МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова
робота на правах рукопису

Корнійчук Тимофій Андрійович

УДК 330.341.1:631.1:658.8:658.152

ДИСЕРТАЦІЯ

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В ПРОЦЕСІ ВІДБУДОВИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Спеціальність: 075 - Маркетинг

Галузь знань: 07 - Управління та адміністрування

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

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

_____ Корнійчук Тимофій Андрійович

Науковий керівник: **Луцій Олександр Павлович**, кандидат економічних наук, професор

АНОТАЦІЯ

Корнійчук Тимофій Андрійович. Маркетингові дослідження інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств в процесі відбудови економіки України. – Кваліфікаційна наукова робота на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 – Маркетинг – Національний університет біоресурсів і природокористування України МОН України, Київ, 2026.

Дисертаційну роботу присвячено вирішенню науково-практичного завдання щодо комплексного обґрунтування і розроблення теоретико-методичних положень та практичних засад для визначення закономірностей і особливостей формування інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств України в процесі післявоєнного відновлення.

У дисертації досліджено зміст понять «маркетингові дослідження», «інвестиції», «інвестиційна привабливість». Узагальнено наукові підходи та запропоновано уточнення сутності поняття «інвестиційна привабливість підприємства», як комплексної характеристики ринкової позиції, фінансової стійкості, маркетингової активності та інституційної надійності суб'єкта господарювання.

Окрім того, сучасний етап розвитку аграрного сектору економіки України характеризується зростанням конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках, підвищенням вимог до ефективності виробництва та необхідністю модернізації матеріально-технічної бази сільськогосподарських підприємств та, в той же час, умовами невизначеності, що матимуть вплив на сільськогосподарські підприємства в процесі післявоєнної відбудови економіки. За таких умов інвестиційна діяльність набуває ключового значення як чинник забезпечення сталого розвитку, підвищення конкурентоспроможності та формування довгострокових стратегічних переваг аграрних товаровиробників. Водночас інвестиційна привабливість сільськогосподарських підприємств залишається відносно низькою, що зумовлено високими ризиками, нестабільністю ринкового середовища, недосконалістю інституційного забезпечення та обмеженим використанням сучасних маркетингових інструментів, бойовими діями.

Особливої актуальності набуває проблема формування системного підходу до підвищення інвестиційної привабливості аграрних підприємств на основі маркетингових досліджень, удосконалення інвестиційного планування та реформування механізмів державної підтримки. Недостатня узгодженість між ринковими потребами, інвестиційними рішеннями та інституційними умовами розвитку аграрного сектору знижує ефективність залучення капіталу та стримує реалізацію інноваційних проєктів.

Наукові дослідження вітчизняних і зарубіжних учених зробили значний внесок у розроблення теоретичних та методичних засад оцінювання інвестиційної привабливості підприємств. Проте більшість існуючих підходів зосереджені переважно на фінансових показниках і недостатньо враховують маркетингові чинники, ринкову позицію підприємств, якість управління та вплив інституційного середовища, що особливо важливо для аграрного сектору з його специфікою виробничих циклів та підвищеними ризиками. Це зумовлює необхідність подальшого наукового пошуку та розроблення комплексних рішень, орієнтованих на вирішення даної наукової проблеми.

У зв’язку з цим обрана тема дисертаційного дослідження є актуальною, має вагоме наукове та практичне значення і відповідає сучасним потребам розвитку аграрного сектору економіки. Під час досліджень розглянуто зокрема, сутність поняття інвестиційна привабливість підприємства сформовано методичні підходи до її визначення. Розглянуто тенденції, умови та напрями інвестиційної діяльності в аграрному секторі України у контексті наявних змін, повномасштабної війни. Виявлено, що вплив політичних, воєнних факторів має негативний вплив на сільськогосподарське виробництво, втрата посівних площ склала понад 30%. Проведено дослідження із застосуванням методу експертних оцінок щодо інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва, а також опитування представників фермерських господарств Київської області та науковців, що виявило доволі низький рівень інвестиційної привабливості, зокрема через недосконалі інструменти залучення інвестицій в державному секторі, відсутність державної підтримки, низького рівня інвестиційного

планування на підприємствах. Дослідження також виявило ряд недоліків у функціях органів державної влади, підпорядкованих їм служб та відомств, дублювань та повторів функцій, що призводить до неузгодженості функціональних обов'язків та предметів відання, запропоновано створення банку залучення інвестицій для концентрації функцій щодо залучення інвестицій , розглянуто його підсистеми, їх взаємозв'язок. Розроблено методику підвищення інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств на основі інвестиційного планування.

ABSTRACT

Korniichuk Tymofii Andriiovych. Marketing research of the investment attractiveness of agricultural enterprises in the process of rebuilding the economy of Ukraine. – Qualification scientific work in the form of a manuscript.

Dissertation for obtaining the Doctor of Philosophy degree in specialty 075 – Marketing – National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2026.

The dissertation is devoted to solving a scientific and practical problem related to the comprehensive substantiation and development of theoretical and methodological provisions and practical principles for determining the patterns and features of the formation of investment attractiveness of agricultural enterprises in Ukraine during post-war recovery.

The dissertation examines the essence of the concepts of "marketing research," "investment," and "investment attractiveness." Scientific approaches are generalized, and the definition of "investment attractiveness of an enterprise" is refined as a complex characteristic of market position, financial stability, marketing activity, and institutional reliability of a business entity.

In addition, the current stage of development of the agricultural sector of Ukraine's economy is characterized by increasing competition in domestic and foreign markets, higher requirements for production efficiency, and the need to modernize the material and technical base of agricultural enterprises, while simultaneously operating under conditions of uncertainty that will affect agricultural enterprises in the process of post-war economic recovery. Under such conditions, investment activity becomes a key factor in ensuring sustainable development, enhancing competitiveness, and forming long-term strategic advantages for agricultural producers. At the same time, the investment attractiveness of agricultural enterprises remains relatively low due to high risks, instability of the market environment, imperfect institutional support, limited use of modern marketing tools, and the impact of military actions.

Particular relevance is given to the problem of forming a systemic approach to increasing the investment attractiveness of agricultural enterprises based on marketing research, improving investment planning, and reforming mechanisms of state support. The lack of coordination between market needs, investment decisions, and institutional conditions for the development of the agricultural sector reduces the efficiency of capital attraction and restrains the implementation of innovative projects.

Scientific research by domestic and foreign scholars has made a significant contribution to the development of theoretical and methodological foundations for assessing the investment attractiveness of enterprises. However, most existing approaches are mainly focused on financial indicators and insufficiently take into account marketing factors, the market position of enterprises, management quality, and the influence of the institutional environment, which is especially important for the agricultural sector with its specific production cycles and increased risks. This necessitates further scientific research and the development of comprehensive solutions aimed at solving this scientific problem.

In this regard, the chosen topic of the dissertation research is relevant, has significant scientific and practical importance, and corresponds to the current needs of the development of the agricultural sector of the economy. The research examines, in particular, the essence of the concept of investment attractiveness of an enterprise and develops methodological approaches to its determination. Trends, conditions, and directions of investment activity in the agricultural sector of Ukraine are analyzed in the context of ongoing changes and the full-scale war. It is established that political and military factors have a negative impact on agricultural production, with the loss of cultivated land exceeding 30%. A study using the expert evaluation method regarding the investment attractiveness of agricultural production, as well as a survey of representatives of farms in the Kyiv region, revealed a rather low level of investment attractiveness. This is due to imperfect instruments for attracting investments in the public sector, lack of state support, and a low level of investment planning at enterprises. The study also identified a number of shortcomings in the

functions of public authorities and their subordinate services and agencies, including duplication and overlap of functions, which leads to fragmentation of responsibilities and areas of competence. The creation of an Investment Attraction Bank is proposed to concentrate functions related to attracting investments; its subsystems and their interconnections are considered. A methodology for increasing the investment attractiveness of agricultural enterprises based on investment planning has been developed.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА

Статті в наукових виданнях, включених до переліку фахових видань України .

1. Луцій О.П., Корнійчук Т.А. Інвестиційна привабливість сільськогосподарських підприємств як передумова реалізації стратегій інноваційного розвитку. Економічний дискурс. 2022. Вип. 3–4. С. 40–49.

2. Луцій О.П., Корнійчук Т.А. Особливості формування стратегії інноваційного розвитку підприємств аграрного сектору. Проблеми сучасних трансформацій. 2022. Серія: економіка та управління, вип. 6.

3. Корнійчук Т., Луцій І.О. Методичні засади маркетингових досліджень. Сталий розвиток економіки. 2024. № 3(50). С. 290–295.

4. Корнійчук Т.А., Луцій І.О. Підвищення інвестиційної привабливості брендів на ринку товарів швидкого обігу засобами цифрових інструментів. Сталий розвиток економіки. 2024. № 4(51). С. 236–243.

Монографії

5. Marketing activities of enterprises of the agro industrial sector in the conditions of war Bondarenko V., Barylovych O., Helevei O., Skakun O., Heraimovych V., Korniichuk T., Lutsii O., Lutsii I., Nahorna O., Ostapchuk A., Riabchyk A., Vyshnivska B., Zbarskyi V. Marketing activities of enterprises of the agro industrial sector in the conditions of war: Monograph. Primedia eLaunch, Boston, USA, 2023. 361 P.

6. Barylovych O., Nahorna O., Korniichuk T.A. Marketing foundations for the development of agri-food sector enterprises: Monograph. Tallinn: Teadmus OÜ. 2025. 442 P.

Тези наукових конференцій

1. Луцій О.П., Корнійчук Т.А. Маркетингові дослідження інвестиційної привабливості аграрних формувань в процесі відбудови економіки України. Капіталізація аграрних підприємств та їх інвестиційне забезпечення. Всеукраїнська науково-практична онлайн-конференція присвячена 85 річчю з дня народження доктора економічних наук, професора, член-кореспондента НААН Г. М. Підлісецького м.Київ, 8 вересня 2022 року: тези доповіді. Київ, 2022 С. 289-291.

2. Луцій О.П., Корнійчук Т.А. Інвестиційна привабливість сільськогосподарських підприємств. Маркетинг в агробізнесі III Науково-практична конференція. м.Київ, тези доповіді Київ. 2022.

3. Корнійчук Т.А., Лю Сяовей. Інформаційне забезпечення сільськогосподарських підприємств України та Китаю, як складова формування їх експортного потенціалу... Формування сталого землекористування: проблеми та перспективи : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 16-17 листопада 2023 р.). Київ :Редакційно-видавничий відділ НУБіП України, 2023. 290 с.

4. Корнійчук Т.А. Маркетингові комунікації на ринку сільськогосподарської продукції. Маркетинг в Україні. Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференція. 20 жовтня 2023 р. Київ, тези доповіді. Київ 2023.

5. Корнійчук Т.А., Регіональні позначення, як інструмент підвищення привабливості продукції сільськогосподарських підприємств. Маркетинг та логістика в агробізнесі. V Науково-практична конференція, присвячена 127-річчю заснування Національного університету біоресурсів і природокористування України. 10-11 квітня 2025 року: тези доповіді. Київ, 2025, С. 57-59.

6. Корнійчук Т.А., Браславська І.А. ., Контент-маркетинг, як інструмент просування продукції та взаємодії з цільовою аудиторією. Маркетинг та логістика в агробізнесі. V Науково-практична конференція, присвячена 127-річчю заснування Національного університету біоресурсів і природокористування України. 10-11 квітня 2025 року: тези доповіді. Київ, 2025, С. 27-29.

ЗМІСТ

		Стор.
Вступ		11
Розділ 1. Теоретико-методологічні засади маркетингових досліджень інвестиційної привабливості підприємств		19
1.1.	Сутність маркетингових досліджень: класифікація, функції, методи та процедура проведення	19
1.2.	Визначення поняття інвестиційна привабливість, її роль у функціонуванні та розвитку підприємства	42
1.3.	Методичні підходи до планування та оцінки ефективності інвестиційної діяльності	54
Висновки до розділу 1		75
Розділ 2. Маркетингове дослідження сучасного стану та перспектив залучення інвестицій в діяльність сільськогосподарських підприємств.		78
2.1.	Дослідження організаційної структури управління інвестиційною діяльністю національної економіки	78
2.2.	Аналіз стану галузі сільського господарства України в умовах війни в розрізі інвестицій.	100
2.3.	Експертна оцінка інвестиційної привабливості галузі сільського господарства України.	114
Висновки до розділу 2		128
Розділ 3. Формування інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств на основі маркетингового дослідження		132
3.1.	Формування банку залучення інвестицій	132
3.2.	Розробка методики підвищення інвестиційної привабливості підприємства при інвестиційному плануванні	152
3.3.	Організаційно-економічний механізм інвестиційного планування та оцінка його параметрів	174
Висновки до розділу 3		186
Висновки		188
Список використаних джерел		192
Додатки		207

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах повномасштабної війни та подальшого відновлення економіки України аграрний сектор відіграє стратегічну роль у забезпеченні продовольчої безпеки держави, стабілізації експортного потенціалу, формуванні валютних надходжень та відновленні регіональних економік. Разом із цим, після війни сільськогосподарські підприємства функціонуватимуть у середовищі підвищеної невизначеності, обмеженого доступу до фінансових ресурсів, зростання виробничих і логістичних витрат, руйнування інфраструктури та високих інвестиційних ризиків. За таких умов залучення інвестицій стає ключовою передумовою модернізації виробництва, впровадження інноваційних технологій та забезпечення сталого розвитку аграрного бізнесу. Водночас рівень інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств України залишається недостатнім, що зумовлено не лише макроекономічними та воєнно-політичними чинниками, але й недосконалістю механізмів інвестиційного планування, слабкою координацією між органами державної влади та суб'єктами господарювання, обмеженим використанням сучасних маркетингових інструментів у процесі формування інвестиційних стратегій. Це знижує ефективність залучення капіталу та стримує реалізацію проєктів розвитку аграрного сектору. Аналіз наукових досліджень свідчить, що більшість існуючих підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємств зосереджені переважно на фінансово-економічних показниках і не враховують комплексного впливу маркетингових факторів. Це зумовлює необхідність поглиблення теоретико-методологічних засад маркетингових досліджень інвестиційної привабливості, а також розроблення прикладних інструментів їх практичного використання. Особливої актуальності набуває потреба у формуванні ефективних механізмів інвестиційного планування та вдосконаленні організаційно-економічних моделей залучення інвестицій у сільськогосподарські підприємства. В умовах трансформації державної політики, цифровізації економіки та інтеграції України у європейський економічний простір актуальним є впровадження нових інституційних рішень, зокрема щодо централізованої підтримки інвестиційних процесів, що

сприятимуть підвищенню прозорості, керованості та результативності інвестиційної діяльності в аграрному секторі. З огляду на це виникає об'єктивна необхідність комплексного дослідження сучасного стану інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств, оцінки ефективності державного регулювання у сфері залучення інвестицій, визначення перспектив розвитку галузі та розроблення практичних інструментів підвищення інвестиційної привабливості на основі застосування маркетингових досліджень.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є розробка та обґрунтування практичних рекомендацій щодо підвищення інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств на основі застосування маркетингових інструментів, удосконалення процесу інвестиційного планування та розвитку інституційного забезпечення інвестиційної діяльності.

Для досягнення поставленої мети у роботі передбачено розв'язання таких завдань:

- визначити сутність маркетингових досліджень, їх класифікацію, функції, методи та процедуру проведення;
- визначити поняття інвестиційної привабливості та розкрити її роль у функціонуванні та розвитку підприємства;
- дослідити методичні підходи до планування та оцінки ефективності інвестиційної діяльності;
- дослідити організаційну структуру управління інвестиційною діяльністю національної економіки;
- здійснити аналіз стану галузі сільського господарства України в умовах війни в розрізі інвестицій;
- здійснити експертну оцінку інвестиційної привабливості галузі сільського господарства України;
- обґрунтувати формування банку залучення інвестицій;
- розробити методику підвищення інвестиційної привабливості підприємства при інвестиційному плануванні;

- сформувати організаційно-економічний механізм інвестиційного планування та здійснити оцінку його параметрів.

Проблемами інвестицій та інвестиційної привабливості займались такі вітчизняні вчені: Бєлова Т. Г., Полторак В. А., Тарасенко І. В., Красовська О. Ю., Старостіна А. О., Мальська М. П., Мандюк Н. Л., Гевчук А. В., Поліщук Н. В., Танасійчук А. М., Поліщук І. І., Громова О. Є., Бондаренко В. М., Липчук В. В., Барабанова В. В., Бутенко Н. В., Григорук П. М., Лаврова Ю. В., Ткачук В. О., Сенишин О. С., Кривешко О. В., Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю., Кірейцев Г. Г., Луців Б. Л., Кравчук І. С., Сас Б. Б., Музиченко Т. О., Пилипенко Н. М., Шпортько Г. Ю., Майорова Т. В., Гриньова В. М., Коюда В. О., Лелейко Т. І., Коюда О. П., Нікіфорова Л. О., Панчишин С. М., Щукін Б. М., Федоренко В. Г., Мочерний С. В., Шаблиста Л. М., Смірнова Т. О., Усатюк К. К., Кремень В. М., Щепетков С. Я., Білик М. Д., Мних Є. В., Барабаш Н. С., Лучко М. Р., Жукевич С. М., Фаріон А. І., Товажнянська О. І., Перерва П. Г., Адаменко М. І., Василькова К. Ю., Янцевич А. А., Бержанір І. А., Непочатенко О. О., Мельничук Н. Ю., Данілов О. Д., Паєнтко Т. В., Ляліна Н. С., Чавикіна О. В., Кузьменко Г. О., Телендій А. А., Алексеєва К.А., Дєліні М.М., Логоша Р.В., Вакуленко В.Л., Згурська О.М.; зарубіжні вчені: Philip Kotler, Joel R. Evans, Barry Berman, Gilbert A. Churchill Jr., Jean-Jacques Lambin та інші.

Об’єктом дослідження є інвестиційна привабливість сільськогосподарських підприємств в умовах відбудови економіки України.

Предметом дослідження маркетингові дослідження теоретико-методичних та прикладних засади інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств у процесі відбудови економіки України.

Методи дослідження. Під час виконання дисертаційної роботи для досягнення поставленої мети було застосовано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, зокрема:

історичний метод та контент-аналіз - для дослідження еволюції наукових підходів до формування інвестиційної привабливості підприємств, розвитку теорії маркетингових досліджень та інвестиційної діяльності (пп. 1.1; 1.2);

гносеологічний аналіз - у процесі уточнення сутності економічної категорії «інвестиційна привабливість підприємства» та її ролі у забезпеченні сталого розвитку сільськогосподарських підприємств (пп. 1.2);

системний аналіз і синтез - для формування теоретико-методологічних засад маркетингових досліджень інвестиційної привабливості та обґрунтування взаємозв'язку маркетингових і інвестиційних процесів у діяльності підприємств (пп. 1.1; 1.3);

метод абстрагування - для визначення стану та проблем інституційного забезпечення інвестиційної діяльності у сфері сільського господарства (пп. 2.1);

статистичний і порівняльний аналіз - для оцінки динаміки інвестиційної активності, виявлення тенденцій розвитку аграрного сектору України та впливу воєнних чинників на інвестиційні процеси (пп. 2.2);

факторний аналіз та системний підхід - для ідентифікації основних чинників формування інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств та оцінки їх впливу на інвестиційні рішення (пп. 2.3);

методи опитування та експертних оцінок - для дослідження сприйняття інвестиційної привабливості аграрного сектору, визначення бар'єрів залучення інвестицій та оцінки ефективності інструментів державної підтримки (пп. 2.3);

методи економіко-математичного моделювання - при формуванні організаційно-економічного механізму інвестиційного планування та оцінюванні його параметрів ефективності (пп. 3.3);

метод моделювання - для розроблення моделі формування банку залучення інвестицій як інституційного інструменту підвищення інвестиційної привабливості аграрного сектору (пп. 3.1);

методи систематизації та узагальнення - під час розроблення методики підвищення інвестиційної привабливості підприємства та формування рекомендацій щодо її використання в інвестиційному плануванні (пп. 3.2);

ситуаційний аналіз - для обґрунтування управлінських рішень щодо вибору інструментів підвищення інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств (пп. 3.2);

графічний метод - для наочного подання результатів дослідження, візуалізації аналітичних розрахунків та узагальнення отриманих результатів.

Інформаційна база дослідження. Інформаційну базу дослідження сформували наукові праці та розробки провідних вітчизняних і зарубіжних учених з питань маркетингових досліджень, інвестиційної діяльності, формування інвестиційної привабливості підприємств, стратегічного маркетингу та інвестиційного планування; офіційні статистичні матеріали Державної служби статистики України, Міністерства аграрної політики та продовольства України, Національного банку України, міжнародних фінансових організацій; чинні нормативно-правові акти України, що регулюють інвестиційну діяльність та розвиток аграрного сектору; фінансова та аналітична звітність сільськогосподарських підприємств; результати маркетингових досліджень, експертних опитувань і анкетування представників аграрних підприємств та фахівців галузі, проведених автором.

Наукова новизна одержаних результатів.

Наукова новизна основних положень, висновків і рекомендацій, отриманих у дисертаційній роботі, полягає у розв'язанні важливої науково-практичної проблеми формування теоретико-методичних засад та розроблення прикладних інструментів підвищення інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств на основі застосування маркетингових досліджень та удосконалення інвестиційного планування в умовах відновлення економіки України.

Удосконалено:

- методичний підхід до планування та оцінки ефективності інвестиційної діяльності підприємств, який, на відміну від існуючих, поєднує фінансово-економічні показники, маркетингову інформацію та оцінку інвестиційних ризиків, що дозволяє підвищити обґрунтованість прийняття інвестиційних рішень;
- підхід до координації та супроводу інвестиційних процесів, шляхом забезпечення концентрації функцій залучення інвестицій, зменшення інституційної фрагментації та підвищення прозорості інвестиційної діяльності шляхом утворення банку залучення інвестицій;

- способи підвищення інвестиційної привабливості підприємства при інвестиційному плануванні шляхом розробки методики, яка ґрунтується на вартісно-орієнтованому підході та передбачає використання показників дисконтованих грошових потоків, рентабельності власного капіталу та вартості капіталу для оцінки впливу інвестиційних рішень на зростання вартості підприємства;
- організаційно-економічний механізм інвестиційного планування сільськогосподарських підприємств, який був відображений у вигляді описової моделі з використанням методу морфологічної комбінаторики, шляхом можливості за узгодити стратегічні цілі підприємства з параметрами інвестиційного планування та оцінкою його ефективності.

Набули подальшого розвитку:

- теоретико-методологічні засади маркетингових досліджень у частині уточнення їх сутності, класифікації, функцій, методів та процедури проведення з урахуванням потреб інвестиційного планування;
- понятійно-категоріальний апарат теорії інвестиційної діяльності в частині уточнення змісту поняття «інвестиційна привабливість підприємства», яку запропоновано розглядати як комплексну характеристику фінансової стійкості, ринкової позиції, маркетингової активності, інституційної надійності та здатності підприємства забезпечувати ефективне використання інвестиційних ресурсів;
- підходи до дослідження організаційної структури управління інвестиційною діяльністю національної економіки, що дало змогу виявити дублювання функцій, неузгодженість повноважень та недостатню координацію між органами державної влади у сфері інвестиційної діяльності;
- аналітичні підходи до оцінювання стану галузі сільського господарства України в умовах війни в розрізі інвестицій, які дозволяють визначати вплив воєнних, логістичних, фінансово-економічних та інституційних чинників на інвестиційну активність аграрного сектору;
- інструментарій методу експертних оцінок інвестиційної привабливості галузі сільського господарства України, який дозволяє ідентифікувати ключові

фактори її формування, бар'єри залучення інвестицій та напрями підвищення інвестиційної активності в аграрному секторі.

Практичне значення одержаних результатів

Практичне значення результатів дослідження полягає у можливості використання розроблених методичних підходів, моделей та рекомендацій у діяльності сільськогосподарських підприємств для підвищення інвестиційної привабливості, удосконалення інвестиційного планування та формування ефективних маркетингових стратегій залучення капіталу.

Результати роботи можуть бути використані:

- органами державної влади та місцевого самоврядування при формуванні програм підтримки інвестиційної діяльності аграрного сектору;
- сільськогосподарськими підприємствами при розробленні інвестиційних проєктів та стратегій розвитку;
- фінансовими та інвестиційними установами при оцінці інвестиційних ризиків;
- закладами вищої освіти у навчальному процесі за спеціальністю 075 «Маркетинг» при викладанні дисциплін «Маркетинг», «Інвестиційний маркетинг», «Стратегічний маркетинг».

Особистий внесок здобувача

Дисертаційна робота є самостійно виконаною науковою працею. Усі теоретичні положення, методичні підходи, аналітичні розрахунки, висновки та рекомендації отримані автором особисто. У наукових працях, опублікованих у співавторстві, у дисертації використано лише ті результати, які належать автору і є результатом його особистих досліджень.

Апробація результатів дослідження

Основні положення та результати дисертаційної роботи доповідалися й обговорювалися на міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях, присвячених проблемам маркетингу, інвестиційної діяльності, розвитку аграрного сектору та відновлення економіки України.

Публікації

За темою дисертаційної роботи опубліковано наукові праці у фахових виданнях України, міжнародних наукових журналах та матеріалах конференцій, що відображають основні результати дослідження.

Структура та обсяг роботи

Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи становить 236 сторінок, у тому числі основного тексту — 176 сторінок. Робота містить таблиці, рисунки та додатки.

Ключові слова*:* маркетинг, маркетингова стратегія, маркетингові дослідження, інноваційний розвиток, інвестиційна підтримка , інвестиційна політика, державна підтримка, державне регулювання, інвестиції, інвестиційна діяльність, інвестиційна привабливість, сільськогосподарські підприємства, аграрні підприємства, сільське господарство, процес повоєнного відновлення, фінанси, агропромисловий сектор, агропромисловий комплекс, аграрний сектор, воєнний стан, повоєнна відбудова, війна та післявоєнний період, фермерські господарства, політика розподілу, розподіл повноважень.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

1.1 Сутність маркетингових досліджень: класифікація, функції, методи та процедура проведення.

