторів та оптимізувати витрати. Раціональне поєднання короткострокових та довгострокових ініціатив забезпечить ефективне стратегічне зростання компанії в умовах конкурентного середовища.

Нижче проведено розрахунки для ситуації після реалізації всіх проєктів з 2028 року, коли вже працюють довгострокові ефекти (особливо «GreenEnergy»).

Таким чином, річний додатковий чистий прибуток = 8 650 тис. грн/рік.

Це приблизне додавання ефектів проєктів до базового прибутку підприємства. Якщо в 2024 чистий прибуток був 1 200 тис. грн, то після реалізації — теоретично приблизно 9 850 тис. грн/рік.

Вплив на показники фінансової стійкості:

1) Власний капітал. Інвестиції, отримані через «Інвестор+» (+2 000 тис. грн) та реінвестовані прибутки від проєктів збільшать власний капітал з 1 770 тис. грн у 2024 понад 5 000–6 000 тис. грн до 2028 р. Причини: приріст нерозподіленого прибутку та залучені інвестиції.

2) Активи та оборотні кошти. Збільшення активів за рахунок приросту грошових коштів від операційної діяльності: додатковий доход 8 650 тис. грн., ефективність операцій «Діджитал-Фінанс» і «GreenEnergy» зменшить витрати. Потенційне збільшення грошових активів та запасів для розширення виробництва.

Вплив на ліквідність:

Коефіцієнт ліквідності визначається співвідношенням оборотних активів до поточних зобов'язань.

Показник	До 2028	Після 2028 (оцінка)
Поточні оборотні активи	6 737 тис. грн (2024 дані)	15 000–17 000
Поточні зобов'язання	60 000	менше/стабільно

Оскільки оборотні активи зростуть через прибутки, ліквідність підприємства значно покращиться.

Вплив на рентабельність - після реалізації всіх проєктів рентабельність підприємства (ROA, ROE, рентабельність реалізації) збільшиться завдяки суттєво вищому чистому прибутку:

Показник рентабельності	2024	Після 2028 (очікування)
Рентабельність реалізації	2,41%	12–15%
Рентабельність активів (ROA)	1,9%	8–10%
Рентабельність власного капіталу (ROE)	48%	80–100%

Значне збільшення прибутку при відносно стабільних активах та капіталі.

Підсумкова таблиця всіх змін після реалізації проєктів наведена в табл. 3.12.

На основі реалізації п'яти стратегічних проєктів, ТОВ «Драйзер» очікує суттєве поліпшення ключових фінансових та нефінансових показників до 2028 року. Чистий дохід збільшиться на 23,8 млн грн (до 73,65 млн грн), що є наслідком виходу на нові ринки, розширення асортименту еко-продукції та

ефективнішого збуту. Чистий прибуток зросте майже в 8 разів – з 1,2 до 9,85 млн грн, завдяки економії витрат, автоматизації, зниженню енергоспоживання та залученню інвестицій.

Таблиця 3.12

Динаміка змін фінансових показників ТОВ «Драйзер»

Показник	2024 (базовий)	2028 (прогноз після реалізації проєктів)	Абсол.відх. 2028 від 2024
Чистий дохід, тис. грн	49 857	73 650	+23 793
Чистий прибуток, тис. грн	1 202,6	9 850	+8 647,4
Власний капітал, тис. грн	1 770	6 000	+4 230
Рентабельність реалізації, %	2,41	13,4	+11 п.п.
ROA – Рентабельність активів, %	1,9	9	+7 п.п.
ROE – Рентабельність капіталу, %	48,47	164	+115 п.п.
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,11	0,4	+0,29
Обсяг інвестицій залучених, тис. грн	0	2 000	+2 000
Частка еко-продукції в асортименті, %	5	25	+20 п.п.
Кількість партнерів	18	45+	+27 і більше

Джерело: складено автором [30]

Власний капітал зросте з 1,77 до 6 млн грн, що зміцнить фінансову незалежність підприємства та покращить його кредитоспроможність.

Рентабельність реалізації зросте з 2,41% до 13,4%, а рентабельність активів (ROA) – з 1,9% до 9%. Рентабельність власного капіталу (ROE) збільшиться до 164%, що є дуже високим рівнем ефективності використання ресурсів підприємства.