Розвиток підприємницької діяльності в Україні робить необхідним проведення маркетингових досліджень з метою знаходження можливостей для розвитку підприємства, його продуктивної та плідної діяльності в умовах ринкового середовища і конкурентної боротьби. Щоб створювати найвищу споживчу цінність та задовольняти потреби клієнтів, компаніям потрібна інформація. Численні приклади роботи успішних компаній показали, що виробництво високоякісних товарів та розробка маркетингової програми починається з вивчення потреб та бажань споживачів. Крім того, компанії потребують вичерпних даних про конкурентів, посередників та інші сили, що мають вплив на ринок. В даний час інформація про стан ринку використовується не тільки для прийняття оптимальних рішень, але й в якості важливого стратегічного ресурсу та маркетингового інструменту. Для ефективного функціонування підприємств в ринкових умовах необхідно налагодити регулярне збирання інформації. Це завдання вирішується завдяки створенню маркетингової інформаційної системи, однією із складових якої є система маркетингових досліджень. [1] Практика організації маркетингових досліджень бере початок з 10-20-х рр. XX ст. (хоча перші згадки про неї відносяться ще до кінця XIX в.). У цей період з'являються перші служби, що частіше усього збирали і поширювали інформацію про тиражі журналів і характеристику їхніх читацьких аудиторій. До цього ж періоду належить поява перших, згодом відомих спеціалістів в галузі маркетингових досліджень і перших спеціальних методик їх здійснення. Так, у 1922 р. Д. Старч уперше використав метод впізнавання при вимірюванні читаності рекламних оголошень. З 1923 р. до вимірювання читаності рекламних оголошень за допомогою спеціальних методик приступив основоположник наукових опитувань громадської

думки Дж. Геллап. В цьому ж році А. Нільсен створює маркетингову аналітичну компанію «АС», яка швидко стає відомою завдяки своїй концепції роботи на ринку маркетингових досліджень. У 1921 р. виходить перша книга П. Уайта, цілком присвячена маркетинговим дослідженням. Усе активніше почало зростати число компаній, що використовували методи і результати маркетингових досліджень. Проте їх широкий розвиток у США і Європі можна віднести до періоду після Другої світової війни. До основних причин розвитку можна віднести: появу «ринку покупців», тобто явища, при якому пропозиція на більшість товарів стала перевищувати попит; високий рівень конкуренції. Наприкінці 1940-х років у США, а потім і у Європі, у маркетологів остаточно сформувалося уявлення про цільові групи споживчих товарів, послуг і засобів масової інформації. У 1960-ті роки з’явилися технології вивчення споживацьких груп, які одержали всесвітню відомість. Сьогодні до проведення маркетингових досліджень вдаються з огляду на потребу отримати об'єктивну інформацію про ринок, споживачів, конкурентів та інші фактори, що впливають на успіх бізнесу. Вони дозволяють компаніям збирати, аналізувати і тлумачити дані, що стосуються ринку та споживачів, щоб приймати обґрунтовані рішення та розробляти ефективні маркетингові стратегії. Мета маркетингових досліджень - забезпечення клієнтів інформацією, що відповідає вимогам, які пред'являються до неї, про елементи комплексу маркетингу і маркетингове середовище у поточному періоді і у майбутньому для прийняття рішень з усіх аспектів маркетингової діяльності. Таким чином, від середини XX століття і до сьогодні компанії все активніше вдаються до проведення маркетингових досліджень. Традиційно виділяють три основні (і взаємозалежні) причини такої активізації:

- формування "ринку покупця", як згадувалось раніше, призвело до виникнення маркетингової концепції: виробляти те, чого потребує споживач;
- загострення конкуренції: в умовах "ринку покупця" виробники змушені конкурувати за споживача, а для цього вивчати його потреби і ставлення до товару. Саме маркетингові дослідження забезпечують тут зворотний зв'язок;
- необхідність зниження ризику в умовах ринкової невизначеності.

В умовах "ринку покупця" найкращим засобом зменшення ризику для підприємця, фірми є точне адресування свого товару цільовим групам покупців, здійснене за результатами сегментації ринку. А для виявлення цільових сегментів необхідно звернутися до маркетингових досліджень. Названі причини підвищення уваги до маркетингових досліджень характеризують історичний ракурс їх появи і розвитку. Очевидним є те, що сучасний ринок без маркетингових досліджень практично неможливий. На даний час, наприклад, у США, маркетингові дослідження проводять практично всі компанії. Фірма з річним обсягом збуту в 25 млн долл. зазвичай витрачає на дослідження ринку майже 3,5% свого маркетингового бюджету, а компанія з продажами менше 25 млн дол. - майже 1,5%**.** [2]. Тему маркетингових досліджень вивчали такі дослідники як, зокрема, Ф. Котлер. Він у своїй праці «Основи маркетингу» вперше спробував сформувати визначення маркетингового дослідження. Асоціація дослідників громадської думки і маркетингу ESOMAR розглядає маркетингові дослідження, як систематичний збір і об’єктивний запис, класифікацію, аналіз та надання даних щодо поведінки, відносин, думок, мотивацій окремих осіб та організацій (комерційних підприємств, державних установ тощо) у контексті їх економічної, суспільної, політичної та повсякденної діяльності . [3] Філіп Котлер у своїх працях визначав це поняття, як вид діяльності, який за допомогою інформації пов'язує маркетолога зі споживачами, покупцями і суспільством. Інформація в даному випадку використовуються для виявлення маркетингових можливостей і проблем, вдосконалення й оцінювання маркетингових дій, для відстеження результатів маркетингової діяльності, а також для поліпшення розуміння процесу управління маркетингом [4] Ряд іноземних науковців, зокрема Девід Акер та Венкасетан Кумар визначають маркетингові дослідження, як систематичний процес збору, аналізу та інтерпретації інформації, необхідної для прийняття маркетингових рішень. [5] Визначення Американської маркетингової асоціації полягає у наступному : на думку цієї організації, маркетингові дослідження – це функція, що зв'язує споживача, клієнта, і громадськість з маркетингом через інформацію – інформацію, яка використовується для виявлення і визначення

маркетингових можливостей і проблем; створення, вдосконалення і оцінки маркетингових заходів; моніторингу продуктивності маркетингу і поліпшення розуміння маркетингу як процесу. [6] За визначенням Європейського товариства з вивчення громадської думки та маркетингу це - систематичний пошук, збір, обробка та інтеграція інформації, яка пов’язана або відноситься до всіх проблем маркетингу товарів та послуг. Термін «маркетингові дослідження» містить у собі також поняття «соціальні дослідження», оскільки при їх проведенні використовуються однакові прийоми і методи вивчення явищ і проблем, не пов'язаних прямо з маркетингом товарів і послуг. [7] У праці Market-Driven Management маркетингові дослідження розглядаються як комплексний процес збору, аналізу та інтерпретації інформації про ринок, споживачів і зовнішнє середовище з метою обґрунтування управлінських рішень і формування ринково орієнтованої стратегії підприємства. Автор підкреслює, що вони охоплюють як внутрішні, так і зовнішні аспекти діяльності підприємства. У підручнику Business Research Methods маркетингові (бізнес-) дослідження визначаються як систематичний і об’єктивний процес генерування інформації для прийняття управлінських рішень, який забезпечує інформаційно-аналітичну підтримку маркетингової діяльності підприємства.

[9] Дж. М. Еванс, Б. Берман подають сутність маркетингових досліджень, як комплексного поняття, яке включає всі види дослідницької діяльності, пов’язані з управлінськими функціями маркетингу.[10] Доктор економічних наук, професор, Заслужена діячка науки і техніки України, віце-президент Української асоціації маркетингу А. Старостіна вважає, що маркетингові дослідження – це систематичний процес постановки цілей дослідження, ідентифікації обсягів, збору, аналізу об'єктивної ринкової інформації та розробки рекомендацій для ухвалення конкретних управлінських рішень щодо будь-яких елементів ринково - продуктової стратегії фірми і методів її реалізації для досягнення кінцевих результатів у діяльності фірми за умов сформованого маркетингового середовища. [11] На думку українського філософа, завідувача кафедри політології, соціології та гуманітарних наук ДУЕП В. Полторака, маркетинговими

дослідженнями є наукові дослідження, спрямовані на систематичний збір, оцінку та аналіз фактографічної інформації щодо потреб, думок, мотивацій, відносин, поведінки окремих осіб та організацій, пов'язаних з маркетингом, а також підготовка цієї інформації до ухвалення маркетингових рішень [12]. Науковець Г. Черчіль визначає маркетингові дослідження, як функцію маркетингу, що пов'язує підприємство зі споживачами через інформацію, яка використовується для виявлення та визначення можливостей і проблем маркетингу; розробки, уточнення, оцінки і контролю виконання маркетингових заходів; удосконалення розуміння маркетингу як процесу. [13] Таблиця, що відображає визначення поняття «маркетингові дослідження» представлена у додатку А. Загалом, визначення сутності поняття «маркетингові дослідження» у різні часи намагалися дати різні вчені та фахівці. Із плином часу умови маркетингового середовища, фактори, що впливають на нього зазнавали змін, а, отже, і змінювались підходи для найбільш точного визначення маркетингових досліджень. Таким чином, спираючись на визначення різних науковців, можна в загальному визначити маркетингові дослідження як процес збору, аналізу і інтерпретації даних, що стосуються ринку, споживачів, конкурентів та інших факторів, що впливають на маркетингову діяльність організації. Основною метою маркетингових досліджень можна вважати отримання цінної інформації, яка допомагає в прийнятті обґрунтованих маркетингових рішень. Маркетингові дослідження можуть охоплювати широке коло факторів таких, як вивчення ринку, аналіз конкурентів, визначення потреб і попиту споживачів, оцінка ефективності маркетингових кампаній, впровадження нових продуктів на ринок, вивчення споживацьких преференцій та багато іншого. Застосування маркетингових досліджень допомагає підприємствам зрозуміти свій ринок, адаптуватись до змінних умов і забезпечити успішну реалізацію своїх продуктів або послуг. Функції та завдання маркетингових досліджень у різних джерелах визначаються наступним чином : у підручнику «Основи Маркетингу у туризмі» , як

- аналіз та оцінка зібраної інформації, передання необхідних відомостей до маркетингової інформаційної системи;

- підготовка зібраної інформації до ухвалення маркетингових рішень, створення на її основі інформаційно-аналітичної бази маркетингових рішень і планів.

- збір різноманітної маркетингової інформації про ринок, споживачів, товари тощо, спрямованої на задоволення інформаційно-аналітичних потреб маркетингу. [14] Підручник «Маркетингові дослідження» визначає функції за напрямами , натомість не конкретизуючи їх , а саме

- прогнозну (призначається для передбачення подальшого розвитку подій);

- описову (збір інформації про явища і процеси з подальшою характеристикою обсягу і структури цих явищ);

- аналітичну (збір інформації про те, чому явище розвивалося в даному напрямку і саме такими темпами, чому досягло такого рівня, які фактори вплинули на події). [15] У посібнику «Маркетинг» визначаються завдання маркетингових досліджень такі, як:

- визначення цілей діяльності підприємства;

- розв’язання проблем, що виникають;

- сприяння розвитку виробництва. [16]

У навчальному посібнику «Маркетинг» за загальною редакцією В. Липчука завдання маркетингових досліджень мають наступне визначення :

- дослідження ринку та його основних суб'єктів, тобто поведінки споживачів, конкурентів, постачальників, посередників, контактних аудиторій,

аналіз та прогнозування кон'юнктури ринку; оцінка конкурентних позицій підприємства та його продукції на ринку і розробка на підставі цього рекомендацій з її покращання;

- розробка рекомендацій щодо формування товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики підприємства на підставі дослідження ринку; прогнозування збуту на товари підприємства.

Проведення маркетингових досліджень направлене також на:

- пошук потенційних покупців;

- детальний аналіз потреб існуючих покупців;

- розрахунок співвідношення попиту і пропозиції;
- дослідження поведінки та мотивацій покупців;
- визначення конкурентоспроможності товарів і послуг;
- орієнтацію виробництва на "потрібний" товар як для покупців, так і для фірми-виробника;
- обрання цільового (спеціального, ефективного) ринку збуту власних товарів для його поступового захоплення. [17] Підсумувавши вищезазначене, вважаємо за доцільне дещо розширити сутність завдань маркетингових досліджень та представити їх у вигляді таблиці.

Таблиця 1.2.

Сутність завдань маркетингових досліджень

Завдання маркетингових досліджень				
Дослідження поведінки споживачів	Виявлення можливостей ринку	Аналіз конкурентного середовища	Оцінка ефективності маркетингових стратегій	Підтримка прийняття рішень
Сутність завдань				
Вивчення потреб, мотивів і поведінки покупців.	Пошук нових сегментів, ніш і перспектив розвитку.	Оцінка діяльності конкурентів та їхніх переваг.	Визначення результативності маркетингових заходів.	Надання інформації для обґрунтованих управлінських рішень.

Джерело: Сформовано автором.

Надалі, вважаємо за необхідне розкрити сутність кожного з них:

- дослідження поведінки споживачів: компанії потребують інформації про своїх потенційних та існуючих споживачів, їхні потреби, побажання, переваги, поведінку та уподобання. Маркетингові дослідження допомагають збирати ці дані,

щоб покращити розуміння цільової аудиторії та налагодити більш ефективну комунікацію та взаємодію зі споживачами;

- виявлення можливостей ринку: маркетингові дослідження допомагають виявити нові ринкові можливості та тренди, з'ясувати попит на нові продукти або послуги, оцінити потенціал ринку та визначити способи його насичення;
- аналіз конкурентного середовища: маркетингові дослідження допомагають аналізувати конкурентів, їхні стратегії, продукти, ціни, комунікацію та інші фактори, що впливають на успішність бізнесу. Це дозволяє компаніям розробити конкурентні переваги та створити свої унікальні пропозиції для споживачів;
- оцінка ефективності маркетингових стратегій: маркетингові дослідження допомагають оцінювати ефективність маркетингових заходів та стратегій. Вони дозволяють вимірювати результативність рекламних кампаній, вплив продажів та зв'язку зі споживачами;
- підтримка прийняття рішень: маркетингові дослідження надають компаніям об'єктивну інформацію, на основі якої можна приймати стратегічні та тактичні рішення щодо продукту, ціноутворення, розподілу та просування.

Аналіз функцій маркетингових досліджень є також важливим елементом формування науково обґрунтованої системи управління маркетинговою діяльністю підприємства. Його значущість зумовлена тим, що саме функції маркетингових досліджень визначають напрям, зміст і практичну спрямованість процесу збирання, обробки та інтерпретації ринкової інформації в умовах динамічного та конкурентного середовища. Аналіз функцій маркетингових досліджень забезпечує систематизацію інформаційних потоків, необхідних для прийняття управлінських рішень. Чітке розмежування функцій дозволяє уникнути фрагментарності даних, підвищує їхню релевантність та достовірність, а також сприяє формуванню цілісного уявлення про стан і тенденції розвитку ринку. Дослідження функцій маркетингових досліджень має зокрема і методологічне значення, оскільки створює теоретичне підґрунтя для вибору адекватних методів і інструментів аналізу ринку. Усвідомлення ролі кожної функції дає змогу обґрунтовано поєднувати кількісні та якісні методи, оптимізувати витрати на дослідницьку

діяльність і підвищувати ефективність використання маркетингової інформації. Аналіз функціонального наповнення маркетингових досліджень сприяє підвищенню якості стратегічного планування. Реалізація прогностичної та оціночної функцій дозволяє виявляти перспективні ринкові можливості, прогнозувати зміни споживчої поведінки та оцінювати ризики, що, у свою чергу, забезпечує адаптивність маркетингової стратегії підприємства до змін зовнішнього середовища. Крім того, важливість аналізу функцій маркетингових досліджень проявляється у його практичній спрямованості. Зокрема, результати такого аналізу слугують основою для вдосконалення організаційної структури маркетингових підрозділів, розподілу відповідальності між учасниками дослідницького процесу та підвищення ефективності контролю реалізації маркетингових рішень. У книзі «Стратегічний маркетинг» Ж.-Ж. Ламбена, стверджується, що маркетингові дослідження виконують три основні функції: описову, діагностичну і передбачувальну. Описова функція включає збирання і представлення тверджень стосовно певного факту. Діагностична функція має на увазі пояснення певних даних або дій. Передбачувальна функція полягає в наданні можливості дослідникy прогнозувати результати запланованого маркетингового рішення. [18] Спираючись на наведені варіанти класифікацій , можемо сформувати власну узагальнену класифікацію функцій маркетингових досліджень і стверджувати, що основні функції маркетингових досліджень включають :

- визначення потреб та попиту: маркетингові дослідження дозволяють виявити потреби, бажання та попит споживачів, дослідити їх переваги, недоліки. Це дозволяє підприємствам адаптувати свою пропозицію до потреб ринку.
- аналіз конкуренції: маркетингові дослідження включають аналіз конкурентного середовища, оцінку стратегій та тактик конкурентів. Це допомагає виявити конкурентні переваги і слабкі місця власної організації, а також розробити ефективну стратегію позиціонування.
-вивчення цільової аудиторії: маркетингові дослідження дозволяють збирати інформацію про цільову аудиторію, включаючи її демографічні характеристики, споживацькі звички, інтереси та поведінку, що сприяє більш точному

спрямуванню маркетингових зусиль і розробці належних комунікаційних стратегій.

- оцінка ефективності маркетингових заходів: маркетингові дослідження дозволяють оцінити результативність маркетингових кампаній, рекламних акцій та інших маркетингових заходів. Це дає можливість коригувати стратегію та тактику з метою підвищення ефективності маркетингових зусиль. Досліджуючи класифікацію маркетингових досліджень, необхідно також розглянути теоретичні підходи різних джерел. Дослідивши різні види класифікації маркетингових досліджень, ми дійшли висновку, що найбільш вичерпна класифікація надана у навчальному посібнику за авторством В. Барабанової «Маркетингові дослідження»

Таблиця 1.3.

Класифікація та види маркетингових досліджень

<table>
<tr><td colspan="8">За метою</td></tr>
<tr><td>Пошукові</td><td colspan="2">Описові</td><td colspan="2">Причинно-наслідкові</td><td colspan="3">Прогностичні</td></tr>
<tr><td colspan="8">За призначенням</td></tr>
<tr><td colspan="2">Ситуаційні</td><td colspan="3">Ринкові</td><td colspan="3">Повні маркетингові</td></tr>
<tr><td colspan="8">За джерелами інформації</td></tr>
<tr><td>Кабінетні</td><td colspan="2">Польові</td><td colspan="2">Комбіновані</td><td colspan="3">Ті, що виконуються за допомогою методів моделювання</td></tr>
<tr><td colspan="8">За напрямками</td></tr>
<tr><td>Товару</td><td>Ціни</td><td>Місця продажу</td><td>Просування</td><td>Персоналу</td><td>Мікросередовища</td><td>Макросередовища</td><td>Соціальних чинників</td></tr>
<tr><td colspan="8">За суб’єктом</td></tr>
<tr><td colspan="2">Ті, що проводяться безпосередньо підприємством</td><td colspan="3">Ті, що проводяться дослідницькими установами (організаціями)</td><td colspan="3">Спільні</td></tr>
<tr><td colspan="8">За частотою проведення</td></tr>
<tr><td colspan="3">Систематичні</td><td colspan="5">Разові</td></tr>
<tr><td colspan="8">За терміном проведення</td></tr>
<tr><td>Ретроспективні</td><td colspan="2">Оперативні</td><td colspan="3">Діагностичні</td><td colspan="2">Прогностичні</td></tr>
</table>

Продовження Таблиці 1.3.

За охопленням			
Суцільні		Вибіркові	
За територією			
Локальні	Регіональні	Загальнонаціональні	Світові

Джерело: Побудовано автором на основі [19].

В свою чергу Н. Бутенко у підручнику «Основи маркетингу» пропонує класифікацію маркетингових досліджень , як якісних і кількісних. Якісні використовуються для визначення тенденцій на споживчому ринку. Якісні дослідження – це дослідження, що дають нам якісні результати: більше, менше, так, ні, у цілому й так далі. Насамперед якісні дослідження застосовуються для уточнення гіпотези цільового ринку. Кількісні дослідження використовуються для наступних розрахунків обсягу ринку.[20] Групування маркетингових досліджень за методами проведення у статті «Методичний базис маркетингових досліджень» класифікуються так :

- філософські методи;
- загальнонаукові методи;
- методи фундаментальних наук, які використовуються безпосередньо, без адаптації для вирішення завдань маркетингу;
- методи, залучені з інших галузей знань і адаптовані для вирішення маркетингових завдань;
- спеціальні, властиві тільки маркетингу методи і моделі. [21]

Загалом, ряд вчених виділяє загальнонаукові і аналітико-прогностичні методи маркетингових досліджень. До загальнонаукових методів маркетингових досліджень відносяться:

- системний аналіз. Даний метод дає змогу інтерпретувати будь-яку ринкову ситуацію як складний об’єкт, що характеризується широким спектром внутрішніх і зовнішніх причинно-наслідкових взаємозв’язків. Зокрема, інтенсивне поширення комп’ютерної техніки зумовлюється досягненнями науково-технічного прогресу та зростанням потреби в ефективному інформаційному забезпеченні.

- комплексний аналіз. Даний метод аналізу забезпечує можливість дослідження ринкової ситуації шляхом її розгляду як об'єкта зі складною та багаторівневою структурною організацією. Зокрема, проблематика функціонування ринку окремого товару значною мірою детермінується змінами попиту, товарної пропозиції, цінових параметрів та системи розподілу. Комплексне вивчення зазначених елементів дозволяє обґрунтувати прийняття стратегічних і тактичних управлінських рішень, спрямованих на оптимізацію ринкової ситуації. Методи системного та комплексного аналізу перебувають у тісному взаємозв'язку та є взаємодоповнюючими, що унеможливлює їх ефективну реалізацію ізольовано один від одного. Це зумовлено необхідністю всебічного дослідження сукупності внутрішніх і зовнішніх зв'язків між підприємством і споживачами, а також аналізу всіх аспектів прояву цих зв'язків, зокрема їхньої структури та кількісних характеристик.

- метод програмно-цільового планування. Зазначений метод аналізу застосовується в процесі формування та реалізації маркетингової стратегії й тактики підприємства та слугує методологічною основою всієї системи планування маркетингової діяльності. Саме на його використанні ґрунтується обґрунтування цілей, вибір напрямів маркетингової політики та визначення інструментів їх практичної реалізації.

До основних аналітико-прогностичних методів дослідження він відносить:

- метод лінійного програмування. Даний математичний метод дослідження базується на відборі з множини альтернативних рішень оптимального варіанту, який характеризується мінімізацією витрат, максимізацією прибутку або мінімізацією часу та зусиль. Практичними прикладами застосування цього підходу є удосконалення товарного асортименту за умов обмежених ресурсів, оптимізація запасів продукції та раціоналізація маршрутів її доставки.

- метод, заснований на теорії масового обслуговування. Даний метод застосовується для визначення черговості обслуговування замовників, складання графіків постачання товарів та вирішення інших подібних завдань. Його

методологічна основа ґрунтується на аналізі закономірностей розвитку ринку та динаміки потоку заявок на обслуговування.

- метод, заснований на теорії зв'язку, а саме на механізмі "зворотних зв'язків" суб'єктів ринку з конкретним ринком. Даний метод забезпечує своєчасне отримання сигнальної інформації щодо процесів, що виходять за межі встановлених параметрів, та сприяє підвищенню ефективності використання отриманих даних. У контексті маркетингової діяльності цей підхід дозволяє управляти товарними запасами, регулювати надходження та відвантаження продукції, а також координувати виробничі та збутові процеси, що забезпечує узгодження виробничих потужностей із можливостями ринку.

- метод, заснований на теорії ймовірностей. Дана теорія забезпечує обґрунтоване прийняття управлінських рішень шляхом визначення пріоритетних дій серед можливих альтернатив. Прикладами її застосування є вибір щодо виробництва або відмови від випуску певного продукту, реорганізації або розширення виробничих потужностей, а також рішення про вихід на новий ринок чи утримання від цього кроку.

- метод мережевого планування. Даний метод забезпечує можливість регулювання послідовності виконання окремих видів робіт у межах конкретної програми. Він дозволяє чітко визначати основні етапи діяльності, встановлювати строки їх реалізації, розмежовувати відповідальність учасників процесу, оптимізувати витрати та прогнозувати можливі відхилення від плану. Найбільшу ефективність цей підхід демонструє при розробці програм виробництва нового продукту, організації пробних продажів, а також під час підготовки та проведення збутових і рекламних кампаній.

- метод, заснований на ділових іграх. Ділові ігри забезпечують ефективне вирішення реальних маркетингових завдань шляхом моделювання поведінки різних суб’єктів ринку. Зокрема, відпрацювання декількох сценаріїв виходу на нові ринки дозволяє здійснити обґрунтований вибір найбільш ефективного стратегічного рішення для підприємства.

- метод функціонально-вартісного аналізу. Даний метод використовується для комплексного вирішення завдань, спрямованих на підвищення якості продукції одночасно з оптимізацією матеріальних та трудових ресурсів підприємства.
- метод економіко-статистичного аналізу. Даний метод застосовується для комплексного вирішення завдань і надає можливість підприємству здійснювати пошук оптимальних рішень у сфері вдосконалення технології виробництва та забезпечення конкурентоспроможності продукції на ринку.
- економіко-математичне моделювання. Даний метод застосовується для моделювання системи взаємозв'язків між подіями, діями та процесами, що дозволяє з урахуванням впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища оцінювати перспективи розвитку конкретного ринку, визначати стратегію та тактику маркетингової діяльності, прогнозувати можливі дії конкурентів та оптимізувати витрати на маркетинг для досягнення запланованого рівня прибутку.
- метод експертних оцінок. Експертні оцінки забезпечують можливість виявлення сильних і слабких сторін підприємства та оцінки ефективності окремих маркетингових заходів. Коректне проведення експертизи передбачає вирішення питань, пов'язаних із формуванням експертної групи, визначенням процедур оцінювання та вибором методів обробки отриманих результатів. Процедура експертизи включає колективне обговорення ідей на основі дискусій або опитувань із застосуванням анкетування. [22] Більш широко групування методів маркетингових досліджень відображено на Рисунку 1.1.

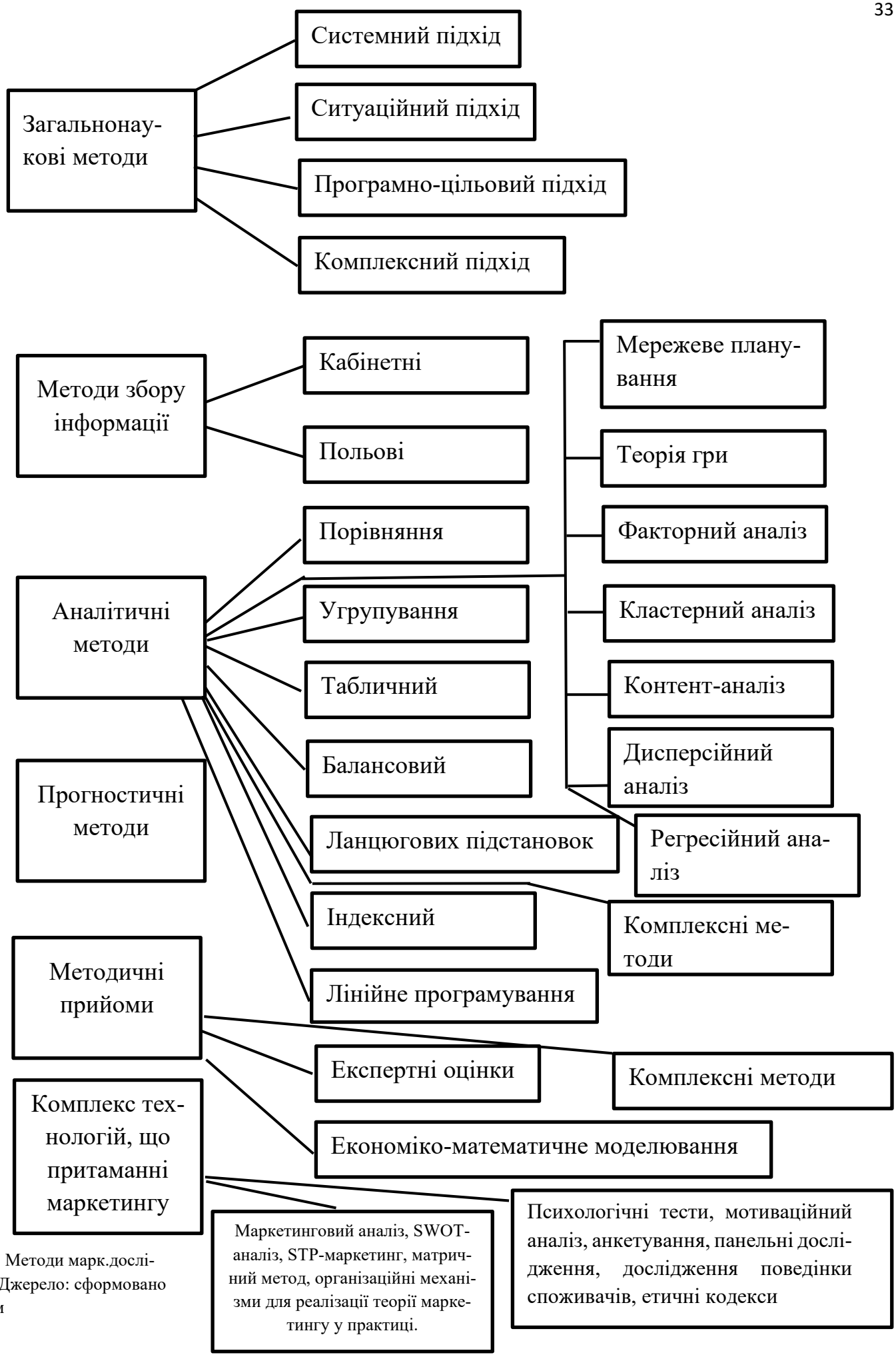

Рис.1.1. Методи марк.досліджень. Джерело: сформовано автором

Найбільш вичерпно та докладно процес маркетингових досліджень описаний у джерелі [23], вважаємо за доцільне представити їх у вигляді таблиці:

Таблиця 1.4.

Етапи проведення маркетингових досліджень згідно джерела [23]

№ етапу	Етапи
1.	Визначення проблеми і постановка цілей дослідження
2.	Попередній аналіз наявної інформації, вивчення факторів, що обумовлюють потребу в додатковій інформації. Обґрунтування необхідності проведення маркетингових досліджень.
3.	Ухвалення рішення про проведення маркетингових досліджень і визначення об'єкта дослідження.
4.	Оцінка можливих джерел і способів збору інформації, визначення ефективності затрачуваних фінансових коштів і засобів праці.
5.	Розробка плану проведення маркетингових досліджень.
5.1.	Визначення задач, що повинні бути вирішені для досягнення цілей маркетингових досліджень.
5.2.	Оцінка можливих методів досліджень (суцільне чи вибіркове).
5.3.	Вибір найбільш ефективних методів.
5.4.	Розробка докладного плану проведення вибіркового дослідження, якщо прийнято рішення про проведення саме вибіркового дослідження.
5.4.1.	Визначення представницького чи репрезентативного обсягу вибіркової сукупності.
5.4.2.	Визначення способів вибірки (випадкова, механічна, типова, районована).
5.4.3.	Визначення методів одержання первинної інформації (спостереження, опитування, експерименти)
5.4.4.	Визначення методів обробки, аналізу, узагальнення даних і прогнозування розвитку досліджуваної проблеми
5.4.5.	Оцінка очікуваної чи можливої ефективності вибіркового дослідження
6.	Збір даних.
6.1.	Вторинних - із внутрішніх і зовнішніх джерел інформації.
6.2.	Первинних - шляхом спостереження, опитувань, експериментів
6.3.	Визначення вірогідності даних.

Продовження Таблиці 1.4.

7.	Реєстрація, обробка даних і аналіз інформації за допомогою економіко-статистичних і економіко-математичних методів і використання персональних комп'ютерів.
8.	Інтерпретація результатів, формулювання висновків і розробка конкретних рекомендацій.
9.	Підготовка і представлення звіту, що повинен містити наступні розділи.
9.1.	Короткий огляд результатів дослідження.
9.2.	Характеристика дослідження (мети дослідження, види джерел даних).
9.3.	Використані методики і методи проведення дослідження.
9.4.	Види даних, джерела їхнього одержання, розраховані показники, характеристики, виявлені труднощі і недоліки дослідження.
9.5.	Аналіз даних, формулювання висновків з обґрунтуванням і приведенням таблиць, графіків, схем.
9.6.	Висновок: висновки і рекомендації з використанням результатів дослідження.
10.	Оцінка ефективності заходів, прийнятих на основі дослідження.

Джерело: Сформовано автором на основі джерела [23]

Умовами ефективності маркетингових досліджень доцільно вважати:

- регулярність проведення досліджень;
- комплексність та цілісність підходу;
- різноманітність джерел інформації;
- наукова обґрунтованість;
- орієнтація на конкретні маркетингові цілі.

У конспекті лекцій за авторством Ю. Лаврової наводиться п’ять етапів маркетингового дослідження :

- виявлення проблем і формулювання цілей дослідження;
- аналіз ситуації;
- збір інформації;
- аналіз зібраної інформації;
- подання отриманих результатів. [24]

У навчальному посібнику «Маркетинг у банку» за авторством В. Ткачука пропонується такий перелік етапів маркетингових досліджень :

- прийняття рішення про проведення аналізу;

- опис поточного ринкового стану банку;
- виділення можливих альтернатив розвитку;
- класифікація факторів маркетингового середовища;
- визначення цілей маркетингової діяльності;
-маркетинговий синтез, що передбачає оцінку цілей і прийняття рішень;
- стратегічне планування;
- визначення можливих варіантів стратегії;
- вибір (яким шляхом йти до цілі) стратегії;
- визначення тактики;
- складання оперативного (тактичного) плану;
- реалізація оперативного плану;
- контроль, який передбачає:
- збір інформації.
- порівняння очікуваних і фактичних результатів. [25]

Процес організації маркетингового дослідження залежить від способу його проведення. Перш за все, дослідження можуть бути проведені або за допомогою спеціалізованого дослідницького агентства, або ж своїми силами. У випадку, якщо користувач отриманої інформації має достатньо фахівців для обробки та аналізу даних, можливий варіант, коли спеціалізовані організації здійснюють лише частину дослідження, переважно польову. Незалежно від того, хто проводить маркетингове дослідження, загалом його процес можна розбити на етапи. При цьому, якщо у дослідженні бере участь спеціалізоване підприємство, частина етапів припадає на користувача інформації, а частина – на виконавця дослідження. Наприклад, Г. Черчіль проведення маркетингових досліджень умовно поділяє на такі сім етапів:

- визначення проблеми;
- вибір проєкту досліджень (розробка програми дослідження);
- визначення методу збору даних;
- розробка форм, які заповнюються за результатами спостереження;
- планування вибірки, збір даних;

- аналіз і інтерпретація даних;
- підготовка звіту про результати досліджень;

С. Гаркавенко виділяє п’ять етапів маркетингового дослідження:

- визначення проблеми та цілей дослідження;
- розробка плану дослідження;
- реалізація плану дослідження (збирання інформації);
- обробка та аналіз даних;
- підготовка звіту та розробка рекомендацій;

Пропонується також розглядати три фази проведення маркетингових досліджень із розбивкою на 7 етапів. Зокрема це:

I фаза – Підготовча: (1. Визначення проблеми, формулювання завдання; 2. Вироблення концепції збирання даних; 3. Визначення методів збору даних.)

II фаза – (Проведення польового дослідження: 4. Розробка форм, які заповнюються за результатами польового дослідження; 5. Збір даних.)

III фаза – (Заключна: 6. Аналіз та інтерпретація даних; 7. Подання отриманих результатів.) [26] У навчальному посібнику «Маркетинг» за авторством Ю. Петруні пропонуються наступні етапи маркетингових досліджень :

- підготовчий, який включає в себе постановку проблеми дослідження, постановку цілей дослідження, розробку плану дослідження, пошуковий , що включає в себе проведення «кабінетних» досліджень, проведення польових досліджень,
- аналітично-підсумковий етап, що складається з обробки отриманих даних, формування висновків та рекомендацій, представлення результатів дослідження. [27] Спираючись на вищенаведені джерела, вважаємо за доцільне запропонувати власний перелік етапів проведення маркетингових досліджень у вигляді Таблиці 1.5.

Таблиця 1.5.

Етапи проведення маркетингових досліджень

Етап	Складові
Визначення мети та об'єкту дослідження	- формулювання стратегічної мети маркетингового дослідження (що саме потрібно з'ясувати для підтримки рішень) - визначення об'єкта та суб'єктів дослідження (ринкові сегменти, групи споживачів, канали збуту). - розробка гіпотез дослідження (очікувані закономірності, потенційні ризики).
Планування та проєктування дослідження	- вибір методів збору даних (кількісні та якісні, включно з експертними методами та симуляціями). - розробка структури дослідницького проєкту (етапи, терміни, відповідальні особи). - проєктування інтерактивних інструментів аналізу. - формування системи контролю за достовірністю даних (порогові значення помилки, механізми перевірки).
Збір інформації	- організація первинного збору даних (опитування, фокус-групи, ділові ігри, експертні оцінки). - використання вторинних джерел (статистичні бази, ринкові звіти, відкриті дані). - інтеграція «живих» даних (соціальні мережі, онлайн-поведінка, аналітика продажів). - впровадження адаптивних процедур збору інформації (швидка реакція на зміни ринку під час дослідження).

Продовження Таблиці 1.5.

Аналіз та інтерпретація даних	- використання комплексного підходу: поєднання статистичного, системного та сценарного аналізу. - виявлення закономірностей і трендів (кореляційні зв’язки, потенційні ризики, точки зростання). - розробка моделей прогнозування розвитку ринку та поведінки споживачів. - формулювання практичних рекомендацій та варіантів рішень для менеджменту.
Етап	Складові
Презентація результатів і прийняття рішень	- підготовка звіту з візуалізацією результатів. - обговорення висновків із ключовими стейкхолдерами (колективні дискусії, стратегічні сесії). - вибір оптимальної стратегії на основі отриманих даних та експертних рекомендацій. - оцінка ефективності дослідження та зворотний зв’язок для корекції методології у майбутньому.

Джерело: Сформовано автором.

Досліджені підходи, щодо етапів проведення маркетингового дослідження за аналогією із Таблицею 1.5. вважаємо за доцільне представити також у вигляді таблиці у додатку Б. Загалом, у сучасному світі, де конкуренція серед підприємств стає все більш жорсткою і споживачі стають все більш вимогливими, маркетингові дослідження стають невід'ємною складовою успішної бізнес-стратегії. Вони грають ключову роль у розумінні потреб та побажань цільової аудиторії, а також у визначенні ефективних стратегій просування продукту або послуги на ринку. Таким чином, можна підсумувати, що маркетингові дослідження – це процес збору, аналізу та інтерпретації даних про ринок, споживачів та конкурентну ситуацію з метою прийняття обґрунтованих та об'єктивних рішень. Ці дослідження допомагають компаніям зрозуміти, як їхні товари або послуги сприймаються споживачами, які фактори впливають на їхнє рішення про

купівлю та які переваги мають конкуренти. Одним із ключових аспектів маркетингових досліджень є визначення цільової аудиторії, що означає ідентифікацію та розуміння групи споживачів, які мають найбільший інтерес у продукті або послузі. Дослідження можуть включати в себе опитування, спостереження, фокус-групи та аналіз вже існуючих даних. Завдяки цьому компанії можуть зрозуміти потреби та побажання своїх клієнтів, адаптувати свої пропозиції та забезпечити краще задоволення споживачів. Дослідження також допомагають визначити конкурентну ситуацію на ринку, зокрема аналіз конкурентів, їхніх стратегій та сильних сторін, а також виявлення можливостей для розвитку та підвищення конкурентоспроможності компанії. Знання про ринкову ситуацію дозволяє здійснити свідомий вибір маркетингових каналів, ціноутворення та комунікаційних стратегій. Методи маркетингових досліджень включають як кваліативні, так і кількісні підходи. Кваліативні дослідження зазвичай включають спостереження, інтерв'ю та фокус-групи, що дозволяють отримати глибше розуміння думок, почуттів та мотивацій споживачів. Кількісні дослідження використовують опитування та аналіз статистичних даних для отримання об'єктивних і кількісних результатів. Часто використовуються комбінації різних методів для отримання більш повного та точного розуміння ситуації на ринку. Результати маркетингових досліджень мають практичне застосування. Вони допомагають приймати стратегічні рішення щодо розробки нових продуктів, позиціонування на ринку, визначення оптимальних маркетингових каналів та розвитку маркетингових комунікацій. Ці дослідження дозволяють компаніям зменшити ризики та забезпечити більшу ефективність своїх маркетингових зусиль. Оформлення результатів маркетингового дослідження може варіюватись залежно від його мети, обсягу і цільової аудиторії. Однак, основні складові, які можна включити у звіт про маркетингове дослідження, наступні:

1. Вступ: Введення в дослідження, опис його мети, області застосування та контексту, у якому воно проводилося.

2. Методологія: Опис методів і інструментів, що використовувалися під час дослідження. Наприклад, опитування, спостереження, фокус-групи, аналіз даних тощо.

3. Вибірка: Опис характеристик і розміру вибірки, включаючи демографічні дані про респондентів (якщо застосовується).

4. Аналіз даних: Подання результатів аналізу, включаючи числові дані, графіки, таблиці та статистичні показники. Це може включати опис загальних тенденцій, порівняльний аналіз, інтерпретацію результатів тощо.

5. Висновки: Резюме основних результатів дослідження і відповіді на поставлені питання дослідження. Це також може включати виявлення можливих трендів, підказки для дій маркетологів і рекомендації для подальших досліджень.

6. Рекомендації: Інсайти та рекомендації для вирішення виявлених проблем або покращення маркетингових стратегій. Вони можуть включати рекомендації з розвитку продукту, цінової політики, комунікаційних каналів тощо.

7. Додатки: Якщо є потреба, можна додати додаткові матеріали, такі як анкети, графіки, статистичні таблиці або інші дані, що підтверджують результати дослідження. Важливо зрозуміти, що оформлення результатів маркетингового дослідження може бути дуже гнучким і варіюватись залежно від потреб замовника або організації, яка проводить дослідження.

Отже, маркетингові дослідження відіграють важливу роль у розвитку та успішності бізнесу. Вони надають компаніям цінну інформацію про цільову аудиторію, конкурентний ландшафт та можливості для покращення. Завдяки маркетинговим дослідженням підприємства можуть приймати обґрунтовані рішення, спрямовані на досягнення успіху на ринку та задоволення потреб споживачів.

1.2 Визначення поняття інвестиційна привабливість, її роль у функціонуванні та розвитку підприємства.

У сучасних умовах залучення інвестицій є важливим завданням та однією із головних складових розвитку національної економіки. Передумовою ефективної інвестиційної діяльності є аналіз і оцінка привабливості об'єктів інвестування з метою визначення орієнтирів та пріоритетів для надходження інвестицій. Інвестиційна привабливість є важливим складником стратегії сталого економічного розвитку держави, тому її дослідження та оцінка мають велике теоретичне та практичне значення. З огляду на актуальність даного питання, виникає необхідність аналізу існуючих теоретико-методичних підходів і практичних розробок, пов'язаних із розкриттям змісту поняття «інвестиційна привабливість», визначенням показників, що її характеризують, та чинників впливу. Теоретичні і практичні питання інвестиційної привабливості об'єктів інвестування та чинники її формування знайшли відображення в наукових працях українських та зарубіжних учених: І.О. Бланка, , С.О. Гуткевич, І.І. Вербицької , С.О. Іщук , Л.С, І.В. Нападовської та багатьох інших ,зокрема, за визначенням Р. Дамодарана інвестиції - це споживання ресурсів сьогодні з метою отримання більшої вигоди у майбутньому. За визначенням Р. Брейлі, С. Майерса та Ф. Аллена інвестиції - це придбання фінансових активів, таких як акції або облігації, з метою отримання доходу або прибутку у майбутньому. За визначенням Д. Грехема та Д. Дода інвестиції - це придбання цінних паперів або активів з метою отримання прибутку шляхом збільшення їхньої вартості або отримання дивідендів чи відсотків. За визначенням Д. Норт інвестиції - це вкладення капіталу у виробництво з метою створення матеріальних активів, які здатні забезпечувати прибуток в майбутньому. За визначенням М. Портера інвестиції - це створення нових або розширення існуючих активів, таких як машини, обладнання, будівлі, з метою підвищення продуктивності та отримання конкурентної переваги. Перелік визначень науковців щодо поняття інвестицій наведено у таблиці в додатку В. Проте низка питань щодо сучасного розуміння інвестиційної привабливості як на макро - та мікрорівні, так і на галузево-територіальних

рівнях, а також чинників, що на неї впливають, потребують подальших досліджень. Незважаючи на досить поширене використання поняття «інвестиційна привабливість», не існує чіткого підходу до його тлумачення, також часто інвестиційну привабливість ототожнюють із поняттям інвестиційної пріоритетності. Сучасні підходи до визначення інвестиційної привабливості підприємства дедалі частіше виходять за межі виключно фінансово-економічного трактування даної категорії. Так, К.А. Алексеєва та М.М. Дєліні акцентують увагу на тому, що маркетингові дослідження відіграють значну роль й в формуванні інвестиційної привабливості підприємства, що дозволяє побачити важливість даного процесу. [28] Тому логічно, що під інвестиційною привабливістю слід розуміти інтегральну оцінку переваг та недоліків об’єктів інвестування, яка визначає можливість та доцільність прийняття рішення інвестором щодо інвестування в певний економічний об’єкт. Інвестиційна привабливість є комплексним результатом взаємодії об’єктивних та суб’єктивних характеристик, що суттєво впливають та зумовлюють рівень привабливості. Термін “інвестиції” походить від латинського “investire” – одягати. Погляди на поняття інвестиції змінювалися протягом часу відповідно до економічних, соціальних і технологічних змін. Далі нами представлений загальний огляд еволюції поглядів на поняття інвестиції:

- первинні підходи: На початкових стадіях розвитку економічної думки інвестиції сприймалися переважно як накопичення капіталу у формі матеріальних активів, таких як земля, будівлі або інвентар. Інвестиції розглядалися як засіб збільшення виробничих потужностей та забезпечення майбутнього розвитку.
- фінансові підходи: У 20 столітті зростання фінансової системи та розвиток ринків цінних паперів призвели до зміни у сприйнятті інвестицій. Інвестиції були більш пов'язані з фінансовими активами, такими як акції, облігації та інші інструменти. Поняття інвестицій почало включати не тільки фізичні активи, але й фінансові інструменти, що стали об'єктом угод та спекуляцій.
- розширений підхід: У сучасних уявленнях про інвестиції поширилася ідея, що інвестиції не обмежуються лише матеріальними та фінансовими активами.

Вони можуть включати також інтелектуальний капітал, дослідження та розвиток, людські ресурси, маркетингові зусилля та інші фактори, що сприяють створенню вартості.

- суспільно-відповідальний підхід: Сучасні тенденції також включають поняття соціально відповідальних інвестицій. Інвестори стають більш усвідомленими щодо соціального та екологічного впливу своїх інвестиційних рішень.

Інвестиції можуть спрямовуватися на проєкти, що сприяють сталому розвитку, екологічній чистоті, соціальному позитиву та етичним цінностям. Таким чином, погляди на поняття інвестиції постійно еволюціонують відповідно до розвитку економіки, фінансової системи та суспільних цінностей. Поняття інвестицій на підприємствах передусім пов’язують з кількісною і якісною зміною виробничих потужностей. Без здійснення інвестицій неможливий нормальний процес виробництва [38]. Згідно Закону України “Про інвестиційну діяльність” інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (дохід) та/або досягається соціальний та економічний ефект”. [39] Зазначимо, що термін «інвестиції» має багато визначень і трактувань, і єдиного уніфікованого підходу до визначення інвестицій немає. Так ,зокрема, у підручнику за авторством Б. Луціва., І. Кравчука, Б. Саса «Інвестування» пропонується розглядати інвестиції, як цілеспрямоване вкладання на певний термін капіталу у всіх його формах у різні об’єкти (інструменти) для досягнення індивідуальних цілей інвесторів [40] У статті «Інвестиції та інвестиційна діяльність: понятійний апарат» інвестиції розглядаються, як вкладення грошових, матеріальних та інтелектуальних цінностей в об’єкти підприємницької та інших видів діяльності з метою одержання або досягнення більшого прибутку, які у сукупності забезпечують безперервність процесу розширеного відтворення, та (або) отримання соціального ефекту. [41] Залежно від того, де вкладається капітал (у межах країни чи за кордоном), розрізняють внутрішні та зовнішні інвестиції.

Внутрішні інвестиції - це вкладення капіталу (грошей) однієї країни в підприємства цієї самої країни.

Зовнішні інвестиції — це вкладення в підприємства іноземного капіталу. Усі внутрішні та зовнішні інвестиції можуть бути приватними або державними.

У свою чергу, зовнішні інвестиції поділяються на прямі та портфельні.

Прямі — це вкладення капіталу за кордоном. їхня величина дорівнює не менш як 10 % вартості того чи іншого проєкту.

Портфельні — закордонні інвестиції розміром до 10 % вартості капітального проєкту, що здійснюється за їх допомогою.

За видами активів, що входять у інвестиційний портфель, інвестиції поділяються на фінансові, реальні та інтелектуальні.

Фінансові інвестиції означають використання наявного капіталу для придбання (купівлі) акцій, облігацій та інших цінних паперів, що випускаються підприємством або державою.

Реальні інвестиції — це вкладення капіталу в різні сфери і галузі економіки з метою оновлення існуючих і створення нових благ. Такі інвестиції забезпечують одержання набагато більшого прибутку. Реальні інвестиції дістали ще назву виробничих або капітальних вкладень.

За функціональною спрямованістю розрізняють валові і чисті капіталовкладення.

Валові капітальні вкладення — це загальна сума одноразових витрат капіталу на просте і розширене відтворення виробничих основних фондів та об'єктів соціальної інфраструктури.

Чисті капітальні вкладення — витрати лише на розширене їх відтворення. Величину чистих капіталовкладень розраховують у такий спосіб: із загального обсягу капіталовкладень вилучаються амортизаційні відрахування, що використовуються на просте відтворення основних фондів та іншого майна підприємства. Навчальний посібник «Інвестування» [42] на наш погляд надає найбільш вичерпну класифікацію інвестиційй на Рисунку 1.2. В свою чергу найоптимальнішу класифікацію інвестицій пропонуємо у Таблиці 1.9. Фактори , що впливають на інвестиційну привабливість підприємства – к.е.н., доц. Пилипенко Н.М. пропонує розділити фактори на внутрішні і зовнішні, на його думку, до

зовнішніх факторів, які здійснюють вплив на інвестиційну привабливість підприємства і не залежать від діяльності підприємства, слід віднести: інвестиційну привабливість країни в цілому(інвестиційний клімат), інвестиційну привабливість регіону та інвестиційну привабливість галузі. Інвестиційну привабливість країни в цілому характеризують: економічна та політична стабільність, бюджетно-податкова та грошово-кредитна політика, сприяння веденню бізнесу, рівень корупції в країні та ін. Інвестиційна привабливість галузі визначається: станом конкуренції в галузі, привабливістю продукції, прибутковістю галузі та ін. Внутрішні фактори залежать від діяльності підприємства.

Таблиця 1.7.

Види інвестицій

Ознака	Визначення	
Походження капіталу	- внутрішні	- приватні
		- державні
	- зовнішні	- прямі
		- портфельні
Види активів	- фінансові	
	- реальні	
	- інтелектуальні	
Функціональна спрямованість	- валові капітальні вкладення	
	- чисті капітальні вкладення	

Джерело: Сформовано автором.

З точки зору інвестора аналіз внутрішніх факторів є більш інформативним, так стан зовнішнього середовища є заздалегідь визначеним, інвестор знайомий і з інвестиційним кліматом у країні, і з привабливістю галузі. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства це перш за все достовірна оцінка внутрішніх факторів. Запропонована класифікація факторів впливу дає можливість визначитися з конкретним набором показників, які є найбільш впливовими при оцінці

інвестиційної привабливості підприємства та побудувати модель оцінки інвестиційної привабливості підприємства.[43]

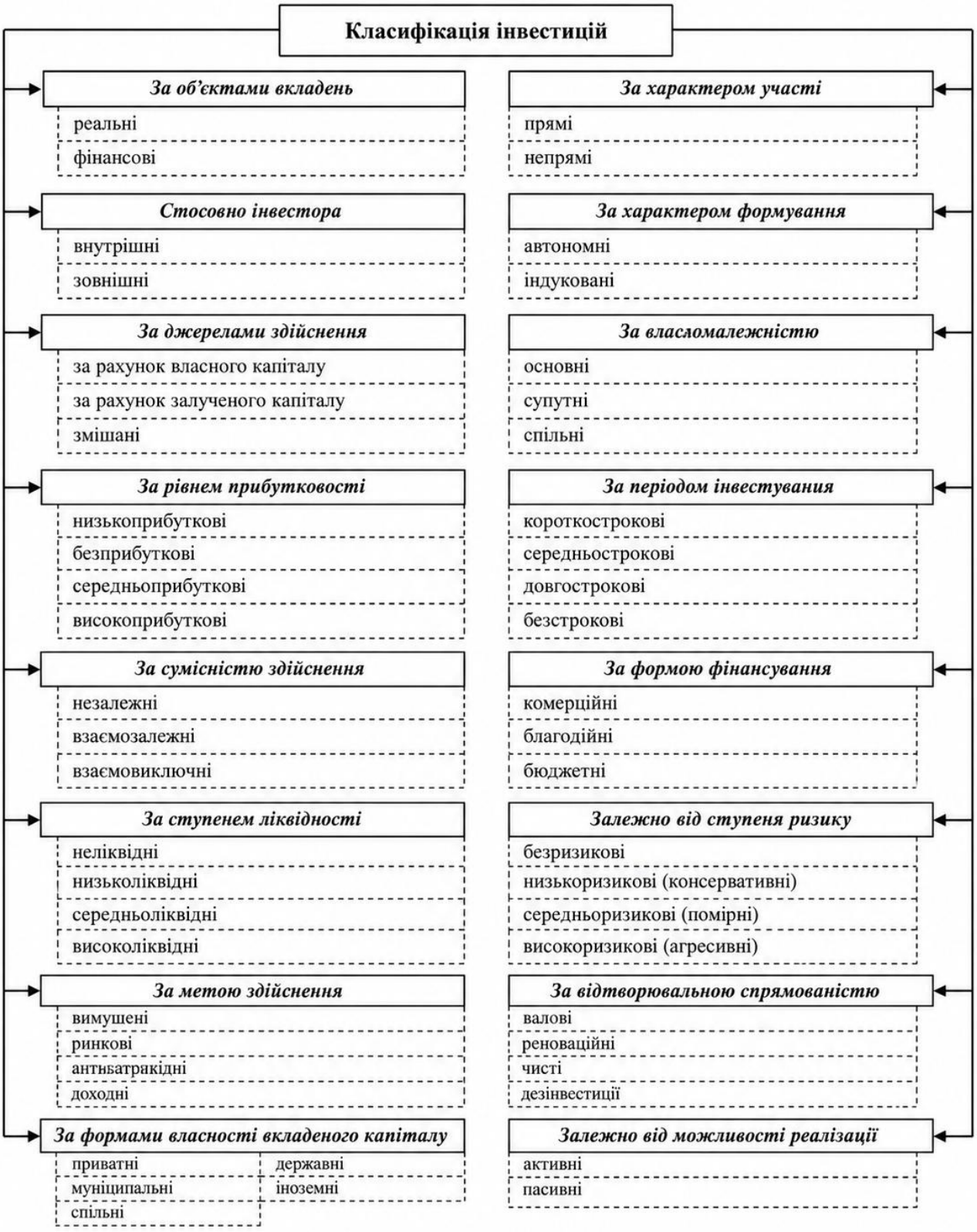

Рис.1.2. Класифікація інвестицій
Джерело: [42]

Г. Шпортько, к. т. н., доцент кафедри менеджменту Національної металургійної академії України у статті «Оцінка інвестиційної привабливості промислового підприємства» пропонує наступну класифікацію (представлена у Таблиці 1.9.)