Коефіцієнт поточної ліквідності зросте з 0,11 до 0,4, що свідчить про покращення платоспроможності та здатності покривати короткострокові зобов'язання.

Компанія планує залучити 2 млн грн інвестицій, що раніше не було передбачено. Частка еко-продукції зросте до 25%, що відповідає сучасним ринковим трендам і позитивно вплине на імідж підприємства. Кількість партнерів зросте мінімум до 45, що є підтвердженням зростання довіри до бренду та ефективності комунікаційної стратегії.

Після реалізації запропонованих проєктів ТОВ «Драйзер» очікує суттєве покращення фінансових результатів, підвищення рентабельності, зміцнення

іміджу та зростання інвестиційної привабливості. Ці зміни створюють умови для сталого розвитку підприємства у довгостроковій перспективі.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛ 3

У результаті дослідження та розробки стратегічних напрямів удосконалення інвестиційного іміджу ТОВ «Драйзер» було сформовано комплексну програму заходів, що орієнтована на підвищення довіри інвесторів, зміцнення репутації підприємства та покращення його фінансових результатів у середньостроковій перспективі.

Запропоновані проекти — «Еко+», «CRM-впровадження», «GreenEnergy», «Відкрите підприємство» та «Інвестор+» — мають економічно обґрунтовану ефективність, швидкий термін окупності, а також створюють додаткову цінність як для підприємства, так і для зовнішніх партнерів.

Усі заходи спрямовані на:

- Підвищення фінансової стійкості та прибутковості через модернізацію процесів, енергозбереження та автоматизацію;
- Зростання рівня прозорості завдяки впровадженню CRM-систем, регулярної звітності та комунікацій з інвесторами;
- Посилення екологічної та соціальної відповідальності, що позитивно впливає на репутаційний капітал підприємства;
- Розширення кола партнерів та інвесторів, збільшення обсягу інвестицій та довіри до компанії.

Очікується, що вже до 2028 року ТОВ «Драйзер» зможе збільшити чистий прибуток у понад 8 разів, вивести рентабельність реалізації на рівень 13%, а також покращити показники ліквідності та капіталізації. Крім того, зросте частка еко-продукції до 25% та кількість партнерів — до 45+, що свідчить про високий рівень довіри та зацікавленості ринку.

Таким чином, впровадження запропонованих стратегічних заходів є

реальним інструментом формування стійкого позитивного інвестиційного іміджу підприємства, що забезпечує його успішний розвиток в умовах конкурентного ринку.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні, аналітичні та практичні аспекти формування та покращення інвестиційного іміджу підприємства на прикладі ТОВ «Драйзер». Результати дослідження дозволяють зробити наступні узагальнені висновки:

У першому розділі було розглянуто сутність інвестиційного іміджу як інтегрованого поняття, що поєднує елементи фінансової стабільності, репутації, відкритості, інноваційності та відповідальності підприємства.

Встановлено, що позитивний інвестиційний імідж:

- забезпечує підприємству довіру з боку інвесторів;
- полегшує доступ до зовнішніх джерел фінансування;
- сприяє довгостроковому розвитку та зміцненню позицій на ринку.

Також узагальнено методики оцінки інвестиційної привабливості (SWOT, PEST, фінансові коефіцієнти), що є базовим інструментом для розробки стратегії розвитку іміджу компанії.

Другий розділ було присвячено комплексному аналізу внутрішніх і зовнішніх характеристик підприємства, що формують його імідж для інвесторів:

- Фінансовий аналіз ТОВ «Драйзер» за 2021–2024 рр. показав позитивну динаміку чистого доходу та прибутку, однак підприємство має ще низький рівень ліквідності та високу залежність від короткострокових зобов'язань.
- Репутаційна оцінка свідчить про середній рівень довіри серед партнерів, обмежену відкритість компанії та недостатній розвиток еко-ініціатив.
- SWOT- та PEST-аналізи виявили як значний потенціал зростання (вихід на нові ринки, інновації, розвиток е-комерції), так і ризики, пов'язані з інфляцією, конкуренцією та нестачею ресурсів.