Таблиця 1.9.

Класифікація показників інвестиційної привабливості за категоріями

Фінансовий стан	Ринкове оточення	Корпоративне управління
Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів	Інвестиційний клімат регіону, в якому знаходиться підприємство	Інвестиційний клімат регіону, в якому знаходиться підприємство
Коефіцієнт поточної ліквідності	Інвестиційна привабливість галузі, до якої належить підприємство	Частка державної власності в статутному капіталі товариства
Коефіцієнт оборотності активів	Географічний ринок збуту продукції	Частка акцій у вільному обігу на вторинному ринку
	Стадія життєвого циклу основного виду продукції	Розмір винагороди членам ради директорів
Рентабельність власного капіталу по чистому прибутку	Ступінь конкуренції на товарному ринку	Фінансова прозорість і розкриття інформації
Рентабельність продажів по чистому прибутку	Екологічне навантаження на природне середовище	Дотримання прав дрібних акціонерів з управління підприємством
	Розвиток транспортної інфраструктури	Дивідендні виплати за останній фінансовий рік

Джерело: сформовано автором на основі джерела [44]

На нашу думку, окремим фактором інвестиційної привабливості варто виділити державне сприяння інвестиціям. Цілеспрямована підтримка з боку держави підприємства відіграє важливу роль у визначенні його інвестиційної

привабливості. Цілеспрямована підтримка з боку держави істотно підвищує інвестиційну привабливість підприємства з таких обґрунтованих причин:

- Зниження інвестиційних ризиків. Державна підтримка (гарантії, дотації, компенсація відсотків за кредитами) зменшує фінансові та ринкові ризики для інвесторів. Підприємство сприймається як більш стабільне й надійне, адже держава фактично бере на себе частину відповідальності за його розвиток.
- Поліпшення фінансових показників. Податкові пільги, субсидії або гранти знижують витрати підприємства та підвищують його прибутковість. Кращі фінансові результати (рентабельність, ліквідність, грошові потоки) напряму підвищують зацікавленість потенційних інвесторів.
- Сигнальний ефект для ринку. Факт цілеспрямованої підтримки з боку держави є позитивним сигналом для інвесторів, оскільки свідчить про стратегічну важливість підприємства або галузі, її перспективність та довгострокову підтримку на макрорівні.
- Доступ до ресурсів і ринків. За підтримки держави підприємство часто отримує кращий доступ до фінансування, інфраструктури, державних замовлень або зовнішніх ринків. Це розширює можливості зростання та підвищує очікувану віддачу від інвестицій.
- Стимулювання інновацій та розвитку. Державні програми підтримки інновацій, модернізації чи експорту сприяють технологічному оновленню підприємства, що підвищує його конкурентоспроможність і довгострокову інвестиційну цінність.

Цілеспрямована державна підтримка підвищує інвестиційну привабливість підприємства через зниження ризиків, покращення фінансових результатів, формування позитивних очікувань інвесторів та створення умов для сталого розвитку. Збільшення обсягів залучення інвестицій є засобом забезпечення умов виходу підприємств з економічної кризи, сприяє процесу їх економічного зростання, стимулює впровадження новітніх технологій, зростання продуктивності праці та в цілому підвищення рівня життя населення. Аналіз останніх джерел засвідчує, що на розвиток економіки підприємств в Україні впливає низка

факторів, серед яких політичні, економічні, соціальні, технологічні. Політичні фактори, що визначають ділове середовище країни та можливості одержання ключових ресурсів для підприємств та їх ефективного функціонування, з одного боку, вказують на стабілізацію ситуації на підприємствах. Це створює сприятливе підґрунтя для структурних перетворень. Проте з іншого боку, нестабільність політичних процесів й нормативно-правових засад економічної діяльності мають несприятливий вплив на ефективність запровадження стратегічних програм розвитку підприємств. Економічні фактори є базисом для функціонування галузей економіки і створюють картину розподілу ресурсів на всіх її рівнях. Одним із найкритичніших із групи економічних факторів є несприятливість інвестиційного клімату, що ставить під загрозу реалізацію інвестиційної стратегії в цілому. Тому важливим з боку Уряду є проведення низки заходів спрямованих на зростання інвестиційної привабливості підприємств. Позитивна динаміка макропоказників, стабілізація курсу національної валюти, ефективна політика Уряду вказує на можливість позитивних зрушень у цьому аспекті. Соціальні фактори визначають основні передумови економічного розвитку підприємств в певному соціумі. Низка технологічних факторів мають індикативний характер і вказують на основні причини негативних проявів функціонування підприємств в економіці країни. Так, в Україні існує необхідність масштабного оновлення основних фондів підприємств, яке має базуватися на принципах інноваційності. Для цього потрібно використовувати як світовий досвід, так і відновлювати національний механізм створення інноваційної техніки і технологій виробництва. Інвестиційний клімат включає низку факторів (інституціональні, економічні, соціальні), що характеризують інвестиційний процес на різних рівнях його реалізації (мікро-, мезо-, макрорівні) Інвестиційна привабливість була і залишається одним із визначальних чинників успішної та конкурентоспроможної діяльності підприємств, чи галузі сільського господарства в цілому. Зокрема для галузі сільського господарства, як для сировинної галузі, ключовими факторами рентабельності виступають ціни на вироблену продукцію та кліматичні умови. Головним чином, основна вразливість галузі полягає у нездатності

впливу виробників на ці фактори. Внаслідок цього особливої актуальності набуває підтримка з боку держави , залучення інвестицій задля вдосконалення виробництва, покращення його технологічної складової, збільшення відсотку доданої вартості у продукції сільського господарства. Досліджені фактори інвестиційної привабливості надають розуміння того, що сільське господарство є однією з найпривабливіших галузей для інвестування з огляду на об'єм капітальних інвестицій, що відкриває подальші перспективи розвитку і становлення даної галузі рушійною силою економіки України. Окрім цього, інвестиційна привабливість відображає ступінь привабливості підприємства для потенційних інвесторів або капіталовкладників. Вона оцінюється на основі різних факторів, які впливають на вигідність та ризикованість інвестиційного проєкту або підприємства. Інвестиційна привабливість відіграє важливу роль у функціонуванні підприємства і впливає на його успішність та здатність досягати стратегічних цілей. Основними ознаками для інвесторів є:

- залучення капіталу: Інвестиційна привабливість дозволяє підприємству привернути зовнішній капітал для розвитку, розширення виробництва, впровадження нових технологій та здійснення інших стратегічних ініціатив. Інвестори будуть більш схильні інвестувати в підприємство, якщо воно вважається привабливим та потенційно прибутковим.
- розвиток інновацій: Інвестиційна привабливість дозволяє підприємству залучати інвестиції в дослідження та розробки, інноваційні проєкти та впровадження нових ідей. Це сприяє створенню конкурентних переваг, розширенню продуктового портфеля та покращенню якості та ефективності діяльності підприємства.
- підвищення конкурентоспроможності: Інвестиційна привабливість дозволяє підприємству залучати ресурси для модернізації виробничих потужностей, поліпшення технологічного обладнання та оптимізації бізнес-процесів. Це допомагає збільшити продуктивність, знизити витрати, підвищити якість продукції і послуг, що забезпечує конкурентні переваги на ринку.

- розширення ринкових можливостей: Інвестиційна привабливість дозволяє підприємству розширити свою присутність на нових ринках, вивести нові продукти та послуги, розвинути експортні можливості. Інвестиції допомагають залучити ресурси для маркетингу, дистрибуції та розвитку нових збутових каналів.
- стабільність та сталий розвиток: Інвестиційна привабливість дозволяє підприємству залучати інвестиції, які можуть сприяти стабільному розвитку та довгостроковій життєздатності. Інвестиційний капітал дозволяє забезпечити фінансову стійкість, розширення діяльності та інвестиції в людські ресурси.

Узагальнюючи, інвестиційна привабливість є важливим чинником для залучення капіталу, розвитку інновацій, підвищення конкурентоспроможності, розширення ринкових можливостей та забезпечення стабільного розвитку підприємства. Сутність інвестиційної привабливості полягає в тому, що підприємство володіє такими характеристиками, які залучають потенційних інвесторів та стимулюють їх до вкладення капіталу. Ці характеристики можуть включати в себе:

- фінансову стабільність: Підприємство з фінансовою стабільністю та позитивною фінансовою репутацією привертає більше інвесторів. Вони бажають бачити, що підприємство має потенціал для генерації прибутку та виплати дивідендів.
- ринковий потенціал: Високий ринковий потенціал підприємства вказує на можливість росту та розширення. Інвестори шукають підприємства з перспективними ринками та здатністю до конкурентної вигоди.
- інноваційність: Підприємства, що проявляють інноваційну діяльність та мають потенціал для розробки нових продуктів або технологій, вважаються привабливими для інвесторів. Інновації можуть забезпечити конкурентну перевагу та збільшення прибутковості.
- керівна ланка: Компетентна та досвідчена команда управління підприємства забезпечує довіру інвесторів. Інвестори бажають бачити, що підприємство має ефективне керівництво, здатне до реалізації стратегії та досягнення поставлених цілей. Ознаки та сутність інвестиційної привабливості представлено у вигляді рисунка 1.3.

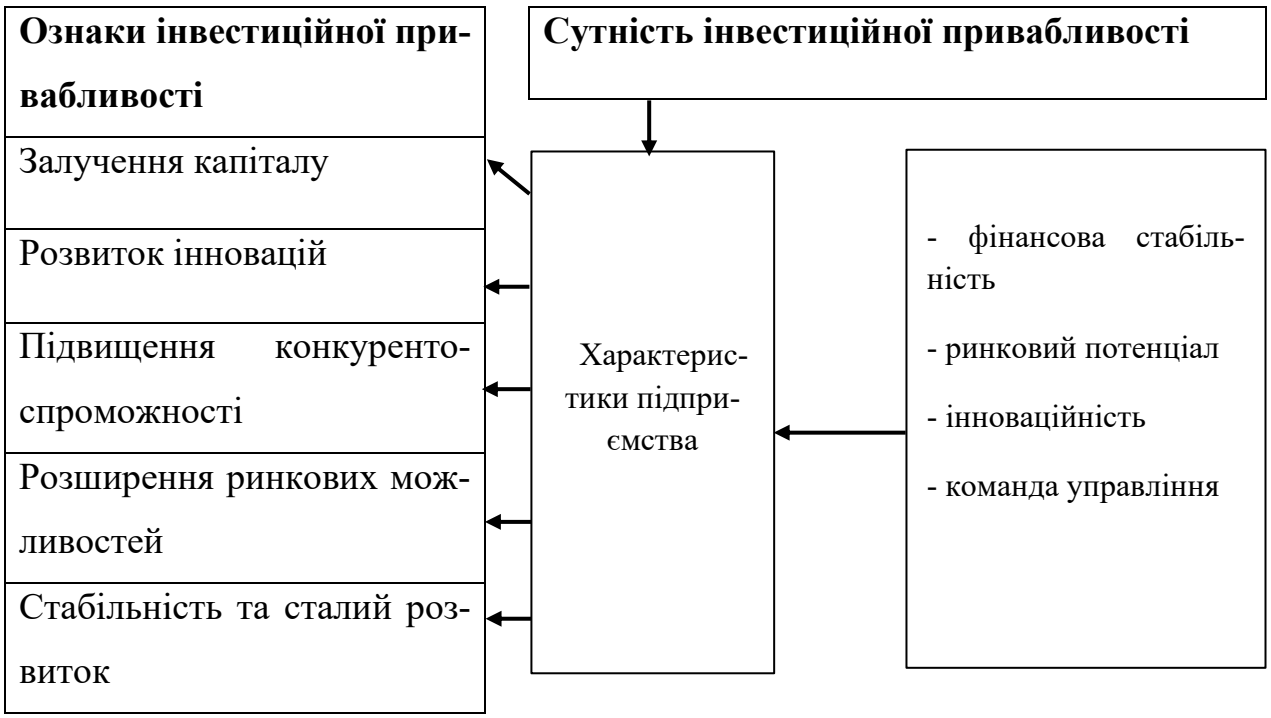

Рис. 1.3. Взаємозв'язок сутності і ролі інвестицій

Джерело: Сформовано автором

В повній мірі свою роль інвестиційна привабливість виконує лише у випадку наявності необхідних характеристик підприємства. Роль інвестиційної привабливості у функціонуванні та розвитку підприємства є критичною. Вона впливає на доступність фінансування та залучення необхідних ресурсів для здійснення інвестиційних проєктів. Залучення нових інвесторів дозволяє підприємству збільшити свій капітал, здійснити розширення, впровадити інновації та підвищити конкурентоспроможність. Крім того, інвестиційна привабливість сприяє підвищенню ринкової цінності підприємства та може створювати позитивний ефект на його репутацію.

Отже, інвестиційна привабливість є важливим фактором у функціонуванні та розвитку підприємства. Вона залежить від ряду чинників, які потенційні інвестори враховують при прийнятті рішення про інвестування. Розуміння цієї сутності та активне підтримання інвестиційної привабливості допомагають підприємству залучити необхідні ресурси та досягти успіху на ринку. В сучасних умовах розвитку аграрного сектору важливого значення набуває

інформаційне забезпечення процесів управління діяльністю підприємства. У дослідженні В.Л. Вакуленка, В.А. Мялковського та Лю Сяовея підкреслюється, що інформатизація сільськогосподарських підприємств є важливим аспектом підвищення ефективності їх діяльності та забезпечення конкурентоспроможності. Автори зазначають, що використання інформаційних технологій сприяє вдосконаленню процесів управління, підвищенню продуктивності діяльності підприємства та мінімізації витрат.[45]

1.3 Методичні підходи до планування та оцінки ефективності інвестиційної діяльності.

Ефективне функціонування та розвиток підприємств у сучасних умовах неможливі без науково обґрунтованого планування інвестиційної діяльності та об'єктивної оцінки її результативності. В умовах післявоєнного відновлення економіки України, зростання ринкової невизначеності, обмеженості фінансових ресурсів і підвищення рівня інвестиційних ризиків особливого значення набуває застосування сучасних методичних підходів до формування інвестиційних програм та вибору ефективних напрямів вкладення капіталу. Інвестиційне планування є складовою стратегічного управління підприємством і передбачає визначення пріоритетів розвитку, оцінювання ресурсного потенціалу, прогнозування фінансових результатів та врахування ринкових і маркетингових чинників. Водночас оцінка ефективності інвестиційної діяльності дозволяє визначити економічну доцільність реалізації інвестиційних проєктів, рівень досягнення поставлених цілей та ступінь впливу інвестицій на зростання вартості підприємства і його інвестиційної привабливості. Сучасні наукові підходи до планування та оцінювання інвестиційної діяльності характеризуються різноманіттям методів, серед яких традиційні фінансово-економічні показники, індикатори ризику, інтегральні моделі, а також інструменти стратегічного та маркетингового аналізу. Проте значна частина існуючих методик не повною мірою враховують роль маркетингових досліджень у формуванні інвестиційних рішень.

Інвестиційна діяльність – це процес вкладання грошових або матеріальних ресурсів у певні активи, проєкти або компанії з метою отримання прибутку або досягнення інших фінансових цілей. Інвестування може включати придбання акцій, облігацій, нерухомості, фондових паїв, власних бізнесів або участь у стартапах. Інвестиційна діяльність може здійснюватись як фізичними особами (індивідуальні інвестори), так і юридичними особами (корпорації, фонди, пенсійні фонди тощо). Інвестори приймають рішення про розміщення своїх коштів на основі аналізу ризиків, очікуваного доходу, ліквідності та інших факторів. Основні форми інвестиційної діяльності включають в себе:

-фінансові інвестиції: вкладення коштів у фінансові інструменти, такі як акції, облігації, депозити, паї в інвестиційних фондах, деривативні контракти тощо.

- прямі інвестиції: придбання частки або контролюючого пакету акцій компанії, інвестування в нерухомість або власні бізнеси з метою отримання контролю та прибутку.

- інфраструктурні інвестиції: вкладення коштів у будівництво та розвиток інфраструктурних об’єктів, таких як дороги, мости, енергетичні системи, телекомунікаційна інфраструктура тощо.

- зелені інвестиції: вкладення у проєкти та компанії, спрямовані на зменшення впливу на довкілля та розвиток сталої енергетики.

- соціальні інвестиції: інвестиції, спрямовані на досягнення соціальних цілей, таких як покращення освіти, охорони здоров’я, житлових умов та інші види громадського блага.

Це лише кілька прикладів інвестиційної діяльності, існує багато інших форм і підходів в залежності від цілей та стратегій інвесторів.

Інвестиційна діяльність провадиться на основі:

- інвестування, що здійснюється громадянами, недержавними підприємствами, господарськими асоціаціями, спілками і товариствами, а також громадськими і релігійними організаціями, іншими юридичними особами, заснованими на колективній власності;

- державного інвестування, що здійснюється органами державної влади за рахунок коштів державного бюджету, позичкових коштів, а також державними підприємствами та установами за рахунок власних і позичкових коштів;
- місцевого інвестування, що здійснюється органами місцевого самоврядування за рахунок коштів місцевих бюджетів, позичкових коштів, а також комунальними підприємствами та установами за рахунок власних і позичкових коштів;
- державної підтримки для реалізації інвестиційних проєктів;
- іноземного інвестування, що здійснюється іноземними державами, юридичними особами та громадянами іноземних держав;
- спільного інвестування, що здійснюється юридичними особами та громадянами України, юридичними особами та громадянами іноземних держав.

[46] Підручник «Інвестиційна діяльність» за авторством Т.В. Майорової пропонує визначення інвестиційної діяльності, як «сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб та держави щодо реалізації інвестицій, що здійснюється на основі:
- інвестування, яке здійснюється громадянами, недержавними підприємствами, господарськими асоціаціями, а також громадськими та релігійними організаціями;
- державного інвестування, яке здійснюється органами влади та управління України, а також державними підприємствами та установами;
- іноземного інвестування, яке здійснюється іноземними державами, юридичними та фізичними особами;
- спільного інвестування, яке здійснюється громадянами та юридичними особами України та інших держав. [47]. У ще у одному підручнику «Інвестування» за авторством В. Гриньової, В. Коюди, Т. Лелейко, О.Коюди пропонується наступне визначення : Інвестиційна діяльність — це сукупність практичних дій фізичних та юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій. Інвестиційна діяльність може здійснюватись у таких формах:
- інвестування, що здійснюється громадянами, недержавними підприємствами, господарськими асоціаціями, об'єднаннями та установами, а також

громадськими та релігійними організаціями, іншими юридичними особами, заснованими на колективній власності;

- державне інвестування;
- іноземне інвестування;
- спільне інвестування коштів і цінностей громадянами та юридичними особами України й іноземних держав.[48]

У електронному курсі лекцій під назвою «Економіка підприємства» Л. Нікіфорова, кандидат економічних наук, доцент, секретар Вченої ради та Методичної комісії факультету Менеджменту та інформаційної безпеки ВНТУ зазначає, що інвестиційною діяльністю є сукупність практичних дій інвесторів та учасників щодо здійснення інвестицій для одержання доходу або прибутку.[49] Вчений С. Панчишин визначає інвестиційну діяльність як сукупність рішень та відповідних дій, скерованих на перетворення заощаджень у інвестиції. [50]. На думку Б. Щукіна, інвестиційна діяльність є процесом організації інвестування в реально існуючих у країні умовах господарювання. Вчений стверджує, що в процесі інвестування визначається модель поведінки інвестора щодо нарощування свого капіталу [51]. Подібної думки дотримується В. М. Геєць, який визначає інвестиційну діяльність як процес здійснення інвестицій, що включає формування, розміщення та використання інвестиційних ресурсів з метою отримання економічного ефекту. [52]. У підручнику Reilly, F. K., & Brown, K. C. Investment Analysis and Portfolio Management (2012) інвестиційна діяльність розглядається як процес вкладення коштів у фінансові та реальні активи з метою отримання майбутнього доходу або приросту капіталу. [53].

Основною метою інвестиційної діяльності є забезпечення ефективного здійснення інвестиційної стратегії підприємства, яка досягається шляхом реалізації таких завдань:

- досягнення високих темпів економічного розвитку підприємства;
- максимізація доходів (прибутків) від інвестиційної діяльності;
- мінімізація інвестиційних ризиків;

- забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства

У посібнику за авторством В.Г. Федоренка «Основи менеджменту» наведено і розтлумачено сутність показників ефективності інвестиційної діяльності наступним чином : - «Основним принципом оцінювання ефективності є порівняння обсягів доходів та витрат, що їх забезпечили. Обґрунтовуючи економічну ефективність інвестиційних проєктів, застосовують комплекс показників, що відображають різні аспекти вже зазначеного принципу і дають змогу оцінити доцільність інвестицій системніше.»[54] У Економічному енциклопедичному словнику за авторством С.В. Мочерного наведено наступне визначення сутності показників ефективності інвестицій : - «Показники ефективності інвестицій — основні кількісно-якісні індикатори результативності інвестиційної діяльності на мікро- і макрорівнях з урахуванням вартості інвестицій за час експлуатації об’єкта. За відсутності нагромадженого капіталу, здійснені в теперішньому часі інвестиції є загальним обсягом капіталу, а реальна відсоткова ставка — альтернативною вартістю ресурсів, що використовуються для інвестування. Якщо існує раніше нагромаджений капітал, майбутній запас капіталу може змінитися як внаслідок інвестування нового капіталу, так і внаслідок амортизації (фізичного і морального зношування). Ефективність інвестицій має два основні виміри:

- як суто економічний показник, що характеризує співвідношення отриманого результату і витрат, здійснених відповідно до інвестиційного проєкту;
- як соціально-економічний показник, що, крім економічного ефекту, має соціальний — поліпшення умов життя людей, навколишнього середовища, зниження рівня безробіття, розвиток особистості та ін. Соціально-економічну ефективність інвестицій виміряти практично неможливо, тому акцентують на визначенні економічної ефективності, передусім ефективності капіталовкладень, попередньо з’ясувавши, як впливають на ефективність інвестицій обсяги інвестицій, сфера реалізації інвестиційного проєкту, відсоток за кредит, обсяг податків на прибуток підприємства і на додану вартість, продуктивність праці та організації виробництва, професіоналізм менеджерів і підприємця тощо. У

західній економічній літературі значного поширення набув бухгалтерський підхід, згідно з яким у тривалому періоді основним показником є прибутковість, а в короткому — ліквідність (здатність перетворення активів підприємства, його цінностей на готівкові гроші — платоспроможність підприємства). Інвестиційний проєкт є ефективним, якщо очікуваний прибуток перевищує очікувані витрати. До основних належать:

- чиста приведена вартість інвестиційного проєкту — розраховується як сума щорічних обсягів доходів без витрат, приведених до умов поточного року і визначається за формулою, де NIPV — чиста приведена вартість інвестиційного проєкту; P — обсяг грошових надходжень, отриманих внаслідок введення в експлуатацію певного об'єкта інвестування; Bit — обсяг інвестицій, необхідний для введення об'єкта в експлуатацію; Be — обсяг поточних витрат, необхідних для виробництва товарів або надання послуг на створеному об'єкті, t — індекс (порядковий номер кожного року експлуатації об'єкта); T— кількість років експлуатації об'єкта та отримання доходів від інвестицій;
- термін окупності інвестиційного проєкту — кількість років, за які загальний приведений прибуток дорівнюватиме обсягу інвестицій. Термін окупності повинен бути меншим від загального терміну експлуатації проєкта;
- коефіцієнт співвідношення доходів витрат — визначається відношенням суми приведених вартостей доходів від інвестицій за всі роки до суми приведених витрат; цей коефіцієнт повинен перевищувати 1;
- коефіцієнт прибутковості інвестиційного проєкту — визначається співвідношенням чистої приведеної вартості доходів за період експлуатації проєкту до обсягу інвестицій; цей коефіцієнт також повинен перевищувати 1;
- фондовіддача проєкту — вимірюється відношенням середньорічного прибутку за весь період експлуатації проєкту до середньорічної залишкової вартості інвестицій за відповідний період з урахуванням їх щорічного зношування;
- внутрішня норма прибутковості інвестиційного проєкту — визначається як рівень ставки дисконтування, за якого чиста приведена вартість такого проєкту за період його експлуатації дорівнює нулю (цей показник є межею, нижче якої

інвестиційний проєкт не дає прибутків).».[55] Узагальнивши, можна сказати, що оцінка ефективності інвестиційної діяльності включає аналіз і вимірювання результатів та вигод, отриманих від інвестицій, порівняння їх з затратами та ризиками, а також оцінку досягнутих фінансових і нефінансових показників. Декілька методів і підходів використовуються для оцінки ефективності інвестиційної діяльності:

- період окупності (Payback period): Цей метод оцінки визначає, скільки часу потрібно для повного відновлення вкладених коштів у проєкт. Вимірюються граничні суми, що виникають внаслідок інвестицій, і порівнюються зі збитками, що виникають у зв'язку з втратою прибутку.
- чиста приведена вартість (Net Present Value, NPV): Цей метод використовує чисту приведену вартість, що відображає суму, на яку поточні виплати перевищують витрати або втрати у майбутньому. Він дозволяє враховувати часову цінність грошей та ризики інвестиційного проєкту.
- внутрішня норма доходності (Internal Rate of Return, IRR): Цей метод оцінки вимірює доходність проєкту шляхом визначення ставки дисконту, при якій чистий приведений дохід дорівнює нулю. Внутрішня норма доходності дозволяє порівняти доходність інвестиційного проєкту з іншими альтернативними варіантами.
- рентабельність активів (Return on Assets, ROA) та рентабельність інвестицій (Return on Investment, ROI): Ці фінансові показники вимірюють відношення між прибутком, отриманим від інвестицій, та витратами на них. Вони дозволяють оцінити досягнутий рівень рентабельності та ефективність використання активів.
- аналіз чутливості (Sensitivity Analysis): Цей підхід включає вимірювання впливу зміни ключових факторів (таких як ціни, витрати, попит) на фінансові показники проєкту. Він допомагає виявити основні ризики та не пов'язані з ними фактори, що впливають на ефективність інвестиційної діяльності. Для більш докладного розкриття сутності показників інвестиційної привабливості, вважаємо за доцільне проаналізувати сутність таких понять, як фінансова

стійкість, ліквідність, рентабельність. Для оцінки інвестиційної привабливості підприємства, аналітики використовують кілька ключових фінансових показників. Серед них найбільш поширеними є такі:

1. Коефіцієнт фінансової стійкості – відображає здатність компанії покривати свої зобов'язання за рахунок власного капіталу. Його обчислюють як відношення власного капіталу до загальної суми активів. Високе значення свідчить про низьку залежність від зовнішнього фінансування та стійкість підприємства.

2. Коефіцієнт ліквідності:

- коефіцієнт поточної ліквідності (Current Ratio) – співвідношення поточних активів до поточних зобов'язань. Показник більше 1 свідчить про те, що компанія здатна покривати короткострокові зобов'язання.

-коефіцієнт швидкої ліквідності (Quick Ratio) – аналогічний, але враховує лише найбільш ліквідні активи (гроші та дебіторську заборгованість). Вважається більш консервативним, оскільки не враховує менш ліквідні активи, як запаси.

3. Рентабельність:

- рентабельність активів (Return on Assets, ROA) – показує, наскільки ефективно компанія використовує свої активи для отримання прибутку. Високий ROA вказує на ефективність управління активами.

- рентабельність власного капіталу (Return on Equity, ROE) – відображає прибуток, який отримує компанія на вкладений власний капітал, і показує ефективність використання інвестицій власників.

4. Коефіцієнт заборгованості (Debt to Equity Ratio) – визначає ступінь залежності компанії від зовнішніх джерел фінансування. Високе значення може свідчити про високий фінансовий ризик, тоді як низьке – про стійкість, але й можливе обмеження росту.

5. Коефіцієнт обіговості активів (Asset Turnover Ratio) – відображає, наскільки ефективно компанія використовує свої активи для генерації доходу. Висока обіговість активів вказує на ефективне використання ресурсів.

6. EBITDA (прибуток до відрахувань відсотків, податків та амортизації) – важливий показник, що відображає операційну прибутковість компанії, незалежно від фінансових чи податкових зобов’язань. Його часто використовують для порівняння компаній у різних галузях, а також для оцінки здатності підприємства генерувати грошовий потік.

7. Коефіцієнт покриття відсотків (Interest Coverage Ratio) – показує, наскільки легко компанія може погашати свої відсоткові зобов'язання за рахунок операційного прибутку. Високий показник свідчить про можливість стабільного обслуговування боргу.

Комплексний аналіз цих показників дозволяє інвесторам визначити фінансову стійкість і перспективність підприємства, оцінити ризики та прийняти більш обґрунтовані інвестиційні рішення. Фінансова стійкість – це узагальнююча якісна характеристика фінансового стану підприємства, що відображає тенденції зміни фінансових відносин на підприємстві під впливом різноманітних зовнішніх і внутрішніх чинників. [56] Спроможність підприємства за рахунок власних коштів забезпечувати діяльність або запаси і витрати, а у широкому значенні – як складова загальної стійкості підприємства й особливий фінансовий стан [57] Здатність господарюючого суб’єкта функціонувати і розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів і пасивів в мінливих умовах внутрішнього і зовнішнього середовища.[58] Такий стан фінансових ресурсів підприємства, за якого раціональне розпорядження ними є гарантією наявності власних коштів, стабільної прибутковості та забезпечення процесу розширеного відтворення. [59]. Вважаємо за потрібне детально зупинитись на факторах, що впливають на фінансову стійкість підприємства. У підручнику «Фінансовий аналіз» за авторством М.Білика, О.Павловської, Н. Притуляка, Н. Невмержицької пропонуються наступні групи факторів : чинники першого рівня (базові, чинники другого рівня (похідні) – зовнішні та внутрішні, чинники третього рівня (деталізуючі). [60] У підручнику «Фінансовий аналіз» фактори поділяються за такими ознаками: за місцем виникнення, за масштабом впливу, за структурою, за можливістю прогнозування, за важливістю результату, за ступенем впливу на діяльність

підприємства, за часом.[61] У наукових джерелах дані показники характеризуються, як відносні. Абсолютними показниками фінансової стійкості є показники, що характеризують міру забезпеченості запасів джерелами їхнього фінансування. Співвідношення окремих запасів та джерел їх фінансування дає можливість охарактеризувати тип фінансової стійкості. Загалом в науковій літературі виділяють чотири типи фінансової стійкості, які визначаються на основі співвідношення обсягу запасів і доступних для їх фінансування коштів:

- абсолютна фінансова стійкість, характеризується повним покриттям запасів власними оборотними коштами. Підприємство в цьому випадку не потребує залучення кредитів чи інших зовнішніх джерел.
- нормальна фінансова стійкість, коли запаси покриваються за рахунок власних оборотних коштів і довгострокових зобов'язань. Така ситуація свідчить про здоровий фінансовий стан і достатню ліквідність.
- нестійкий фінансовий стан, підприємство частково фінансує свої запаси короткостроковими кредитами, що свідчить про певну залежність від зовнішнього фінансування та може викликати проблеми з ліквідністю в майбутньому.
- кризовий фінансовий стан – коли обсяги запасів значно перевищують власні оборотні кошти, а також залучені кредити та інші джерела не покривають їх повністю. Це є ознакою серйозних фінансових труднощів і ризику втрати платоспроможності. Трьом показникам джерел формування запасів відповідають три показники рівня забезпеченості запасів відповідними джерелами (різниця між конкретним джерелом та сумою запасів і витрат):

- надлишок (+) або нестача (-) власного оборотного капіталу;
- надлишок (+) або нестача (-) власних та довгострокових джерел для формування запасів;
- надлишок (+) або нестача (-) сукупних нормальних джерел для формування запасів.

У підручнику Фінансовий аналіз також запропоновано модель систематизації показників фінансової стійкості на коефіцієнти капіталізації та коефіцієнти покриття.

Таблиця 1.10.

Показники фінансової стійкості підприємства, систематизація

<table>
<tr><td colspan="2">Систематизація показників фінансової стійкості</td></tr>
<tr><td>Коефіцієнти капіталізації</td><td rowspan="2">автономії, фінансової залежності, фінансування, фінансового ризику, фінансової стійкості, забезпеченості власними оборотними коштами, забезпеченості запасів та витрат власними оборотними коштами, співвідношення запасів і власних оборотних коштів, маневреності власного капіталу, маневреності функціонального капіталу</td></tr>
<tr><td>Загальна формула: К=$\frac{D}{V}$*100%, Де D – чистий актив, V – вартість активу.</td></tr>
<tr><td>Коефіцієнти покриття</td><td rowspan="2">короткострокової заборгованості, покриття інвестицій, структури покриття довгострокових вкладень, структури довгострокових джерел фінансування, забезпеченості по кредитах</td></tr>
<tr><td>Загальна формула: $К_{покр} = \frac{A}{Z}$, де А – активи, або джерела покриття, Z - зобов’язання або потреби, які потрібно покрити.</td></tr>
</table>

Джерело: Сформовано автором на основі джерела [61]

Визначаючи фактори, що впливають на фінансову стійкість підприємства, варто врахувати різні підходи до їх визначення. Це, зокрема, підхід, що групує їх за певними ознаками. Різні дослідники наводять свої методи групування, зокрема за місцем виникнення, структурою, важливістю та часом дії [62].

Таблиця 1.11.

Фактори впливу на фінансову стійкість підприємства

<table>
<tr><td rowspan="2">За місцем виникнення</td><td>зовнішні</td></tr>
<tr><td>внутрішні</td></tr>
<tr><td rowspan="2">За важливістю</td><td>основні</td></tr>
<tr><td>другорядні</td></tr>
<tr><td rowspan="2">За структурою</td><td>прості</td></tr>
<tr><td>складні</td></tr>
<tr><td rowspan="2">За часом дії</td><td>постійні</td></tr>
<tr><td>тимчасові</td></tr>
</table>

Джерело: Сформовано автором на основі джерела [62].

У статті класифікація факторів впливу на фінансову стійкість промислового підприємства за авторством О. Товажнянської та П. Перерви фактори групуються на керовані та некеровані [63]

Таблиця 1.12.

Фактори впливу на фінансову стійкість підприємства

Керовані	Некеровані
Ті, що відтворюють незалежний від підприємства характер його фінансової стійкості	Ті, що відтворюють незалежний від підприємства характер його фінансової стійкості

Джерело: Сформовано автором на основі джерела [63].

М. Адаменко, К. Василькова, А. Янцевич у статті «Внутрішні та зовнішні фактори фінансової стійкості монопродуктової компанії» визначають лише дві категорії факторів: зовнішні і внутрішні.

Таблиця 1.13.

Фактори впливу на фінансову стійкість підприємства

Зовнішні	Внутрішні
Законодавство держави	Попит
Зовнішні	Внутрішні
Курс валют	Вмотивованість персоналу
Макроекономічний клімат	Імідж компанії

Джерело: Сформовано автором на основі джерела [64].

Ліквідність означає здатність активу до швидкого перетворення в грошові кошти, а ступінь ліквідності визначається тривалістю часового періоду, протягом якого ця трансформація може бути здійснена. Чим коротший період, тим вища ліквідність даного виду активів. Ліквідність є одним із аспектів платоспроможності, пов’язаної з перетворенням наявних засобів в таку форму, яка дозволяє виконати свої зобов’язання. [65] Або спроможність окремих видів майнових цінностей швидко перетворюватися в грошові кошти без втрати своєї поточної вартості в умовах сучасної кон’юнктури ринку [66] У листі Державної податкової адміністрації України N 759/10/20-2117 від 27.01.98 поняття рентабельності

ототожнюється із поняттям платоспроможності і означає спроможність підприємства здійснювати платежі наявними засобами, або такими, що безперервно поповнюються за рахунок його діяльності. Коефіцієнт ліквідності розраховується, як відношення грошових коштів та їх еквівалентів до поточних зобов'язань підприємства. Узагальнити наукові підходи до визначення ліквідності можна таким чином, що основна ознака ліквідності підприємства зводиться до переваги оборотних активів до пасивів. І чим більшим є цей розрив у показниках, тим кращим є фінансовий стан підприємства з точки зору ліквідності. При визначенні ліквідності підприємства так само використовується комплекс відносних і абсолютних показників Основним абсолютним показником ліквідності підприємства є Робочий капітал (Net Working Capital), що розраховується за формулою: Робочий капітал = Оборотні активи – Поточні зобов'язання; враховується частка витрат майбутніх періодів, яка буде використана впродовж 12 місяців з дати балансу – враховується частка доходів майбутніх періодів, яка буде погашена впродовж 12 місяців з дати балансу [68] У міжнародній практиці найпоширенішим є метод розрахунку робочого капіталу «знизу» балансу, що визначається як різниця між поточними активами та зобов'язаннями. Вважається, що розмір робочого капіталу має перевищувати 30% від загального обсягу оборотних активів підприємства. Зростання цього показника є позитивним сигналом. Збільшення робочого капіталу, спричинене швидким зростанням оборотних активів порівняно з поточними зобов'язаннями, зазвичай супроводжується відтоком грошових коштів. У свою чергу, зменшення робочого капіталу через більш високі темпи зростання поточних зобов'язань призводить до припливу коштів, але водночас і до зниження платоспроможності підприємства. Операції, що впливають лише на структуру оборотних активів і зобов'язань, не змінюють величини робочого капіталу. Також при отриманні короткострокових кредитів розмір робочого капіталу залишається незмінним, оскільки збільшення грошових коштів супроводжується зростанням поточних зобов'язань. Важливо зазначити, що робочий капітал має справжню цінність лише тоді, коли може бути перетворений на грошові кошти. Наявність важкореалізовуваних

активів у його складі може свідчити про відволікання (відтік) грошових ресурсів, що загрожує платоспроможності. Другим абсолютним показником ліквідності є величина ефективності заборгованості, який визначається за формулою: Ефективна заборгованість = Поточні зобов'язання + Доходи майбутніх періодів – (Грошові кошти + Дебіторська заборгованість**)**. [67] Загалом, показники ліквідності підприємства наведемо у Таблиці 1.14

Таблиця 1.14.

Показники ліквідності підприємства

Відносні показники ліквідності		
Назва	Опис	Формула
Коефіцієнт поточної ліквідності	Показує кількість оборотних активів для задоволення поточних зобов'язань.	$\frac{\text{Поточні активи}}{\text{Поточні зобов}'\text{язання}}$
Коефіцієнт швидкої ліквідності	Показує здатність підприємства погасити свої зобов'язання наявними оборотними активами за винятком запасів.	$\frac{\text{Поточні активи} - \text{запаси}}{\text{Поточні зобов}'\text{язання}}$
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Демонструє, яка частка грошових поточних зобов'язань може бути погашена одразу ж.	$\frac{\text{Грошові кошти та їх еквіваленти}}{\text{Поточні зобов}'\text{язання}}$
Маневреність робочого капіталу	Показує частку абсолютно ліквідних активів у робочому капіталі, що забезпечує свободу фінансового маневру.	$\frac{\text{Грошові кошти} + \text{Маневреність робочого капіталу}}{\text{Робочий капітал}}$

Продовження Таблиці 1.14.

Коефіцієнт захищеного періоду	це час за який підприємство може здійснювати поточну операційну діяльність за рахунок ліквідних активів, не залучаючи додаткових джерел фінансування	$\frac{\text{Оборотні активи}}{\text{Середньоденні операційні}}$
Коефіцієнт забезпеченості реалізації робочим капіталом	характеризує співвідношення короткострокової платоспроможності та річного операційного грошового потоку	$\frac{\text{Робочий капітал}}{\text{Чистий дохід}}$
Абсолютні показники ліквідності		
Ефективна заборгованість	частина заборгованості підприємства, яку воно має змогу погасити в межах певного періоду без значних труднощів для своєї фінансової стабільності.	Поточні зобов’язання + Доходи майбутніх періодів – (Грошові кошти + Дебіторська заборгованість)
Робочий капітал	різниця між поточними активами та поточними зобов'язаннями підприємства	Робочий капітал = Оборотні активи – Поточні зобов’язання

Джерело: сформовано автором на основі джерела [69]

Рентабельність - це співвідношення прибутку з понесеними витратами (один із основних показників ефективності діяльності суб'єктів господарювання різних форм власності, який характеризує інтенсивність їх роботи). [68] На наш погляд, найбільш докладно класифікація рентабельності діяльності підприємства викладено у джерелі [69]. Пропонується поділяти їх на чотири групи:

- показники рентабельності щодо реалізації;
- показники рентабельності щодо активів;
- показники рентабельності щодо власного капіталу і зобов’язань;

- показники рентабельності витрат і продукції.

Таблиця 1.15.

Показники рентабельності

Показники рентабельності щодо реалізації		
Показник	Опис	Формула
Рентабельність за валовим прибутком	Відношення валового прибутку до чистої виручки від реалізації	$\mathrm{R_{вп}}\,\frac{\text{ВП}}{\text{ЧД}}$
Рентабельність за операційним прибутком	Відношення операційного прибутку до чистого доходу від реалізації продукції	$\mathrm{R_{оп}}\,\frac{\text{ОП}}{\text{ЧД}}$
Рентабельність за чистим прибутком	Відношення суми чистого прибутку до чистого доходу від реалізації	$\mathrm{R_{чп}}\,\frac{\text{ЧП}}{\text{ЧД}}$
Показники рентабельності щодо активів		
Рентабельність активів	Відношення чистого прибутку до середньої величини активів підприємства	$\mathrm{R_A}\,\frac{\text{ЧП}}{\text{А}}$
Термін окупності активів	Відношення 100% до рентабельності активів, вираженої у відсотках	$\text{ТОА}\,\frac{100\%}{RA\%}$
Рентабельність необоротних активів	Відношення чистого прибутку до середньої величини необоротних активів	$\mathrm{R_{НА}}\,\frac{\text{ЧП}}{\text{ЧД}}$
Термін окупності необоротних активів	Відношення 100% до рентабельності необоротних активів у відсотках	$\mathrm{ТО_{НА}}\,\frac{100\%}{R_{\text{НА}}\%}$
Рентабельність оборотних активів	Відношення чистого прибутку до середньої величини оборотних активів	$\mathrm{R_{ОА}}\,\frac{\text{ЧП}}{\text{ОА}}$
Термін окупності оборотних активів	Відношення 100% до рентабельності оборотних активів у відсотках	$\mathrm{ТО_{ОА}}\,\frac{100\%}{R_{\text{ОА}}\%}$
Показники рентабельності щодо власного капіталу і зобов’язань		

Продовження Таблиці 1.15

Рентабельність власного капіталу	Показує, скільки прибутку отримує підприємство з кожної гривні власного капіталу.	$ROE = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{власний капітал}} * 100\%$
Термін окупності власного капіталу	Показує, за скільки років власний капітал окупиться за рахунок чистого прибутку.	$\text{Т}_{\text{ОК}} = \frac{\text{власний капітал}}{\text{чистий прибуток}}$
Рентабельність позикового капіталу	Характеризує ефективність використання залучених (позикових) коштів.	$R_{\text{ПК}} = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{позиковий капітал}} * 100\%$
Показники рентабельності витрат і продукції		
Рентабельність операційних витрат	Об'єм операційного прибутку, що припадає на 1 грн операційних витрат.	$R_{\text{ОВ}} = \frac{\text{операційний прибуток}}{\text{операційні витрати}} * 100\%$
Рентабельність продукції за валовим прибутком	Характеризує прибутковість продукції на стадії формування валового прибутку.	$R_{\text{ВП}} = \frac{\text{валовий прибуток}}{\text{собівартість реалізованої продукції}} * 100\%$
Рентабельність окремих видів продукції	Прибутковість конкретного виду продукції.	$R_I = \frac{\text{прибуток}_i}{\text{собівартість}_i} * 100\%$

Джерело: сформовано автором на основі джерела [69]

Планування інвестиційної діяльності є критично важливим етапом для досягнення успіху в сучасному бізнесі. Інвестиції відіграють вирішальну роль у створенні конкурентоспроможного підприємства, розвитку нових проєктів та розширенні бізнесу. Наведемо ключові аспекти планування інвестиційної діяльності та практичні підходи до його реалізації.

Аналіз інвестиційного середовища:

Першим кроком у плануванні інвестиційної діяльності є ретельний аналіз інвестиційного середовища, а саме вивчення економічних, політичних, правових, соціокультурних та технологічних факторів, що впливають на інвестиційний клімат. Наприклад, економічний аналіз допомагає визначити стан ринку, тенденції розвитку галузей та потенційні можливості для інвестування. Аналіз

політичного та правового середовища дозволяє оцінити стабільність держави, законодавчу базу та ризики, пов'язані зі змінами у законодавстві.

Визначення цілей та стратегії інвестиційної діяльності:

Другим кроком є визначення цілей та стратегії інвестиційної діяльності. Це передбачає чітке формулювання того, що підприємство прагне досягти через інвестиції. Наприклад, цілі можуть включати розширення виробництва, введення нових продуктів на ринок, модернізацію технологій тощо. Вибір стратегії визначає, яким чином будуть досягатися цілі, включаючи розгляд альтернативних варіантів, аналіз ризиків та планування ресурсів.

Оцінка фінансової привабливості проєктів:

Оцінка фінансової привабливості проєктів є ключовим етапом планування інвестиційної діяльності. Вона включає аналіз рентабельності, чистої приведеної вартості, періоду окупності та інших фінансових показників. Розрахунки проводяться на основі вхідних даних, таких як прибуток, витрати, потоки грошей тощо. Для цього можуть використовуватися фінансові методи, зокрема метод дисконтування та моделі оцінки ризику.

Управління ризиками:

Управління ризиками є неодмінною складовою планування інвестиційної діяльності. Інвестиції пов'язані з ризиками, такими як фінансові, ринкові, технологічні, політичні тощо. Планування включає ідентифікацію, оцінку та управління ризиками шляхом розробки стратегій мінімізації ризиків та захисту від негативних наслідків. Планування інвестиційної діяльності є складним та важливим процесом, який вимагає уваги до деталей та використання аналітичних інструментів. Успішне планування сприяє досягненню поставлених цілей, забезпечує фінансову стабільність та стимулює розвиток підприємства. Запровадження ключових аспектів, таких як аналіз інвестиційного середовища, визначення цілей та стратегії, оцінка фінансової привабливості та управління ризиками, допомагає підприємствам приймати обґрунтовані рішення та досягати успіху в інвестиційній діяльності. Спираючись на проаналізовану інформацію та джерела, можна підсумувати, що планування та оцінка інвестиційної діяльності

є важливим етапом для підприємств, які мають намір здійснити інвестиції. Нижче наведений загальний план та процес оцінки інвестиційної діяльності:

Визначення мети та стратегії: Початковий крок полягає в чіткому визначенні мети інвестицій та встановленні стратегії, яка відповідає корпоративним цілям підприємства.

Збір інформації: Потрібно зібрати всю необхідну інформацію про потенційні інвестиційні проєкти, включаючи ринкову аналітику, фінансові дані, технічні параметри, оцінку ризиків та інші фактори, що впливають на успішність проєкту.

Вибір методу оцінки: Існує кілька методів оцінки інвестицій, таких як чистий дисконтований дохід (NPV), окупність інвестицій (ROI), внутрішня норма доходності (IRR) та інші. Наступним кроком є обрання методу, який найкраще відповідає характеру проєкту.

Оцінка фінансових показників: застосування вибраного методу оцінки для розрахунку фінансових показників, таких як чистий дисконтований дохід, окупність, норма прибутку та інші. Це дозволить визначити фінансову привабливість проєкту.

Аналіз ризиків: Оцінка інвестицій повинна включати аналіз ризиків, пов'язаних з проєктом. Визначте потенційні ризики та їх вплив на фінансові показники проєкту. Розробляється план управління ризиками, щоб знизити можливі негативні наслідки.

Рішення та реалізація: на основі оцінки інвестицій приймаються рішення про здійснення або відхилення проєкту. Якщо рішення є позитивним, розробляється план реалізації проєкту та залучіть необхідні ресурси.

Моніторинг та контроль: Варто слідкувати за прогресом реалізації проєкту, порівнюючи фактичні результати зі спрогнозованими. Здійснюйте регулярний моніторинг та контроль, щоб вчасно виявляти будь-які відхилення та вживати заходів для їх виправлення.

Перегляд та аналіз: По завершенні проєкту проводиться оцінка результатів та аналіз, щоб з'ясувати, наскільки успішною була інвестиційна діяльність.

Розробляються висновки, що використовуються для покращення майбутніх інвестиційних рішень. Враховуючи вищезазначений план та процес, підприємства можуть ефективно планувати та оцінювати свою інвестиційну діяльність, забезпечуючи успішний розвиток та функціонування.

Дослідивши теоретичні підходи до визначення поняття інвестиційна привабливість підприємства, вважаємо за доцільне запропонувати схематичну модель факторів впливу на інвестиційну привабливість підприємства, представлену на рисунку 1.4.

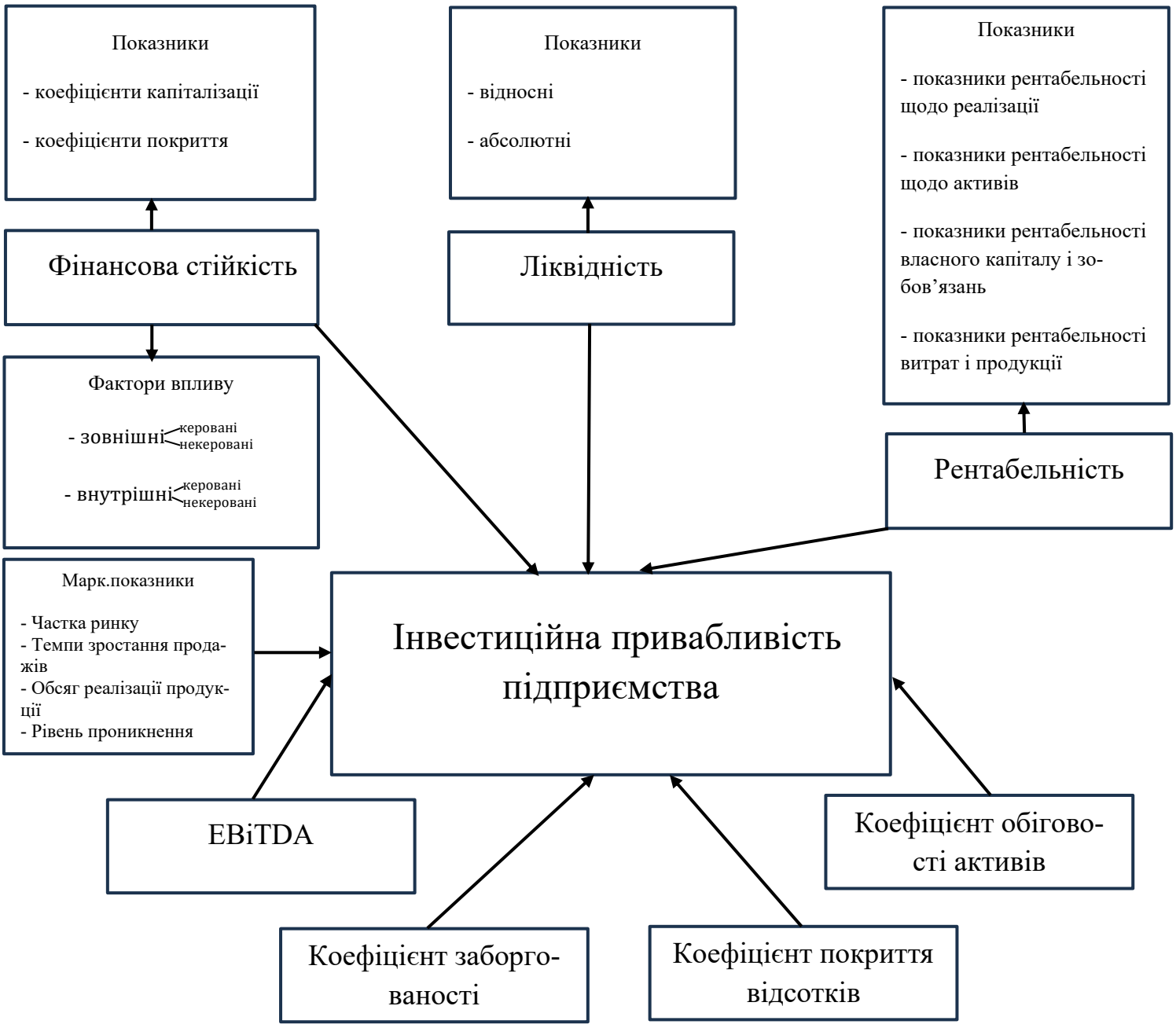

Рис. 1.4. Складові інвестиційної привабливості підприємства

Джерело: Сформовано автором на основі джерел [63],[64],[65],[66],[67].

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

У першому розділі дисертаційного дослідження розглянуто теоретико-методологічні засади маркетингових досліджень інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств та вирішено поставлені завдання.