Порівняльна оцінка з конкурентами показала, що ТОВ «Драйзер»

потребує покращення еко-стратегії, цифровізації та підвищення публічності.

У третьому розділі запропоновано практичну стратегію підвищення інвестиційної привабливості ТОВ «Драйзер» шляхом впровадження п'яти стратегічних проєктів:

1. «Еко+» — розширення асортименту еко-продукції;
2. «CRM-автоматизація» — цифровізація обліку та комунікацій;
3. «GreenEnergy» — підвищення енергоефективності;
4. «Відкрите підприємство» — підвищення прозорості та звітності;
5. «Інвестор+» — створення платформи для залучення інвестицій.

Кожен із проєктів було оцінено за показниками економічного ефекту, рентабельності інвестицій, окупності та репутаційного впливу.

У результаті реалізації проєктів до 2028 року очікується:

- зростання чистого доходу на понад 23 млн грн;
- збільшення прибутку до майже 10 млн грн;
- покращення рентабельності до 13,4%;
- зростання власного капіталу та довіри інвесторів;
- розширення партнерської мережі до 45+ компаній;
- збільшення частки еко-продукції до 25% асортименту.

ТОВ «Драйзер» має реальний потенціал для формування сталого позитивного інвестиційного іміджу. Запропоновані заходи дозволять зміцнити позиції на ринку, залучити зовнішні фінансові ресурси, покращити показники ліквідності, прозорості та репутації. В довгостроковій перспективі це створить основу для стійкого зростання вартості бізнесу та підвищення конкурентоспроможності підприємства як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Василенко В.А. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник. Київ: ЦУЛ, 2008. 408 с.
2. Верба В.А., Гаврилюк О.В. Управління фінансовими ризиками підприємства. – Київ: КНЕУ, 2010. – 304 с.
3. Впровадження систем управління якістю як чинник зростання конкурентоспроможності продукції на шляху до ЄС [Електронний ресурс] / В. М. Ільченко, О. О. Зубайрова. Молодий вчений. 2014. № 12(1). С. 145-148. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2014_12\(1\)_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2014_12(1)_35)
4. Гаврилюк О.В. Фінансовий аналіз діяльності підприємства. Київ: КНЕУ, 2014. 295 с.
5. Гайдар С. М. Коефіцієнтний підхід до оцінки фінансової стійкості підприємств торгівлі. С. М. Гайдар. Торгівля і ринок : зб. наук. праць. 2017. №27. С. 443-449.
6. Городня Т.А. Економічна та фінансова діагностика: навч. посібник. Т. А. Городня, І. П. Мойсеєнко. Львів: «Магнолія 2006», 2012. 282 с.
7. Гуменюк А.Д. Інвестиційна привабливість підприємств: фінансові аспекти. Львів: Світ, 2012. 320 с.
8. Дем'яненко М.Я. Фінансовий словник-довідник. К.: ІАЕУААН, 2003. 507 с.
9. Дергалюк Б.В. Удосконалення системи управління фінансового діяльністю підприємства за рахунок підвищення оперативності аналізу фінансового стану. Б.В. Дергалюк, М.Р. Корчовна. URL: <http://sbkeip.kpi.ua/article/view/47114>
10. Дідівський Ф.В. Управління фінансами підприємства: Підручник. Львів: Магнолія, 2011. 368 с.
11. Дідченко О. І. Підходи до оцінки фінансового потенціалу як важливої складової інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства / О. І. Дідченко, Є. М. Плаксіна. Електрон. текст. дані. URL:

http://www.confcontact.com/2014_04_25_ekonomika_i_menedgment/monography/24_Dydchenko.htm.