Визначено сутність маркетингових досліджень, узагальнено підходи вітчизняних і зарубіжних науковців до трактування даного поняття, а також досліджено їх класифікацію, функції, методи та процедуру проведення. Встановлено, що маркетингові дослідження є систематичним, комплексним та об'єктивним процесом збору, аналізу й інтерпретації інформації про ринок, споживачів, конкурентне середовище та інші фактори, які впливають на діяльність підприємства. Досліджено еволюцію розвитку маркетингових досліджень, починаючи з перших практик їх застосування у XX столітті до сучасних концепцій інформаційно-аналітичного забезпечення управління підприємством. Узагальнено підходи Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, Г. Черчіля, А. Старостіної, В. Полторака та інших науковців до визначення сутності маркетингових досліджень. Встановлено, що сучасні маркетингові дослідження виконують не лише інформаційну, а й аналітичну, прогностичну та управлінську функції. Класифіковано маркетингові дослідження за метою, призначенням, джерелами інформації, напрямами, суб'єктами проведення, частотою, територіальним охопленням та іншими ознаками. Узагальнено основні функції маркетингових досліджень, серед яких визначено дослідження поведінки споживачів, аналіз конкурентного середовища, оцінку ефективності маркетингових заходів, підтримку прийняття управлінських рішень та виявлення ринкових можливостей. Проаналізовано загальнонаукові та аналітико-прогностичні методи маркетингових досліджень, зокрема системний і комплексний аналіз, економіко-математичне моделювання, метод експертних оцінок, методи лінійного програмування, сценарного аналізу та мережевого планування. На основі узагальнення існуючих підходів запропоновано авторський підхід до організації маркетингового дослідження, який включає етапи визначення мети й об'єкта дослідження, планування та

проєктування дослідження, збору інформації, аналізу та інтерпретації даних, презентації результатів і прийняття управлінських рішень.

У процесі дослідження здійснено визначення поняття інвестиційної привабливості та розкрито її роль у функціонуванні та розвитку підприємства. Узагальнено теоретичні підходи до трактування понять «інвестиції» та «інвестиційна привабливість», досліджено еволюцію наукових поглядів на сутність інвестицій та визначено основні підходи до їх класифікації. Встановлено, що інвестиційна привабливість є комплексною характеристикою підприємства, яка визначає доцільність та ефективність вкладення інвестиційних ресурсів з урахуванням фінансових, виробничих, ринкових, інституційних та управлінських факторів. Досліджено основні види інвестицій за походженням капіталу, видами активів та функціональною спрямованістю. Визначено, що на рівень інвестиційної привабливості підприємства впливають як зовнішні фактори — інвестиційний клімат держави, привабливість галузі, державна підтримка, рівень конкуренції, так і внутрішні — фінансовий стан підприємства, рентабельність, ліквідність, ефективність управління та конкурентоспроможність продукції. Узагальнено підходи до класифікації факторів інвестиційної привабливості та встановлено, що важливим елементом її формування є державне сприяння інвестиційній діяльності через систему гарантій, пільг, компенсацій та підтримки підприємств. Обґрунтовано, що інвестиційна привабливість є важливим чинником забезпечення фінансової стійкості, конкурентоспроможності та стратегічного розвитку підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Досліджено методичні підходи до планування та оцінки ефективності інвестиційної діяльності. Проаналізовано основні методики оцінки ефективності інвестиційних проєктів, серед яких метод чистої приведеної вартості, внутрішньої норми прибутковості, індексу прибутковості, дисконтованого періоду окупності та інші методи оцінки економічної результативності інвестицій. Визначено, що застосування зазначених методів дозволяє оцінювати економічну доцільність реалізації інвестиційних проєктів, рівень ризиків та очікувану результативність інвестиційної діяльності. Узагальнено підходи до інвестиційного

планування та встановлено, що ефективність інвестиційної діяльності підприємства залежить від якості інформаційно-аналітичного забезпечення, правильності вибору методів оцінки, рівня врахування ризиків та здатності підприємства адаптувати інвестиційні рішення до змін ринкового середовища. Обґрунтовано доцільність використання комплексного підходу до оцінювання ефективності інвестиційної діяльності, який передбачає поєднання фінансово-економічних, маркетингових та аналітичних інструментів у процесі прийняття інвестиційних рішень.

У результаті проведеного дослідження встановлено, що маркетингові дослідження є важливим інструментом оцінки інвестиційної привабливості підприємств, оскільки забезпечують інформаційну основу для прийняття ефективних управлінських рішень. Визначено, що інвестиційна привабливість формується під впливом сукупності внутрішніх і зовнішніх факторів та є одним із ключових чинників забезпечення сталого розвитку підприємства. Встановлено, що використання сучасних методів маркетингових досліджень, системного аналізу та комплексного оцінювання ефективності інвестиційної діяльності сприяє підвищенню результативності інвестиційних процесів, мінімізації ризиків та формуванню обґрунтованих управлінських рішень щодо залучення інвестиційних ресурсів.

РОЗДІЛ 2
МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В ДІЯЛЬНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

2.1. Дослідження організаційної структури управління інвестиційною діяльністю національної економіки.

Сучасний стан розвитку інвестиційної діяльності у сільськогосподарських підприємствах значною мірою визначається якістю та результативністю державного регулювання. В умовах трансформаційних процесів в економіці України, посилення глобальної конкуренції та необхідності забезпечення продовольчої безпеки держави особливої актуальності набуває роль органів державної влади у формуванні сприятливого інвестиційного середовища в аграрному секторі. Органи державної влади виконують комплекс функцій, спрямованих на стимулювання інвестиційної активності в сільському господарстві, зокрема через розроблення нормативно-правової бази, реалізацію державних програм підтримки, застосування фінансово-кредитних інструментів, податкових пільг, а також інституційне забезпечення захисту прав інвесторів. Ефективність реалізації зазначених функцій безпосередньо впливає на обсяги залучення інвестицій, їх структуру та результативність використання в діяльності сільськогосподарських підприємств. У зв’язку з цим, вважаємо за потрібне здійснити аналіз ключових функцій органів державної влади у сфері сприяння інвестиційній діяльності аграрних підприємств, а також оцінити ефективність застосовуваних інструментів державного впливу з позицій їх здатності забезпечувати підвищення інвестиційної привабливості галузей. У системі органів виконавчої влади України визначальну роль у формуванні та реалізації державної інвестиційної політики відіграє Кабінет Міністрів України як вищий орган виконавчої влади. Відповідно до законодавчо визначених повноважень Кабінет Міністрів України забезпечує проведення бюджетної, фінансової, цінової, інвестиційної, у тому числі амортизаційної, податкової та структурно-галузевої політики, а також політики у сферах праці та зайнятості, соціального захисту, охорони

здоров’я, освіти, науки, культури, охорони довкілля, екологічної безпеки та природокористування. [70] Сукупність зазначених напрямів формує макроекономічні, інституційні та фінансові умови для залучення інвестицій і визначає загальну спрямованість інвестиційних процесів у національній економіці, у тому числі в аграрному секторі. Згідно внутрішніх положень до здійснення інвестиційної діяльності залучені також і міністерства разом з підпорядкованими їм органами. Міністерство фінансів України відповідно до покладених на нього завдань:

- забезпечує у межах своїх повноважень організацію та здійснення контролю за інвестуванням пенсійних коштів і виконанням пенсійних програм;
- бере участь у: проведенні державної експертизи проєктів, фінансування яких здійснюється за рахунок кредитів, що залучаються державою або під державні гарантії;

розробленні та здійсненні заходів щодо фінансового оздоровлення і структурної перебудови економіки;

підготовці пропозицій щодо основних засад грошово-кредитної політики України, поліпшення стану розрахунків і платежів;

розробленні заходів, спрямованих на формування та реалізацію інвестиційної політики. [71]

Підпорядкований йому орган Державна аудиторська служба України відповідно до покладених на неї завдань здійснює контроль за реалізацією інвестиційних проєктів.[72]

Підпорядкований міністерству орган Агентство з управління державним боргом України

- забезпечує висвітлення боргової політики держави серед вітчизняних та іноземних інвесторів;
- здійснює заходи щодо формування та поліпшення позитивного іміджу України серед іноземних інвесторів; [73]

Державна фіскальна служба України відповідно до покладених на неї завдань

- організовує науково-технічну, інвестиційну, інформаційну, видавничу діяльність, є засновником державних підприємств, навчальних закладів та науково-дослідних установ.[74]

Міністерство розвитку громад територій та інфраструктури України:

- бере участь у межах повноважень, передбачених законом, у формуванні та реалізації єдиної державної економічної, тарифної, інвестиційно-кредитної та соціальної політики з питань, що належать до компетенції Мінінфраструктури, а також формує в межах компетенції пріоритети розвитку науки і техніки та інноваційно-інвестиційної політики;
- бере участь у межах повноважень, передбачених законом, у залученні інвестицій, проведенні аукціонів з відбору інвесторів для забезпечення реалізації проєктів розвитку, будівництва, реконструкції та модернізації у сферах, що належать до компетенції Мінінфраструктури, зокрема на концесійних умовах;

Затверджує:

- річні фінансові та інвестиційні плани, а також інвестиційні плани на середньострокову перспективу (три – п’ять років) державних підприємств і господарських структур, що належать до сфери управління Міністерства, та здійснює контроль за їх виконанням;
- порядок розроблення, погодження та затвердження інвестиційних програм суб’єктів господарювання у сфері централізованого водопостачання та водовідведення, ліцензування діяльності яких здійснюють Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські держадміністрації;

Здійснює відповідно до законодавства:

- погодження технічних завдань інвестиційних програм і проєктів регіонального розвитку, що можуть реалізовуватися за рахунок коштів державного фонду регіонального розвитку;
- оцінку та відбір програм і проєктів регіонального розвитку, включаючи інвестиційні програми і проєкти, реалізація яких здійснюється за рахунок коштів державного фонду регіонального розвитку, а також за рахунок інших джерел,

подання відповідно до законодавства відповідних пропозицій до Кабінету Міністрів України.[75]

Підпорядковані міністерству органи: Державне агентство розвитку туризму

- бере участь у реалізації державної інвестиційної політики у сфері туризму та курортів;[76]

Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України:

- бере участь у розгляді та відборі інвестиційних проєктів та проєктів екологічного спрямування у сфері ефективного використання паливно-енергетичних ресурсів, енергозбереження та альтернативних видів палива, здійснює моніторинг їх впровадження;[77]

Державна авіаційна служба України:

- реалізує в межах повноважень, передбачених законом, економічну, тарифну, фінансову, кадрову, науково-технічну, страхову, інвестиційну, соціальну політику в галузі цивільної авіації;[78]

Державне агентство відновлення та розвитку інфраструктури України:

- бере участь у реалізації державної інвестиційної політики з питань, що належать до компетенції Агентства відновлення;
- залучає в установленому порядку додаткові (позабюджетні) джерела та кредитні кошти, у тому числі шляхом емісії облігацій, залучення інвестицій, запозичень від міжнародних фінансових організацій, резидентів та нерезидентів України з метою виконання завдань, покладених на Агентство відновлення;[79]

Міністерство молоді та спорту України:

- бере участь у реалізації інвестиційної, антимонопольної, регуляторної політики у сфері фізичної культури і спорту;[80]

Міністерство аграрної політики та продовольства України**:**

- забезпечує здійснення заходів, спрямованих на інноваційно-інвестиційний розвиток сфер агропромислового виробництва, сприяє реалізації інвестиційних проєктів в аграрному секторі;

- бере участь у формуванні та реалізації бюджетної, цінової, лізингової, інноваційної, інвестиційної, страхової, гендерної політики, політики у сфері інформатизації та технічного захисту інформації, сільського туризму;[81]

Підпорядковані міністерству органи такі, як:

Державна служба України з питань геодезії, картографії та кадастру:

- організовувати наукову, науково-технічну, інвестиційну, інформаційну, видавничу діяльність, сприяти створенню і впровадженню сучасних інформаційних технологій та комп'ютерних мереж у сфері земельних відносин. [82] Державне агентство України з розвитку меліорації, рибного господарства та продовольчих програм: [83]

- організовує наукову, науково-технічну, інвестиційну, інформаційну, видавничу діяльність, сприяє створенню і впровадженню сучасних інформаційних технологій та комп'ютерних мереж у сфері меліорації земель; Міністерство з питань стратегічних галузей промисловості України**:**

- у забезпеченні формування та реалізації державної політики у сфері:

- військово-технічного співробітництва;

- зовнішньоекономічної діяльності з питань забезпечення функціонування та розвитку стратегічних галузей промисловості України, державної інвестиційної політики у стратегічних галузях промисловості, науково-технічної діяльності у стратегічних галузях промисловості, політики з імпортозаміщення та цінової політики у стратегічних галузях промисловості;

- залучення інвестицій в оборонно-промисловий комплекс, зокрема для впровадження новітніх технологій, створення конкурентоспроможних зразків високотехнологічної промислової продукції, зокрема продукції військового призначення, укладення договорів в рамках державно-приватного партнерства відповідно до законодавства.

Окрім того, міністерство сприяє в установленому порядку

- залученню вітчизняних та іноземних інвестицій у розвиток стратегічних галузей промисловості;

- розробляє правові, фінансові та організаційні механізми для залучення інвестицій підприємствами, що належать до сфери управління Мінстратегпрому, зокрема на умовах державно-приватного партнерства;

- здійснює міжнародні заходи, спрямовані на формування позитивного інвестиційного іміджу України, у межах повноважень Мінстратегпрому;

- затверджує річні фінансові та інвестиційні плани, а також інвестиційні плани на середньострокову перспективу (три – п’ять років) державних підприємств, господарських об’єднань, що належать до сфери його управління, здійснює в установленому порядку контроль за виконанням цих планів.[84]

Міністерство енергетики України:
- затверджує річні фінансові та інвестиційні плани, інвестиційні плани на середньострокову перспективу (три – п’ять років) державних підприємств, що належать до сфери управління Міненерго, та господарських товариств, щодо яких Міненерго здійснює функції з управління корпоративними правами держави, а також в установленому порядку здійснює контроль за виконанням зазначених планів;
- проводить в установленому законодавством порядку відбір інвестиційних проєктів у паливно-енергетичному комплексі, для реалізації яких у реальному секторі економіки надається державна підтримка;

- здійснює підготовку інвестиційних проєктів, що підтримуються міжнародними фінансовими організаціями, та нагляд за їх реалізацією в паливно-енергетичному комплексі;

- бере участь у розгляді та відборі інвестиційних проєктів та проєктів екологічного спрямування у сфері відновлюваних джерел енергії та альтернативних видів газового палива, здійснює моніторинг їх впровадження;

Підпорядкований міністерству орган Державна інспекція енергетичного нагляду України відповідно до покладених на нього завдань:

- надає НКРЕКП висновки щодо пріоритетності технічних рішень для розвитку систем розподілу, передбачених проєктами інвестиційних програм операторів систем розподілу.[85]

Міністерство цифрової трансформації України виконує наступні завдання:

- забезпечення формування та реалізація державної політики у сферах електронних довірчих послуг та електронної ідентифікації та інвестицій в ІТ-індустрію;
- сприяє залученню інвестицій, впровадженню новітніх технологій та використанню управлінського досвіду з питань, що належать до компетенції Мінцифри;
- здійснює заходи, зокрема міжнародні, спрямовані на формування позитивного інвестиційного іміджу ІТ-індустрії України;
- опрацьовує проєктні пропозиції щодо ініціювання інвестиційних проєктів у сфері ІТ-індустрії України, що підтримуються міжнародними фінансовими організаціями;
- готує та надсилає іноземним державам, банкам і міжнародним фінансовим організаціям офіційні звернення щодо спільної підготовки інвестиційних проєктів у сфері ІТ-індустрії. [86]

Підпорядкований міністерству орган Адміністрація Державної служби спеціального зв’язку та захисту інформації України: відповідно до покладених на неї завдань:

- забезпечує в межах повноважень, передбачених законом, формування та реалізацію інноваційної та інвестиційної політики;
- бере участь у реалізації державного замовлення на виконання робіт і поставок продукції для державних потреб, сприяння залученню інвестицій, новітніх технологій у сферах спеціального зв’язку та захисту інформації, кіберзахисту; [87]

Міністерство економіки України забезпечує:

- формування та реалізує державну інвестиційну політику, державну інноваційну політику в реальному секторі економіки, державну зовнішньоекономічну політику, державну політику у сфері розвитку підприємництва, державно-приватного партнерства. Основними завданнями Мінекономіки є забезпечення формування та реалізація державної інвестиційної політики, зокрема з управління державними інвестиціями. Мінекономіки відповідно до покладених на нього завдань:

- розробляє в межах повноважень, передбачених законом, проєкти нормативно-правових актів у сфері інвестиційної діяльності, зокрема з управління державними інвестиційними проєктами;

- виконує функції національного контактного пункту з питань сприяння наданню рекомендацій (керівних принципів) для багатонаціональних підприємств у рамках Декларації Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) про міжнародні інвестиції і багатонаціональні підприємства;

- формує перелік державних інвестиційних проєктів, відібраних Міжвідомчою комісією з питань державних інвестиційних проєктів, та розміщує його на офіційному веб-сайті Мінекономіки;

- готує пропозиції щодо розподілу загального обсягу державних капітальних вкладень на розроблення та реалізацію державних інвестиційних проєктів між головними розпорядниками бюджетних коштів за результатами відбору державних інвестиційних проєктів, а також щодо їх перерозподілу за результатами моніторингу стану розроблення (реалізації) державних інвестиційних проєктів;

- встановлює порядок проведення моніторингу стану розроблення та реалізації державних інвестиційних проєктів;

- проводить моніторинг, узагальнення та оприлюднення інформації щодо стану розроблення та реалізації державних інвестиційних проєктів в установленому порядку;

- веде Державний реєстр інвестиційних проєктів;

- проводить моніторинг та аналіз ефективності використання державної підтримки інвестиційної діяльності;

- готує пропозиції на підставі даних Державного реєстру інвестиційних проєктів щодо обсягів державних інвестицій для врахування їх під час розроблення проєкту Державного бюджету України на відповідний рік;

- забезпечує в межах повноважень, передбачених законом, проведення оцінки економічної ефективності інвестиційних проєктів, експертизи та відбору інвестиційних проєктів, що потребують державної підтримки;

- здійснює оцінку інвестиційного проєкту із значними інвестиціями, підготовку висновків про доцільність реалізації інвестиційного проєкту із значними інвестиціями та укладення спеціального інвестиційного договору або про недоцільність реалізації інвестиційного проєкту із значними інвестиціями та відмову в укладенні спеціального інвестиційного договору, а також проєкту рішення про укладення спеціального інвестиційного договору;

- веде реєстр інвестиційних проєктів із значними інвестиціями;

- здійснює контроль та моніторинг виконання спеціальних інвестиційних договорів;

- здійснює аналіз та узагальнення міжнародного досвіду у сфері забезпечення функціонування індустріальних парків та залучення інвестицій;

- здійснює заходи, зокрема міжнародні, спрямовані на формування позитивного інвестиційного іміджу;

- опрацьовує проєктні пропозиції щодо ініціювання інвестиційних проєктів економічного і соціального розвитку України, що підтримуються міжнародними фінансовими організаціями.[88] Підпорядкований міністерству орган Державна служба України з питань праці бере участь у проведенні державної експертизи

інвестиційних програм і проєктів будівництва відповідно до вимог законодавства.[89]

Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України**:**

- затверджує річні фінансові та інвестиційні плани, інвестиційні плани на середньострокову перспективу (три – п’ять років) державних підприємств, що належать до сфери управління Міндовкілля, та господарських товариств, щодо яких Міндовкілля здійснює функції з управління корпоративними правами держави, а також в установленому порядку здійснює контроль за виконанням зазначених планів;

- забезпечує розгляд та прийняття в установленому порядку рішення про схвалення, реалізацію і фінансування або про відмову у схваленні, реалізації і фінансуванні проєктів цільових екологічних (зелених) інвестицій та заходів, пов’язаних з реалізацією таких проєктів, і затверджує плани заходів щодо реалізації проєктів цільових екологічних (зелених) інвестицій;

- сприяє залученню інвестицій у сферу охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання, відтворення і охорони природних ресурсів, охорони атмосферного повітря та озонового шару та запобігання зростанню рівня глобального потепління, зміну клімату, екологічної та відповідно до своєї компетенції біологічної, генетичної та радіаційної безпеки, охорони та раціонального використання земель, організації охорони та використання природно-заповідного фонду та оцінки впливу на довкілля, зокрема оцінки транскордонного впливу на довкілля;

- організовує наукову, науково-технічну, інвестиційну, інформаційну, видавничу діяльність, пропагування досягнень і передового досвіду з питань, що належать до компетенції Міндовкілля, сприяє створенню і впровадженню сучасних інформаційних технологій та комп’ютерних мереж.[90] Підпорядкований міністерству органи:

Державна екологічна інспекція України

- організовує науково-технічну, інвестиційну, інформаційну, видавничу діяльність.[91]

Державна служба геології та надр України

- організовує наукову, науково-технічну, інвестиційну, інформаційну, видавничу діяльність, сприяє створенню і впровадженню сучасних інформаційних технологій та комп'ютерних мереж у відповідній сфері.[92]

Державне агентство водних ресурсів України:

- організовує наукову, науково-технічну, інвестиційну, інформаційну, видавничу діяльність, сприяє створенню і впровадженню сучасних інформаційних технологій та комп'ютерних мереж у сфері розвитку водного господарства, управління, використання та відтворення поверхневих водних ресурсів.[93]

Міністерство закордонних справ України:

- готує пропозиції щодо покращення інвестиційного клімату, створення позитивного інвестиційного іміджу держави, сприяє залученню іноземних інвестицій в Україну;

- проводить аналіз економічних процесів, які відбуваються в державах – основних партнерах України, та їх впливу на розвиток двостороннього торговельного та інвестиційного співробітництва, забезпечує проведення моніторингу світових економічних процесів, основних тенденцій на світовому ринку, а також міжнародної практики регулювання зовнішньоекономічної діяльності;

- проводить аналіз впливу міжнародних санкцій на розвиток торговельно-економічного та інвестиційного співробітництва.[94]

Міністерство по справах ветеранів України:

- вживає заходів та організовує роботу із залучення інвестицій, кредитів та грантів, у тому числі коштів міжнародних фінансових організацій та міжнародної технічної допомоги, з метою підготовки і виконання завдань, визначених Мінветеранів, та реалізації проєктів з питань, що належать до компетенції Мінветеранів;[95]

Державна служба надзвичайних ситуацій:
- організовує провадження наукової, науково-технічної, інвестиційної, інформаційної, видавничої діяльності, сприяє створенню і впровадженню сучасних інформаційних технологій та комп'ютерних мереж, є замовником наукових робіт, бере участь у проведенні прикладних науково-дослідних робіт, перевіряє, переглядає та скасовує галузеві стандарти з питань, що належать до компетенції ДСНС.[96]

Державне агентство України з питань кіно:
- бере участь в організації конкурсу з відбору інвестиційних та інноваційних проєктів у сфері кінематографії.[97]

Державне космічне агентство України:
- організовує наукову, науково-технічну, інвестиційну, інформаційну, видавничу діяльність, пропагування досягнень і передового досвіду, сприяє створенню і впровадженню сучасних інформаційних технологій та комп'ютерних мереж у сфері космічної діяльності.[98]

Центральні органи виконавчої влади з особливим статусом такі, як

Комісія з регулювання азартних ігор та лотерей серед обов'язків має
- створення сприятливих організаційних та економічних умов для залучення інвестицій у сферу організації та проведення азартних ігор.[99]

Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв'язку серед обов'язків має
- забезпечення інвестиційної привабливості розвитку інфраструктури, ринків у сферах електронних комунікацій та надання послуг поштового зв'язку.[100]

Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг здійснює державне регулювання шляхом:

- сприяння транскордонній торгівлі електричною енергією та природним газом, забезпечення інвестиційної привабливості для розвитку інфраструктури;
- створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розвиток ринків у сферах енергетики та комунальних послуг;
- схвалює/затверджує інвестиційні програми (плани розвитку) суб'єктів, діяльність яких регулюється ним, у випадках, встановлених законом, та вносить зміни до них відповідно до порядку, затвердженого Регулятором. У разі застосування будь-якого способу державного регулювання цін порядки (методики) формування, розрахунку та встановлення тарифів повинні забезпечити покриття економічно обґрунтованих витрат, залучення необхідних інвестицій, дотримання екологічних вимог, вимог якості та безпеки, обґрунтованої прибутковості.

Під час здійснення державного контролю має право:

- за результатами перевірки або моніторингу приймати рішення про встановлення (зміну) тарифів на товари (послуги) суб'єктів господарювання, що провадять діяльність у сферах енергетики та комунальних послуг, та внесення змін до відповідних інвестиційних програм.

Здійснює моніторинг функціонування ринків у сферах енергетики та комунальних послуг, який забезпечується шляхом проведення аналізу та оцінки, зокрема*:*

- реалізації інвестиційних програм і заходів з інвестиційного планування щодо операторів систем передачі та розподілу, газотранспортної та газорозподільних систем у коротко- і довгостроковій перспективі з метою підвищення ефективності роботи систем і сприяння ринковій інтеграції;

- інвестицій у генеруючі потужності та установки зберігання енергії з метою забезпечення безпеки постачання електричної енергії;

Фонд державного майна України у сфері нормативного забезпечення бере участь у формуванні інвестиційної політики, сприяє залученню недержавних інвестицій в об'єкти державного сектора економіки, зокрема шляхом реалізації інвестиційних проєктів на засадах спільної чи інвестиційної діяльності**,** у сфері оренди державного майна забезпечує проведення інвентаризації єдиних майнових комплексів державних підприємств, їх структурних підрозділів, орендодавцем яких є Фонд державного майна України, а також затверджує акти оцінки (висновки про вартість майна), щодо якого виступає орендодавцем.[101]

Колегіальні органи, а саме: Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку серед основних завдань має:

- захист прав інвесторів шляхом здійснення заходів щодо запобігання і припинення порушень законодавства на ринку цінних паперів та законодавства про акціонерні товариства, застосування санкцій за порушення законодавства у межах своїх повноважень;
- здійснення державного регулювання та контролю у сфері спільного інвестування. Відповідно до покладених на неї завдань:
- встановлює порядок здійснення професійної діяльності на ринку цінних паперів іноземними юридичними особами та підприємствами з іноземними інвестиціями;
- веде Єдиний державний реєстр інститутів спільного інвестування, здійснює реєстрацію цих інститутів, їх регламентів та змін до них;
- встановлює перелік документів, який подається для реєстрації інститутів спільного інвестування, їх регламентів та змін до них;
- встановлює вимоги щодо складу та структури активів інституту спільного інвестування;
- визначає особливості проведення публічного (відкритого) розміщення акцій корпоративного інвестиційного фонду;
- встановлює порядок розміщення та обігу цінних паперів інститутів спільного інвестування;

- встановлює порядок прийняття рішення з питань, що належать до компетенції загальних зборів акціонерів корпоративного інвестиційного фонду, шляхом опитування;

- встановлює строк реалізації активів інституту спільного інвестування в разі його ліквідації;

- встановлює порядок розподілу коштів, отриманих від реалізації активів корпоративного інвестиційного фонду, між акціонерами;

- встановлює порядок заміни компанії з управління активами інституту спільного інвестування;

- затверджує положення про склад та розмір витрат, що пов'язані з виконанням компанією з управління активами інституту спільного інвестування своїх функцій, які відшкодовуються за рахунок цих активів;

- встановлює порядок складання компаніями з управління активами інституту спільного інвестування звітності, що надається ними саморегульованій організації, до складу якої вони входять;

- встановлює порядок передачі сукупності активів та зобов'язань, що становлять пайовий інвестиційний фонд, іншій компанії з управління активами інституту спільного інвестування;

- встановлює порядок відшкодування компанією з управління активами інституту спільного інвестування втрат, понесених інститутом спільного інвестування, який здійснює публічне розміщення цінних паперів;

- встановлює перелік видів цінних паперів, які можуть становити активи диверсифікованого інституту спільного інвестування;

- встановлює за погодженням із Міністерством фінансів України особливості бухгалтерського обліку інститутів спільного інвестування;

- встановлює форму та порядок надання компанією з управління активами інституту спільного інвестування довідки про вартість чистих активів інституту спільного інвестування;

- встановлює порядок подання компанією з управління активами інституту спільного інвестування звіту про результати розміщення цінних паперів інституту спільного інвестування;

- встановлює вимоги до форми річного та піврічного звіту інституту спільного інвестування та інформації про його діяльність, яка підлягає опублікуванню;

- встановлює обсяг, порядок та строки подання документів про діяльність інституту спільного інвестування;

- встановлює порядок ведення компанією з управління активами інституту спільного інвестування відкритого типу реєстру власників іменних цінних паперів цього інституту;

- затверджує вимоги до договорів про надання послуг з оцінки вартості нерухомого майна інституту спільного інвестування, про надання послуг з розміщення та викупу цінних паперів такого інституту, а також про його обслуговування зберігачем;

- встановлює порядок виплати за рахунок активів інституту спільного інвестування винагороди аудитору (аудиторській фірмі), незалежному оцінювачу майна такого інституту;

- розглядає рекламні матеріали, що стосуються діяльності конкретного інституту спільного інвестування, які планується розповсюдити, та повідомляє компанію з управління активами про погодження рекламних матеріалів або обґрунтоване заперечення щодо розміщення рекламних матеріалів, які є недостовірними або не відповідають законодавству про цінні папери та вимогам до реклами цінних паперів, встановленим законодавством про рекламу на ринку цінних паперів;

- встановлює порядок обов'язкового викупу цінних паперів інституту спільного інвестування;

- встановлює порядок подовження терміну діяльності строкового інституту спільного інвестування;

- видає свідоцтво про внесення інституту спільного інвестування до Єдиного державного реєстру інститутів спільного інвестування, а також здійснює анулювання цього свідоцтва;

- встановлює граничну вартість активів корпоративного інвестиційного фонду, які можуть бути вкладені у нерухомість;

- встановлює вимоги до звіту про результати ліквідації інституту спільного інвестування;

- встановлює порядок ліквідації корпоративного інвестиційного фонду та розрахунків з його акціонерами;

- встановлює порядок припинення пайового інвестиційного фонду в разі його ліквідації;

- встановлює порядок ліквідації пайового інвестиційного фонду та розрахунків з його учасниками;

- встановлює перелік іноземних фондових бірж, на яких можуть перебувати в обігу цінні папери іноземних держав та іноземних юридичних осіб, що придбаваються за кошти активів інституту спільного інвестування;

- встановлює порядок обліку грошових коштів, сплачених інвесторами за придбані ними цінні папери інституту спільного інвестування, окремо від інших грошових коштів, що складають активи інституту спільного інвестування;

- скасовує реєстрацію випуску інвестиційних сертифікатів пайових інвестиційних фондів компаній з управління активами та акцій корпоративних інвестиційних фондів, вилучає інститути спільного інвестування з Єдиного державного реєстру інститутів спільного інвестування, анулює свідоцтва про реєстрацію випуску цінних паперів інститутів спільного інвестування та внесення інститутів спільного інвестування до Єдиного державного реєстру інститутів спільного інвестування;

- видає дозволи, встановлює стандарти і правила діяльності, реєструє випуск та проспект емісії (інформацію про випуск) інвестиційних сертифікатів, скасовує реєстрацію випуску інвестиційних сертифікатів інвестиційних фондів та інвестиційних компаній;

- погоджує рішення правління Пенсійного фонду України про затвердження правил інвестування резерву коштів для покриття дефіциту бюджету Пенсійного фонду України в майбутніх періодах;
- погоджує рішення правління Пенсійного фонду України про затвердження порядку та форм подання звітів щодо інвестування резерву коштів для покриття дефіциту бюджету Пенсійного фонду України у майбутніх періодах;

- визначає разом із Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, та за погодженням з Антимонопольним комітетом України та центральним органом виконавчої влади у сфері соціальної політики вимоги до радника з інвестиційних питань;
- погоджує проєкти основних напрямів інвестиційної політики та нормативів інвестування пенсійних активів накопичувальної системи пенсійного страхування, що подаються виконавчою дирекцією Пенсійного фонду України Раді
Накопичувального фонду;
- здійснює у порядку, передбаченому законодавством, державне регулювання та нагляд за діяльністю компаній з управління активами і радника з інвестиційних питань;
- повідомляє Раду Накопичувального фонду про анулювання ліцензії на провадження професійної діяльності на фондовому ринку – діяльності з управління активами інституційних інвесторів (діяльності з управління активами) компанії з управління активами накопичувальної системи пенсійного страхування;
НКЦПФР для забезпечення виконання покладених на неї завдань і функцій має право:
- здійснювати моніторинг руху інвестицій в Україну та за її межі, що здійснюються через фондовий ринок;
- порушувати в судовому порядку питання про ліквідацію корпоративного інвестиційного фонду;

- призначати своїх представників до складу ліквідаційної комісії корпоративного інвестиційного фонду;
- приймати рішення про ліквідацію закритого корпоративного інвестиційного фонду;
- приймати рішення про ліквідацію пайового інвестиційного фонду;
- визначати строки реалізації за гроші активів корпоративного інвестиційного фонду та пайового інвестиційного фонду у процесі ліквідації;
- вирішувати питання щодо зупинення розміщення та викупу цінних паперів інституту спільного інвестування;
- встановлювати додаткові вимоги щодо форми документів про діяльність інститутів спільного інвестування, які подаються на електронних носіях;
- погоджувати встановлені Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, правила підготовки, вимоги до інвестиційної декларації пенсійного фонду, порядок її реєстрації та внесення змін до неї;
- перевіряти діяльність інститутів спільного інвестування;
- проводити перевірки незалежних оцінювачів майна інститутів спільного інвестування щодо додержання вимог законодавства у сфері спільного інвестування;
- порушувати з метою захисту інтересів інвесторів та громадян питання про звільнення з посад керівників фондових бірж та інших установ інфраструктури фондового ринку у випадку недодержання ними чинного законодавства України;
- призначати тимчасово (до двох місяців) керівників фондових бірж, депозитаріїв та інших установ інфраструктури фондового ринку, зупиняти або припиняти допуск цінних паперів на фондові біржі або торгівлю ними на будь-якій фондовій біржі,
зупиняти кліринг та укладення договорів купівлі-продажу цінних

паперів на фондових біржах на певний термін для захисту інтересів держави, інвесторів;

- для захисту інтересів держави та інвесторів у цінні папери зупиняти на НКЦПФР внесення змін до системи реєстру власників іменних цінних паперів або до системи депозитарного обліку щодо цінних паперів певного емітента або певного власника на строк до усунення порушень, що стали підставою для прийняття такого рішення.[102]

Місцеві органи влади**,** чия діяльність регламентується Законом України про місцеві державні адміністрації також наділені правом здійснювати в установленому порядку регулювання інвестиційної діяльності;

Комітет Верховної Ради України з питань економічного розвитку : предметом відання є зовнішньоекономічна, інвестиційна діяльність, спеціальні (вільні) економічні зони та території пріоритетного розвитку, технологічні парки; згідно додатку до Постанови Верховної Ради України від 29 серпня 2019 року № 19-IX «ПРЕДМЕТИ ВІДАННЯ комітетів.[103]

Тимчасова спеціальна комісія Верховної Ради України з питань захисту прав інвесторів: утворена Постановою Верховної Ради України Про утворення Тимчасової спеціальної комісії Верховної Ради України з питань захисту прав інвесторів серед основних завдань здійснює

- підготовку та подання на розгляд до Верховної Ради України в установленому порядку законодавчих ініціатив щодо захисту прав інвесторів, забезпечення рівного захисту прав, інтересів і майна суб'єктів інвестиційної діяльності незалежно від форми власності, а також ефективного інвестування в економіку України, розвитку міжнародного економічного співробітництва та інтеграції;
- визначення пріоритетних напрямів вдосконалення законодавства щодо створення умов для інвестиційної діяльності;
- забезпечення захисту прав інвесторів (бізнесу);
- здійснення парламентської співпраці з бізнес-асоціаціями та профільними структурами для сприяння створенню безперешкодних умов для залучення інвестицій;

- збір та аналіз у межах повноважень інформації для проведення парламентських слухань щодо випадків порушення прав бізнесу судовою владою, органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади України, у тому числі правоохоронними органами, порушень прав інвесторів шляхом зловживань положеннями чинного законодавства України.[104]

Узагальнену аналітику діяльності органів державної влади та їх структурних підрозділів вважаємо за потрібне представити у вигляді таблиць у додатку Д.

Проаналізувавши функції органів державної влади, служб, відомств, можна зробити висновок, що сучасна система органів виконавчої влади України характеризується надмірною неузгодженістю інвестиційних функцій між міністерствами, центральними органами виконавчої влади зі спеціальним статусом, агентствами та службами. Згідно з їх положеннями, значна частина цих органів одночасно сприяє інвестиційній діяльності, залучає інвестиції, формує та реалізує інвестиційну політику або забезпечує реалізацію інвестиційних проєктів у відповідній сфері. Така ситуація є не результатом усвідомленого інституційного керування, а наслідком фрагментарного, декларативного та несистемного підходу до розподілу повноважень. Фактично інвестиційна функція в Україні являє собою універсальний атрибут майже кожного органу виконавчої влади незалежно від його основного функціонального призначення. Відповідно до базових принципів інституційної організації державної влади, зокрема принципів функціональної спеціалізації, компетенційної визначеності та ієрархічної узгодженості, кожен орган виконавчої влади повинен діяти в межах чітко окресленої предметної компетенції, що визначається його правовим статусом, функціональним призначенням та сферою юрисдикції. Вихід за межі такої компетенції, зокрема через набуття квазіуніверсальних функцій, розглядається як прояв інституційної дисфункції, що знижує ефективність державного механізму в цілому. У цьому контексті в Україні спостерігається тенденція до надмірної універсалізації інвестиційної функції, яка фактично інтегрується у компетенційні моделі значної кількості органів виконавчої влади незалежно від їх галузевої спеціалізації. Така практика суперечить принципу чіткого розмежування

повноважень та принципу інституційної відповідальності, що є ключовими для забезпечення належної якості державного управління. Неузгодженість інвестиційних повноважень між різними суб'єктами виконавчої влади обумовлює дублювання функціональних завдань, зокрема у сферах залучення інвесторів, супроводу інвестиційних проєктів, формування регуляторних пропозицій та покращення інвестиційного клімату. За відсутності чіткого нормативного та організаційного розмежування таких функцій виникає явище перехресної компетенції, що призводить до розмитості відповідальності та унеможливлює встановлення причинно-наслідкового зв'язку між управлінськими рішеннями та їх результатами. У таких умовах координаційні механізми набувають переважно декларативного характеру та реалізуються через міжвідомчі форми взаємодії, які не забезпечують належного рівня інституційної узгодженості. Це свідчить про зниження рівня інституційної спроможності та призводить до фрагментації управлінських процесів, що негативно впливає на реалізацію державної інвестиційної політики. Крім того, інституційна деконцентрація інвестиційних повноважень створює передумови для зростання корупційних ризиків. Множинність суб'єктів, уповноважених впливати на інвестиційні процеси, формує складну систему доступу до адміністративних ресурсів, дозвільних процедур та механізмів державної підтримки. У такій системі підвищується ймовірність виникнення рентно-орієнтованої поведінки, що деформує економічну сутність інвестиційної діяльності та знижує її суспільну ефективність. Відсутність єдиного інституційного центру відповідальності за формування та реалізацію інвестиційної політики ускладнює здійснення системного контролю, моніторингу та аудиту результативності. Це, у свою чергу, обмежує можливості об'єктивної оцінки ефективності діяльності органів виконавчої влади та сприяє відтворенню інституційних дисфункцій, що мають системний характер. З огляду на викладене, закріплення інвестиційної функції за більшістю органів виконавчої влади доцільно кваліфікувати як інституційно неузгоджену та економічно неефективну модель. Її подальше збереження обумовлює відтворення структурних дисбалансів, зниження рівня керованості та погіршення інвестиційного клімату.

Оптимізація інституційної архітектури у сфері інвестицій передбачає концентрацію відповідних повноважень у межах спеціалізованого органу з чітко визначеною компетенцією, належним рівнем інституційної спроможності та встановленими механізмами відповідальності за досягнення результатів. Такий підхід відповідає принципам функціональної диференціації, підвищує прозорість управлінських процесів та створює передумови для формування цілісної і послідовної державної інвестиційної політики. Таким чином, вилучення інвестиційних функцій із компетенції галузевих органів виконавчої влади та їх інституційна централізація є необхідною умовою підвищення ефективності державного механізму у сфері інвестицій, забезпечення чіткості компетентного розподілу та досягнення стратегічних цілей економічного розвитку.

2.2 Аналіз стану галузі сільського господарства України в умовах війни в розрізі інвестицій.

Повномасштабна війна стала одним із найпотужніших дестабілізуючих чинників для розвитку сільського господарства України, що традиційно виступає стратегічною галуззю національної економіки та ключовим джерелом валютних надходжень. Воєнні дії спричинили суттєві втрати виробничого потенціалу, зниження обсягів капітальних інвестицій, погіршення доступу до фінансових ресурсів, а також зростання інвестиційних ризиків для внутрішніх і зовнішніх інвесторів. Руйнування аграрної інфраструктури, мінування сільськогосподарських угідь, дефіцит трудових ресурсів, обмеження експортної логістики та нестабільність фінансового ринку суттєво ускладнили процес залучення інвестицій та реалізації інвестиційних проєктів у галузі.

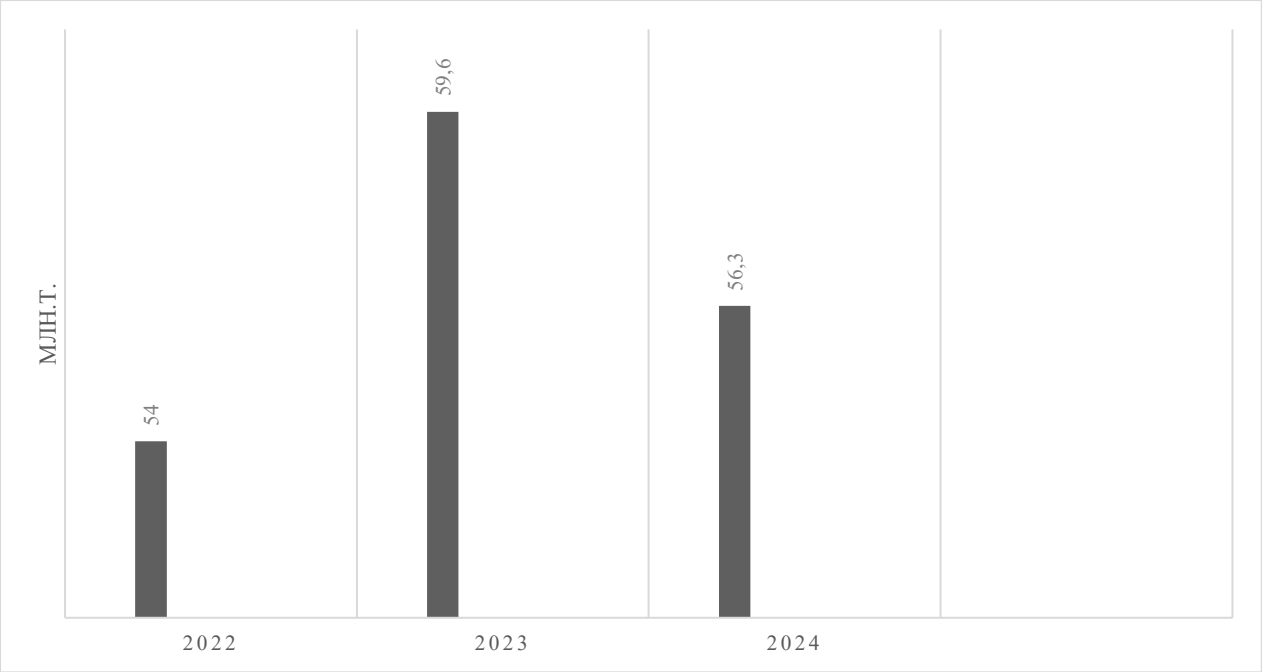

Рис. 2.1. Динаміка змін врожайності зернових культур в України з 2022 по 2024 роки.

Джерело: Сформовано автором на основі джерела [105]

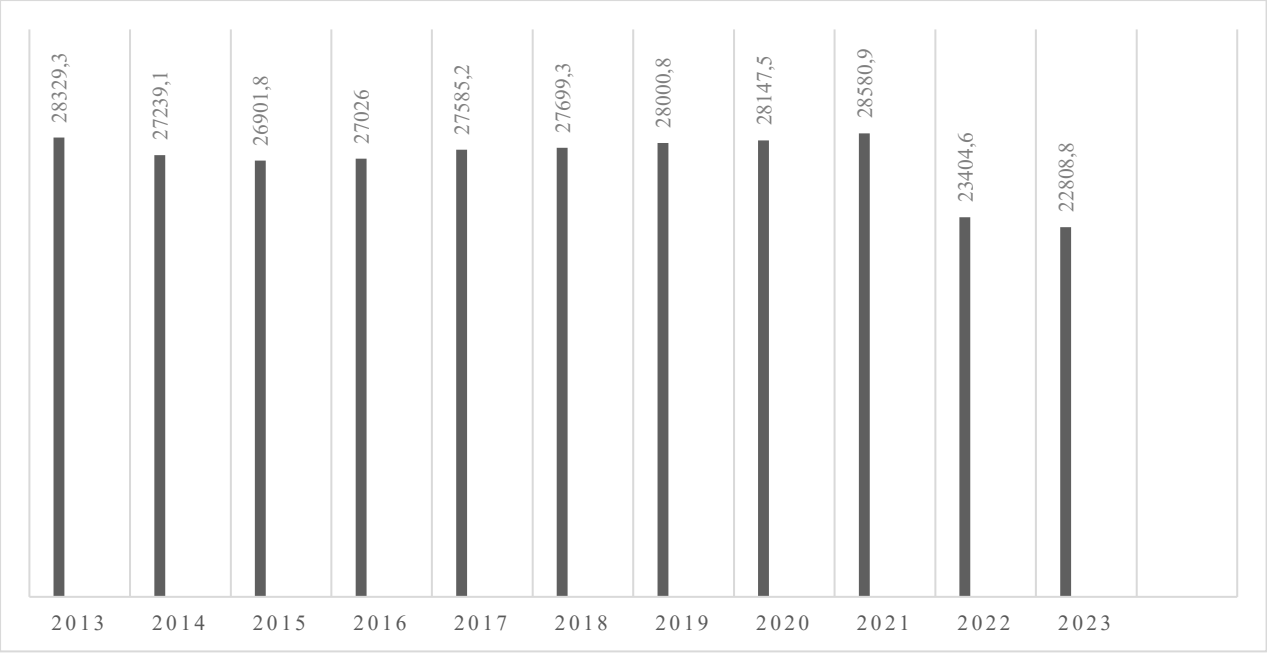

Рис. 2.2. Динаміка змін обсягу посівних площ України з 2013 по 2023 роки

Джерело: Сформовано автором на основі джерела [105]

Водночас аграрний сектор демонструє певну адаптивність до кризових умов, що проявляється у зміні структури інвестиційних потоків, переорієнтації на менш капіталомісткі технології, впровадженні цифрових рішень, оптимізації витрат. У цьому контексті особливої актуальності набуває комплексна оцінка

стану сільського господарства України в розрізі інвестиційної діяльності, яка дозволяє виявити ключові тенденції, структурні зрушення та фактори впливу на інвестиційну привабливість галузі.

Аналіз інвестиційних процесів у воєнний період є необхідним для формування обґрунтованих управлінських рішень, розроблення ефективних механізмів державного стимулювання та залучення міжнародної фінансової допомоги. Крім того, оцінка інвестиційної активності аграрного сектору дозволяє визначити потенціал його післявоєнного відновлення, окреслити пріоритетні напрями модернізації та забезпечити довгострокову конкурентоспроможність галузі в умовах євроінтеграційних процесів. Саме тому дослідження інвестиційного стану сільського господарства України в умовах війни є важливою складовою наукового обґрунтування стратегій відновлення та сталого розвитку аграрної економіки.

Таблиця 2.1.

Динаміка капітальних інвестицій в економіку України 2021 – 2024 роки

млн.грн.

Показник	2021	2022	2023	2024
Капітальні інвестиції в економіку млн. грн.	995021	827300	880766	940567
Темп росту інвестицій в економіку	-	-13,7%	+7,3%	+6.8%
Капітальні інвестиції в сільське господарство млн. грн.	68011	51428,2	63806	70314
Питома вага інвестицій у сільське господарство %	7,2%	6,3%	7,3%	7,4%
Темп приросту інвестицій у сільське господарство	-	-24,3%	+24,1%	+9,8%

Джерело: Сформовано автором на основі джерел [106],[107]

Аналіз динаміки врожайності зернових культур, посівних площ та капітальних інвестицій в економіку і сільське господарство України свідчить про складні трансформаційні процеси, що відбуваються в аграрному секторі на тлі макроекономічної нестабільності, військових викликів та структурних змін у національній економіці.

Насамперед варто відзначити, що аграрний сектор залишається однією з ключових складових економіки України, забезпечуючи продовольчу безпеку, експортний потенціал та валютні надходження. Незважаючи на кризові явища, галузь демонструє відносну стійкість, адаптивність та здатність до відновлення, що підтверджується дослідженими статистичними показниками. Аналіз динаміки врожайності зернових культур у 2022–2024 роках показує хвилеподібний характер розвитку. У 2022 році врожайність перебувала на порівняно низькому рівні, що було зумовлено комплексом факторів, серед яких ключову роль відіграли воєнні дії, руйнування логістичних ланцюгів, дефіцит паливно-мастильних матеріалів та обмежений доступ до сучасних агротехнологій.

У 2023 році спостерігається суттєве зростання врожайності, що свідчить про часткову стабілізацію виробничих процесів та адаптацію аграріїв до нових умов господарювання. Це зростання можна пояснити впровадженням більш ефективних технологій вирощування, оптимізацією структури посівів, а також накопиченим виробничим досвідом роботи в умовах підвищених ризиків.

Разом з тим, у 2024 році зафіксовано певне зниження врожайності порівняно з попереднім роком. Це вказує на збереження високого рівня невизначеності, вплив кліматичних факторів, обмеженість фінансових ресурсів та недостатній рівень оновлення матеріально-технічної бази. Таким чином, можна зробити висновок, що врожайність зернових культур в Україні перебуває під значним впливом як зовнішніх, так і внутрішніх факторів, а її стабілізація потребує комплексних інвестиційних та інституційних рішень. Показники посівних площ за 2013–2023 роки демонструють довгострокову тенденцію до скорочення. Якщо у період 2013–2021 років обсяги посівних площ зберігали відносну стабільність на рівні 27–28 млн га, то починаючи з 2022 року спостерігається різке зменшення цього показника.

Зниження посівних площ у 2022–2023 роках є прямим наслідком воєнних дій, мінування сільськогосподарських земель, окупації частини територій та порушення виробничої інфраструктури. Окрім того, негативний вплив мали

проблеми із доступом до кредитних ресурсів, зростання собівартості виробництва та логістичні обмеження експорту.

Разом з тим, навіть за умов скорочення земельного банку аграрний сектор продовжує виконувати свою стратегічну функцію, що свідчить про підвищення ролі інтенсивних факторів розвитку — зростання продуктивності, оптимізації ресурсів та використання сучасних агротехнологій. Це означає, що подальший розвиток галузі має орієнтуватися не лише на розширення посівних площ, а й на підвищення ефективності використання наявних земельних ресурсів. Аналіз капітальних інвестицій у 2021–2024 роках виявив чітку залежність інвестиційної активності від макроекономічної та безпекової ситуації в країні. У 2022 році спостерігається значне падіння загального обсягу інвестицій (на 13,7%), що є закономірною реакцією бізнесу на зростання ризиків, невизначеність та погіршення інвестиційного клімату.

Починаючи з 2023 року, фіксується поступове відновлення інвестиційної активності. Позитивні темпи зростання у 2023–2024 роках свідчать про адаптацію економіки до нових умов, посилення ролі міжнародної фінансової підтримки та поступове відновлення ділової активності.

Особливої уваги заслуговує динаміка капітальних інвестицій у сільське господарство. Незважаючи на загальноекономічне падіння у 2022 році, аграрний сектор демонструє відносно швидке відновлення. Уже у 2023 році приріст інвестицій у галузі становив понад 24%, що значно перевищує середні темпи зростання в економіці.

Це свідчить про стратегічну важливість аграрного сектору для національної економіки та його привабливість для інвесторів навіть у кризових умовах. Подальше зростання інвестицій у 2023–2024 роках підтверджує тенденцію до стабілізації та формування передумов для модернізації виробничої бази. Під час повномасштабної війни частка сільського господарства у структурі валового внутрішнього продукту України зменшилася порівняно з довоєнними роками: за даними міжнародних статистичних баз, у 2024 році безпосередній внесок аграрного виробництва становив близько **7,**1 % ВВП, тоді як у ширшому

визначенні аграрний сектор забезпечував приблизно 17 % ВВП. До початку повномасштабного вторгнення у 2021 році частка сільського господарства у ВВП перевищувала 10%. За даними WDI Світового банку, частка “сільське господарство, лісове господарство та рибальство” у ВВП України становила: 2022 — 8,6%, 2023 — 7,6%, 2024 — 7,1%. [108]. Зниження частки сільського господарства у ВВП не слід трактувати однозначно як скорочення ролі аграрного сектору в економіці. Показник частки у ВВП формується як відношення доданої вартості галузі до загального обсягу валового внутрішнього продукту, тому він залежить не лише від динаміки самого сільського господарства, а й від темпів відновлення інших секторів економіки. У 2022 році, на тлі різкого падіння ВВП України внаслідок повномасштабного вторгнення, аграрний сектор продемонстрував відносну стійкість, що частково пояснює збереження досить високої питомої ваги у структурі економіки. Проте у 2023–2024 роках, у міру поступового відновлення окремих сфер економічної діяльності, насамперед торгівлі, послуг та окремих промислових напрямів, темпи зростання аграрної доданої вартості виявилися нижчими, ніж середньоекономічні, що і зумовило подальше скорочення його частки у ВВП. Вагомим фактором, який стримує зростання аграрної доданої вартості, є безпосередні наслідки воєнних дій. Значні площі сільськогосподарських угідь опинилися у зоні бойових дій або були забруднені, що обмежує можливість їх повноцінного використання. За оцінками міжнародних організацій, проблема мінування сільськогосподарських земель створює довгострокові ризики для виробництва та інвестиційної активності, підвищує витрати агровиробників і знижує ефективність використання ресурсів . У результаті фізичні обсяги виробництва у багатьох регіонах залишаються нижчими за довоєнний рівень, що негативно впливає на формування валової доданої вартості галузі.