12. Євдокимов Ф.І. Оцінка фінансової стійкості підприємства: проблеми та рішення. Одеса: Фенікс, 2016. 342 с.
13. Єфіменко В.І. Основи фінансового аналізу. Харків: Прапор, 2013. 416 с.
14. Жадько К.С., Падерін І.Д. Енциклопедія Сучасної України редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2024. URL: <https://esu.com.ua/article-886699>.
15. Жидяк О. Р. Фінансовий стан та вдосконалення контролю за фінансовими показниками аграрного підприємства. Вісник Таврійського державного аграрного університету. 2015. № 10. С. 138-142.
16. Ізмайлова К. В. Фінансовий аналіз: Навч. Посібник. К. В. Ізмайлова. К.: МАУП, 2012. 152 с.
17. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент: підручник. Житомир: ЖІТІ, 2001. 440 с.
18. Клімович І. М., Татієвська К. А. Деякі питання сутності та оцінки фінансового стану підприємства. Ефективна економіка. 2018. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/64.pdf.
19. Косарева І. П., Хохлов М. П., Бірюкова В. В. Дослідження теоретичних основ фінансового стану підприємства. Інфраструктура ринку. 2018. Вип. 19. С. 101-107.
20. Кузьмін О.Є. Фінансовий менеджмент у системі антикризового управління. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 380 с.
21. Лопатовська О., Пономарьова К. Сучасна методика аналізу ліквідності та платоспроможності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету 2022, № 5, Том 1. С. 221-228.
22. Лучко М. Р., Жукевич С.М., Фаріон А.І. Фінансовий аналіз: навч. посібник. Тернопіль. ТНЕУ. 2016. 304 с.

23. Ляпіна І.Б. Фінансовий аналіз у практиці підприємств України. Полтава: ПУЕТ, 2017. 315 с.
24. Макаренко М.В. Оцінка фінансових ризиків підприємства. Запоріжжя: КПУ, 2011. 220 с.
25. Мельник О.М. Фінансова стійкість підприємства в сучасній економіці. URL: <http://www.nbuiv.gov.ua>
26. Міценко Н.Г., Сорока У.П. Фінансовий аналіз як метод діагностики фінансового стану підприємства. Збірник науково-технічних праць Національного лісотехнічного університету. 2019. №11. С.192-196.
27. Набатова Ю. А., Малачевська К. О. Автоматизація аналізу та прогнозування фінансових результатів підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8405>.
28. Олійник О.В. Антикризове управління фінансовим станом підприємства. Київ: Знання, 2016. 388 с.
29. Оспіщев В.І. Класифікація чинників впливу на фінансову стійкість підприємств. В. І. Оспіщев, І. В. Нагорна. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі і послуг : зб. наук. праць. Редкол.: О.І. Черевко (відпов. ред.) та ін. Харків : Вид-во Харків. ДУ харчування та торгівлі. 2016. Вип. 2(10). 694. С. 218 – 223.
30. Офіційний сайт інформація по ТОВ «Драйзер» URL:<https://opendatabot.ua/c/45863044>
31. Павленко О. П., Бурсук Г.Ю. Фінансовий аналіз оборотних активів та оптимізація джерел їх формування. Молодий вчений. 2017. № 10. С. 981-984
32. Пархоменко В. М., Малюга Н. М. Облік і фінансова звітність за міжнародними стандартами: навч. посіб. Київ: 2019. 120 с.
33. Патарідзе-Вишинська М. В. Діагностика фінансового стану підприємств як інструмент управління фінансовою безпекою. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, березень 2019. № 12. 140-145 с.

34. Підтримка соціального підприємництва під час війни та подальша відбудова. В. М. Ільченко, В. Р. Кисельов. [Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: Економічні науки](#). 2022. № 4. С. 37-42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2022_4_7
35. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2000. 406 с.
36. Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації. Затвердженого наказом Міністерства фінансів України та Фонду державного майна України від 26.01.2001 N 49/121. URL: <http://www.rada.gov.ua>.
37. Приймак С. В. Діагностика фінансового стану підприємства в системі контролінгу: автореф. дис... канд. екон. наук. 08.00.08. К.: Ін-т економіки та прогнозування НАН України, 2007. 20 с.
38. Про запровадження МСФЗ 9 «Фінансові інструменти» від 15.06.2016 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v5914500-16#Text> (дата звернення: 15.11.2025)
39. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 15.06.2016 № 60-0005/59146 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v5914500-16#Text> (дата звернення: 15.11.2025)
40. Проблеми та особливості впровадження і застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні [Електронний ресурс]. С. М. Панасейко, І. М. Панасейко. [Інноваційна економіка](#). 2013. № 7. С. 284-286. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_7_67
41. Регулювання та діяльність соціального підприємництва в умовах воєнного стану [Електронний ресурс]. В. М. Ільченко, В. Р. Кисельов. [Східна Європа: економіка, бізнес та управління](#). 2023. Вип. 1. С. 32-37. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/cxeebu_2023_1_7
42. Рзаєв Г. І. Напрями аналізу фінансової безпеки підприємства під

кутом результативності його діяльності. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 3. 153–156 с.

43. Рудницький В.А. Система фінансової діагностики підприємств. ІваноФранківськ: Фоліо, 2018. 312 с.

44. Русіна Ю.О. Управління фінансовим станом підприємства та шляхи його покращення. Ю.О. Русіна, Т.І. Косич. Формування ринкових відносин в Україні. 2016. №16 (181). С. 57-62.

45. Савченко О.В. Діагностика фінансової стабільності: теорія та практика. Ужгород: ЗакДУ, 2011. 240 с.

46. Савчук Я. О. Моделювання фінансової діагностики підприємства. Інфраструктура ринку. 2017. Вип. 3. С. 83-88.

47. Сидоренко-Мельник Г. М. Роль фінансової діагностики в діяльності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. № 4, Т. 1. С. 15-19.

48. Слав'юк Р.А. Фінанси підприємств: навч. посіб. Р.А. Слав'юк. – К.: ЦУЛ, 2015. 460 с.

49. Сметанюк О. А. Діагностика фінансового стану підприємства в системі антикризового управління: Автореф. дис. канд. екон. наук. 08.06.01. Хмельницьк. нац. ун-т, 2006. 20 с.

50. Стадник В.В. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. Київ: Видавництво КНЕУ, 2007. 280 с.

51. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: монографія. 2-ге вид., без змін. К.: КНЕУ, 2006. 268 с.

52. Титаренко О.С. Сутнісна характеристика фінансового стану підприємства. О.С. Титаренко. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2012. №3 (54). С. 177-181.

53. Управління підприємницькими ризиками в умовах воєнного стану в Україні [Електронний ресурс]. С.М. Панасейко, І.М. Панасейко, М.С. Панасейко. [Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія : Економічні науки.](#) 2024. № 5(1). С. 127-135. URL:

[http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2024_5\(1\)_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2024_5(1)_19)

54. Фінанси підприємств: Навчальний посібник: Курс лекцій. За ред. д. е. н., проф. Г. Г. Кірейцева. Київ: ЦУЛ, 2002.
55. Фінанси підприємств: Підручник. Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. Поддєрьогін А. М. 5-те вид., перероб. та доп. К.: КНЕУ, 2006. 546 с.
56. Фролова Т.О. Фінансовий аналіз: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення. Т.О. Фролова. К.: Видавництво європейського університету, 2011. 253 с.
57. Цал-Цалко Ю. С. Фінансова звітність підприємства та її аналіз: Навч. Посіб. Ю.С.Цал-Цалко 2-ге вид, Житомир, ЖІТІ, 2001. 300с
58. Цар О.З. Аналіз динаміки фінансового стану підприємств України. О.З. Цар. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2013. №3. С. 221-238.
59. Цифровий маркетинг як основа сучасного бізнесу [Електронний ресурс]. Ю. Г. Горященко, В. М. Ільченко. [Науковий погляд: економіка та управління](#). 2020. № 2. С. 115-120. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue_2020_2_22
60. Чайка Т. Ю. Розрахунок коефіцієнтів ліквідності за балансом, урахування фінансових і виробничих особливостей підприємства під час здійснення коефіцієнтного аналізу ліквідності. Т. Ю. Чайка, С. Є. Лошакова, Я. С. Водоріз. Економіка і суспільство. 2019. №15. С.900 – 908.
61. Черниш С. С. Діагностика фінансового стану підприємства. Інноваційна економіка. 2010. № 3. С. 111-114.
62. Чорновіл І. А. Види діагностики фінансового стану підприємства. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2011. Вип. 3. С. 208-211.
63. Швець В.А. Діагностика фінансового стану промислових підприємств. Харків: ХНЕУ, 2015. 340 с.
64. Ясіновська І. Ф. Оцінка фінансового стану підприємств регіону. Регіональна економіка. 2016. № 1. С. 188-195.