Суттєвий вплив на позиції аграрного сектору у структурі ВВП має і логістичний фактор. Попри поступове відновлення морських експортних маршрутів та адаптацію до альтернативних каналів постачання, транспортування сільськогосподарської продукції залишається дорожчим і менш передбачуваним порівняно з

довоєнним періодом. Звіти міжнародних інституцій фіксують відновлення експорту через чорноморські коридори у 2023–2024 роках, однак зазначають, що логістичні ризики, страхові витрати та обмежена пропускна спроможність інфраструктури суттєво впливають на кінцеву економічну ефективність експорту . Це означає, що навіть за відносно стабільних обсягів виробництва частина потенційної доданої вартості аграрного сектору втрачається через зростання транспортних та супутніх витрат. Додатковим чинником скорочення питомої ваги аграрного сектору у ВВП є підвищення собівартості виробництва. Зростання цін на паливно-енергетичні ресурси, добрива, засоби захисту рослин, запасні частини до техніки, а також подорожчання кредитних ресурсів зменшують різницю між валовим випуском і проміжним споживанням, що безпосередньо знижує величину створеної доданої вартості. В умовах війни аграрні підприємства змушені працювати в режимі підвищених ризиків, що також відбивається на інвестиційній активності та темпах технологічного оновлення. Важливу роль відіграють і цінові пропорції між секторами економіки. Частка сільського господарства у ВВП розраховується у поточних цінах, тому вона чутлива до коливань світових цін на аграрну продукцію, валютного курсу та інфляційних процесів. У період 2022–2024 років спостерігалися значні коливання на світових ринках зернових і олійних культур, що у поєднанні з логістичними обмеженнями призводило до формування цінових дисконтувань для українських виробників. Одночасно окремі сектори економіки демонстрували більш швидке зростання у номінальному вимірі, що додатково зменшувало відносну частку аграрного сектору у структурі ВВП .

Таким чином, динаміка частки сільського господарства у ВВП України у 2022–2024 роках відображає не лише прямі втрати аграрного виробництва внаслідок війни, а й комплексний вплив інституційних, логістичних, цінових та макроекономічних факторів. Зменшення питомої ваги аграрного сектору у структурі ВВП не заперечує його стратегічної ролі для економічної стабільності країни, продовольчої безпеки та експортних надходжень, однак свідчить про необхідність формування більш ефективної державної політики підтримки інвестицій,

відновлення інфраструктури та зниження системних ризиків розвитку галузі . Політична нестабільність є одним із визначальних чинників, що формують інвестиційний клімат у будь-якій країні, і Україна не є винятком. У контексті сільського господарства політичні ризики впливають на рішення внутрішніх та зовнішніх інвесторів через низку механізмів, які визначають як поточну діяльність аграрних підприємств, так і їхню перспективу розвитку. Передусім політична нестабільність створює високий рівень невизначеності щодо майбутнього правового та регуляторного середовища. Для інвестора важливо не лише оцінити поточний стан законодавства, а й упевнитися у його передбачуваності на середньо- та довгострокову перспективу. Часті зміни у законодавстві, нестабільність податкових умов, відсутність чіткої політики щодо аграрних субсидій і підтримки призводять до того, що інвестори не можуть надійно спрогнозувати доходність своїх проєктів. В умовах політичної турбулентності ризики раптових змін збільшуються, що часто спонукає інвесторів утримуватися від довгострокових вкладень у модернізацію виробничих потужностей чи розширення виробництва. Політична нестабільність також підсилює інституційні ризики, які безпосередньо впливають на аграрний сектор. До таких ризиків належать слабкість судової системи, низький рівень захисту прав власності та недостатній захист контрактних відносин. Якщо інвестори не впевнені в ефективності правосуддя або можливості захистити свої активи, вони схильні вимагати вищої премії за ризик або відмовляються від угод узагалі. У сільському господарстві це позначається як на залученні прямих іноземних інвестицій, так і на внутрішніх інвестиційних потоках, оскільки місцеві підприємці також обережніше розпоряджаються власними ресурсами у періоди політичної невизначеності. Через політичну нестабільність значно посилюється сприйняття корупційних ризиків, що ще більше знижує привабливість аграрного сектору для капіталовкладень. Корупція у сфері розподілу державної підтримки, отримання дозволів на використання земель, доступ до державних закупівель та пільгових кредитів збільшує трансакційні витрати та знижує загальну ефективність інвестиційних проєктів. Це особливо критично для сільського господарства, де значна частина

інвестицій пов’язана з довгостроковою модернізацією техніки, систем зрошення, інфраструктури зберігання і переробки. Політична нестабільність унеможливлює формування узгодженої державної стратегії розвитку аграрного сектора та довгострокового інвестиційного планування. Без чіткої стратегії аграрні підприємства не мають орієнтирів для планування власних інвестицій, а зовнішні інвестори не бачать точок опори для вкладення коштів. Відсутність стратегічних документів, затверджених на тривалий період, ускладнює оцінювання очікуваних вигод від інвестиційних проєктів і підвищує ризик їхнього недоотримання. На рівні міжнародних ринків політична нестабільність впливає на сприйняття країни як надійного торгового партнера. Аграрний сектор України традиційно орієнтований на експорт, тож будь-які політичні сигнали про несприятливість бізнес-середовища можуть збільшувати ризикові премії на фінансових ринках, ускладнювати доступ до міжнародних кредитних ресурсів і зменшувати обсяг прямих іноземних інвестицій. Нарешті, політична нестабільність спричинює загальну невпевненість у економічному майбутньому країни, що особливо сильно відчувається у сільських громадах і серед власників та керівників фермерських господарств. У таких умовах навіть перспективні інвестиційні проєкти часто відкладаються або скорочуються через очікування подальших змін у політичних умовах, що негативно відображається на загальній інвестиційній активності в аграрному секторі. Війна в Україні є найглибшою та найтривалішою перешкодою для залучення інвестицій у сільське господарство, формуючи комплекс прямого й непрямого впливу на інвестиційний клімат, виробничі можливості аграрного сектору та рішення як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів. На відміну від повоєнних або мирних умов, де інвестиції оцінюються насамперед за економічними показниками, у воєнний час інвестиційні рішення суттєво залежать від ризиків безпеки, доступності ресурсів, логістичної стабільності і довіри до майбутнього розвитку сектору. [109] Війна призвела до значних прямих збитків аграрному сектору — руйнування техніки, складів, сховищ, часткове або повне знищення посівів і багаторічних насаджень, а також пошкодження інфраструктури агропідприємств. За деякими оцінками

Світового банку, загальні втрати українського сільського господарства, включно зі зниженням виробництва, втраченими обсягами продукції та пошкодженими активами, вимірюються мільярдами доларів США, а близько 30% орних земель тимчасово не обробляється через окупацію або небезпеку мінування й обстрілів. Війна в Україні є найглибшою та найтривалішою перешкодою для залучення інвестицій у сільське господарство, формуючи комплекс прямого й непрямого впливу на інвестиційний клімат, виробничі можливості аграрного сектору та рішення як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів.. [110] Ці втрати не лише зменшують обсяг виробництва і доданої вартості в агросекторі, але й посилюють невизначеність щодо майбутньої прибутковості інвестиційних проєктів. Потенційні інвестори, які розглядають вкладення у модернізацію техніки, зрошувальних систем чи логістичних потужностей, стикаються з високими ризиками безпеки, що знижує готовність вкладати капітал у довгострокові активи. [111]. Війна також суттєво порушила логістичні ланцюги, які до 2022 року були критично важливі для аграрного експорту. Ознакою цього було блокування морських коридорів для українського зерна на початку широкомасштабної агресії, що призвело до різкого падіння експорту і значного збільшення витрат на перевезення продукції альтернативними маршрутами. Такі зміни логістичних витрат — не лише прямі економічні бар'єри, але й важливі сигнали для інвесторів про нерегулярність і зростання трансакційних ризиків, що відлякують частину потенційних вкладників.[112] Крім прямого руйнування активів і логістичних бар'єрів, війна загострила цінові та витратні ризики, зокрема збільшення собівартості на паливо, енергію, добрива та інші виробничі ресурси. Підвищення собівартості продукції аграрного виробництва при одночасних обмеженнях у реалізації на зовнішніх ринках зменшує маржу бізнесу і погіршує прогнози доходності інвестицій. Варто зазначити, що тривалі війни також можуть змінювати цінові пропорції між секторами: інші частини економіки можуть відновлюватися швидше або отримувати додаткові потоки інвестицій у зв'язку з військовими потребами, тоді як агросектор залишається в умовах як економічних, так і безпекових обмежень. [113] Додатково війна спричинила

соціально-демографічні зміни, що також впливають на готовність до інвестицій. Через мобілізацію, переміщення населення та зміну структури робочої сили деякі фермерські господарства зазнали нестачі кваліфікованих працівників, що обмежує виробничий потенціал і зменшує привабливість галузі для інвестиційних проєктів, орієнтованих на розширення виробництва чи технологічну модернізацію. З фінансового погляду війна обмежує доступ до фінансування й страхових продуктів, необхідних для реалізації великих інвестицій. Через підвищений ризик дефолту, невизначену політичну ситуацію та вплив на фінансові ринки частина кредиторів підвищує вимоги до застав або взагалі утримується від кредитування аграрних проєктів в Україні, особливо в районах, близьких до лінії фронту або постраждалих від бойових дій.[114] Також, війна спричинила посилення інвестиційних бар'єрів на макрорівні — посилення невизначеності у майбутньому політичному та економічному середовищі, що робить довгострокове планування інвестицій ризикованішим. Для більшості зовнішніх інвесторів такий рівень невизначеності є серйозним фактором ухилення від вкладення капіталу до України у порівнянні з іншими ринками, де політична і безпекова стабільність є вищими.[115] Таким чином, війна в Україні виступає не лише безпосередньою причиною фізичних і економічних втрат у сільському господарстві, а й суттєвим фактором, який знижує привабливість інвестицій у галузь через підвищені ризики, логістичні обмеження, соціальні зміни та високу невизначеність щодо майбутніх економічних умов. У світовій економічній практиці сформовано значний досвід післявоєнного відновлення національних економік, що базується на комплексному застосуванні фінансових, інституційних та структурних важелів. Аналіз історичних прикладів (після Другої світової війни, локальних конфліктів кінця XX – початку XXI ст.) свідчить про наявність типових підходів до стимулювання економічного зростання та відбудови господарських систем. Одним із ключових інструментів післявоєнного відновлення є залучення значних фінансових ресурсів, зокрема через державні інвестиції та міжнародну допомогу. Найвідомішим прикладом є реалізація План Маршалла, який забезпечив країнам Західної Європи понад 13 млрд дол. фінансової

підтримки, що сприяло швидкому відновленню виробництва та інфраструктури. Звіти світового банку та міжнародного валютного фонду підтверджують, що зовнішня допомога є критично важливою на початковому етапі відбудови, коли внутрішні ресурси є обмеженими. [116][117][118]. Післявоєнні економіки характеризуються слабкістю інституцій, тому важливим важелем є проведення реформ у сфері управління, прав власності та фінансової системи.

Наприклад, у Німеччині ключову роль відіграли грошова реформа 1948 року та створення ринкових інституцій, що заклало основу для “економічного дива”. [119][120][121]. Важливим напрямом є переорієнтація економіки на більш продуктивні галузі. У багатьох країнах після війни відбувалася активна індустріалізація та модернізація виробництва.

Наприклад, у Республіці Корея держава стимулювала розвиток експортно-орієнтованих галузей, що забезпечило швидке економічне зростання. [122][123][124]. Відновлення транспортної, енергетичної та соціальної інфраструктури є базовою умовою економічного зростання.

У післявоєнній Європі значні інвестиції спрямовувалися на відбудову доріг, залізниць, енергетичних систем, що створювало мультиплікативний ефект для економіки. [125][126]. Макроекономічна стабільність є критичною для відновлення економіки. Важливими заходами виступають:

- контроль інфляції;
- стабілізація валюти;
- реформування податкової системи.[127][128].

Інвестиції в освіту, охорону здоров’я та професійну підготовку є довгостроковим фактором зростання. [129][130]. Одним із яскравих прикладів успішної реалізації інвестиційної політики для України є Європейський Союз. Інвестиційна політика Європейського Союзу є однією з найбільш розвинених та інституційно оформлених у світі, що обумовлено високим рівнем інтеграції економік держав-членів та необхідністю забезпечення збалансованого розвитку регіонів. У сфері сільського господарства така політика має особливе значення, оскільки аграрний сектор одночасно виконує економічні, соціальні та екологічні функції.

Основу інвестиційної підтримки аграрного сектору становить Common Agricultural Policy (CAP), яка є однією з найстаріших і найбільш фінансованих стратегій політики ЄС [131]. Спільна аграрна політика формує рамкові умови для інвестування через систему прямих платежів, програм розвитку сільських територій та інструментів стимулювання інновацій. Як зазначає European Commission, CAP спрямована не лише на підтримку доходів фермерів, а й на підвищення продуктивності та конкурентоспроможності аграрного сектору. Це означає, що інвестиції розглядаються як ключовий фактор довгострокового зростання, а не лише як інструмент короткострокової підтримки. Одним із ключових фінансових механізмів реалізації інвестиційної політики у сільському господарстві є European Agricultural Fund for Rural Development, який забезпечує фінансування проєктів модернізації аграрних підприємств, розвитку інфраструктури та впровадження інновацій. У рамках цього фонду фінансуються інвестиції у технічне переоснащення, енергозбереження, цифровізацію виробництва та розвиток логістичних систем. Дослідження OECD (2020) показують, що саме інвестиції у модернізацію виробництва є ключовим драйвером зростання продуктивності в аграрному секторі.[132]

Важливу роль у формуванні інвестиційного середовища відіграють фінансові інституції ЄС, зокрема European Investment Bank та European Investment Fund. Європейський інвестиційний банк забезпечує довгострокове кредитування аграрних проєктів на пільгових умовах, що дозволяє зменшити фінансове навантаження на підприємства та стимулює реалізацію капіталомістких інвестицій. У свою чергу, Європейський інвестиційний фонд надає гарантії для кредитування малого та середнього бізнесу, що особливо важливо для фермерських господарств.[133]

Суттєвою особливістю інвестиційної політики ЄС є використання механізму співфінансування, який передбачає поєднання коштів бюджету ЄС, національних бюджетів та приватного капіталу. Такий підхід дозволяє підвищити ефективність використання ресурсів та залучити додаткові інвестиції у розвиток аграрного сектору.[134] Крім того, співфінансування сприяє підвищенню

відповідальності учасників проєктів та забезпечує більш раціональний відбір інвестиційних ініціатив.[135]

У сучасних умовах інвестиційна політика ЄС дедалі більше орієнтується на досягнення цілей сталого розвитку, що відображено у стратегії European Green Deal. У межах цієї стратегії значна частина інвестицій спрямовується на розвиток екологічно чистого виробництва, скорочення викидів парникових газів та впровадження ресурсозберігаючих технологій. Зокрема, підтримуються інвестиції у органічне землеробство, відновлювану енергетику та збереження біорізноманіття.

Крім екологічного аспекту, важливим напрямом інвестиційної політики є стимулювання інновацій та цифровізації аграрного сектору. У цьому контексті ключову роль відіграє програма Horizon Europe, яка фінансує дослідження та розробки у сфері точного землеробства, автоматизації виробництва та використання великих даних.[136] За даними FAO (2019), впровадження цифрових технологій дозволяє суттєво підвищити ефективність використання ресурсів та зменшити витрати, що безпосередньо впливає на фінансові результати підприємств. Не менш важливим є інституційний аспект інвестиційної політики, який передбачає встановлення чітких правил та умов отримання фінансування. У ЄС широко застосовується принцип “conditionality”, відповідно до якого доступ до фінансової підтримки залежить від дотримання екологічних, соціальних та управлінських стандартів. Це сприяє підвищенню прозорості та ефективності використання інвестиційних ресурсів. Порівнюючи інвестиційну політику ЄС з Україною, слід зазначити її орієнтацію на результативність, що проявляється у використанні системи показників ефективності (KPI) для оцінки реалізованих проєктів. Такий підхід дозволяє забезпечити зв’язок між обсягом інвестицій та досягнутими економічними результатами, зокрема зростанням продуктивності, доходів та зайнятості.[137] З позицій вартісно-орієнтованого управління, що використовується у даному дослідженні і звітах світового банку, інвестиційна політика ЄС демонструє чіткий причинно-наслідковий зв’язок між інвестиціями та зростанням вартості підприємств. Зокрема, інвестиції у модернізацію,

інновації та оптимізацію діяльності призводять до зростання вільного грошового потоку, що, у свою чергу, забезпечує підвищення вартості власного капіталу. Такий підхід узгоджується з концепцією DCF-моделювання, відповідно до якої вартість підприємства визначається як дисконтована величина майбутніх грошових потоків.

Отже, інвестиційна політика Європейського Союзу у сфері сільського господарства базується на комплексному поєднанні фінансових інструментів, інституційних механізмів та стратегічних орієнтирів розвитку. Її ключовими характеристиками є довгостроковість, орієнтація на ефективність, стимулювання інновацій та забезпечення сталого розвитку. Досвід ЄС свідчить про важливість системного підходу до управління інвестиціями, що передбачає не лише фінансування проєктів, а й формування умов для їх ефективної реалізації.

2.3 Експертна оцінка інвестиційної привабливості галузі сільського господарства України.

Методи експертних оцінок є важливим інструментом маркетингових досліджень, особливо в умовах невизначеності, обмеженості статистичних даних або високої динаміки ринку. Їх сутність полягає у використанні знань, досвіду та інтуїції кваліфікованих фахівців для формування оцінок, прогнозів і стратегічних рішень. [138] У маркетингу ці методи застосовуються для оцінки попиту, прогнозування розвитку ринку, аналізу поведінки споживачів та визначення ефективних стратегій позиціонування . [139] Теоретично методи експертних оцінок базуються на поєднанні підходів теорії прийняття рішень, поведінкової економіки та системного аналізу. Зокрема, обмежена раціональність індивідів, описана Г. Саймоном, обґрунтовує необхідність використання експертних суджень як альтернативи формалізованим моделям. [140] Водночас дослідження когнітивних упереджень свідчать, що експертні оцінки можуть бути систематично викривленими, що потребує використання спеціальних процедур узгодження думок. [141] Одним із найбільш поширених підходів є метод Делфі, який передбачає багатоетапне опитування експертів із забезпеченням

анонімності та контрольованого зворотного зв'язку. [142] Цей метод дозволяє досягати консенсусу шляхом ітеративного уточнення оцінок і широко використовується у прогнозуванні ринкових тенденцій та технологічних змін. [143] Його ефективність зумовлена мінімізацією групового тиску та домінування окремих учасників. Іншим важливим різновидом є метод опитувань за типом Геллапа, який базується на стандартизованому зборі думок експертів або респондентів щодо певних ринкових явищ. Хоча цей метод частіше асоціюється з дослідженнями громадської думки, у маркетингу він використовується як інструмент швидкого отримання агрегованих оцінок щодо попиту, брендів або поведінкових намірів споживачів.[144] Його перевагою є можливість оперативного збору даних, проте він менш ефективний для складних стратегічних прогнозів. Значне місце займають колективні експертні методи, зокрема метод комісій і «мозковий штурм». Перший передбачає безпосередню взаємодію експертів із метою вироблення узгодженого рішення, однак може супроводжуватися ефектом групового мислення. [145] Натомість метод мозкового штурму орієнтований на генерацію ідей без критики на початковому етапі, що сприяє інноваційності маркетингових рішень. [146] У практиці стратегічного маркетингу широко застосовується метод сценаріїв, який дозволяє формувати альтернативні варіанти розвитку ринку залежно від ключових факторів невизначеності. [147] Цей підхід тісно пов'язаний із системним мисленням, яке розглядає ринок як складну динамічну систему.[148][149] Кількісне узагальнення експертних суджень реалізується через такі методи, як ранжування, парні порівняння та аналіз ієрархій (AHP). Останній, розроблений Т. Сааті, дозволяє структурувати складні рішення у вигляді ієрархії критеріїв і альтернатив, забезпечуючи узгодженість експертних оцінок. [150] У маркетингу цей підхід використовується для вибору стратегій, оцінки конкурентних позицій і визначення пріоритетів розвитку. Важливим напрямом є інтеграція експертних оцінок із кількісними методами аналізу даних, зокрема багатовимірною статистикою та сегментаційними моделями.[151] Такий синтез дозволяє підвищити точність прогнозів і зменшити суб'єктивність оцінок. Таким чином, маркетингові методи

експертних оцінок є комплексним інструментом, що поєднує якісні та кількісні підходи до аналізу ринку. Їх ефективність залежить від правильної організації процесу експертизи, відбору компетентних експертів і використання процедур узгодження думок. В умовах зростаючої складності ринкових систем ці методи залишаються незамінними для прийняття стратегічних рішень на думку цілої низки вчених [152-157]. Оцінювання інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва характеризується підвищеною складністю, зумовленою поєднанням економічних, інституційних, природно-кліматичних та управлінських чинників. У таких умовах використання виключно кількісних статистичних методів не дає змоги виявити глибинні причини інвестиційної непривабливості, оскільки значна частина стримуючих факторів має латентний, нефіксований у формальній звітності характер. Саме тому у дослідженні було застосовано метод експертних оцінок як інструмент систематизації професійних суджень безпосередніх учасників та спостерігачів інвестиційних процесів у аграрному секторі. Цей метод дозволяє поєднати наукову рефлексію з практичним досвідом господарювання, що є принципово важливим для аналізу інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва в реальних умовах функціонування економіки України. До експертного опитування нами було залучено дві ключові групи респондентів: науковців, які спеціалізуються на проблематиці аграрної економіки, інвестицій та регіонального розвитку, а також представників фермерських господарств Київської області. Такий підхід забезпечив поєднання стратегічного та операційного рівнів аналізу інвестиційної привабливості. Науковці, залучені до дослідження, надали узагальнену оцінку системних проблем інституційного, нормативно-правового та стратегічного характеру. Водночас фермерські господарства виступили носіями емпіричного знання, сформованого на основі безпосереднього досвіду прийняття інвестиційних рішень, взаємодії з фінансовими установами та органами державної влади. Саме поєднання цих двох перспектив дозволило уникнути однобічності оцінок та сформувати комплексне бачення реального інвестиційного середовища у сільському господарстві. Інвестиційна привабливість сільськогосподарського

виробництва не може розглядатися ізольовано від загального інституційного середовища, в межах якого здійснюється аграрна діяльність. У сучасних умовах аграрний сектор України функціонує за відсутності цілісної, довгострокової державної стратегії розвитку інвестицій у сільське господарство, що об'єктивно знижує передбачуваність та стабільність інвестиційних рішень. Фрагментарність державної політики, часта зміна пріоритетів, а також домінування короткострокових антикризових заходів над стратегічним плануванням формують середовище підвищеної невизначеності. За таких умов навіть потенційно прибуткові напрями сільськогосподарського виробництва втрачають інвестиційну привабливість через високі нефінансові ризики, які не піддаються класичним методам хеджування. Однією з базових передумов інвестиційної привабливості будь-якої галузі є наявність системного планування її розвитку. У сільськогосподарському виробництві планування має особливе значення через тривалий інвестиційний цикл, залежність від природно-кліматичних умов та обмежену оборотність капіталу. Водночас у вітчизняній практиці аграрного управління планування здебільшого має декларативний характер або зводиться до формального затвердження програм, які не підкріплені ресурсами, чіткими індикаторами ефективності та механізмами реалізації. Це створює ситуацію, за якої суб'єкти господарювання фактично залишаються сам на сам із довгостроковими ризиками, а держава не виконує функцію координатора та гаранта стабільності інвестиційного середовища. Державна підтримка в аграрному секторі має значення не лише як джерело фінансових ресурсів, а й як сигнал для інвесторів щодо стратегічних пріоритетів розвитку галузі. Відсутність чітко структурованої, прогнозованої та стабільної системи державної допомоги призводить до спотворення інвестиційних очікувань та зниження довіри до аграрної політики загалом. У таких умовах інвестиційні рішення у сільськогосподарському виробництві набувають переважно адаптивного, короткострокового характеру, що суперечить природі капіталовкладень у аграрну сферу. Це обмежує можливості технологічного оновлення, впровадження інновацій та підвищення конкурентоспроможності виробництва. Проведене експертне дослідження було

покликане не лише зафіксувати поточний рівень інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва, а й виявити структурні дисфункції, які перешкоджають формуванню сталого інвестиційного середовища. Отримані експертні оцінки створюють аналітичне підґрунтя для подальшого детального аналізу конкретних недоліків, проблемних зон та інституційних прогалин. Для проведення дослідження інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва було застосовано маркетинговий метод експертних оцінок, який дозволяє отримати узгоджену позицію фахівців щодо визначення ключових факторів впливу та їх відносної значущості. Використання даного методу обумовлене складністю досліджуваного об’єкта, багатофакторністю інвестиційних процесів у аграрному секторі та обмеженістю формалізованих статистичних показників для комплексної оцінки інвестиційної привабливості. Формування експертної групи здійснювалося на основі цільового відбору з урахуванням професійної компетентності, практичного досвіду та наукової кваліфікації потенційних учасників. До складу експертної вибірки були залучені фахівці аграрного сектору, представники інвестиційних і фінансових установ, наукові працівники економічного профілю, а також управлінці агропромислового комплексу. Критеріями відбору виступали стаж роботи у сфері сільського господарства або інвестиційної діяльності не менше п’яти років, участь у реалізації інвестиційних проєктів або наявність наукових публікацій з проблематики аграрної економіки. Дослідження проводилося у декілька послідовних раундів із дотриманням принципу анонімності експертів, що дозволило мінімізувати вплив авторитету окремих учасників та уникнути ефекту групового тиску. На першому етапі експертам було запропоновано анкету, наведену у додатку Г відкритого типу, з метою формування переліку факторів, які, на їхню думку, визначають рівень інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва. Отримані відповіді було систематизовано, узагальнено та згруповано за основними напрямами, зокрема фінансово-економічними, виробничо-технологічними, інституційними, інфраструктурними та ризиковими складовими.

На другому етапі дослідження експертам було запропоновано здійснити кількісне оцінювання відібраних факторів за шкалою значущості. Для кожного показника визначалися середні значення та медіани оцінок, що дозволило встановити початкові вагові коефіцієнти факторів. Паралельно здійснювалася перевірка узгодженості експертних суджень шляхом аналізу варіації отриманих оцінок. Третій етап був спрямований на досягнення більш високого рівня консенсусу серед експертів. Учасникам повторно надавалася інформація про агреговані результати попереднього раунду, включаючи середні значення та діапазон відповідей, що дало можливість скоригувати власні оцінки з урахуванням групової позиції. Процедура повторювалася до моменту стабілізації результатів та досягнення прийнятного рівня узгодженості експертних суджень. Таким чином, метод експертних оцінок у даному дослідженні виступає не допоміжним, а ключовим інструментом виявлення причинно-наслідкових зв'язків між якістю державного управління, рівнем планування та фактичною інвестиційною привабливістю сільськогосподарського виробництва. Відповіді респондентів наведені на рисунках 2.1 та 2.2.

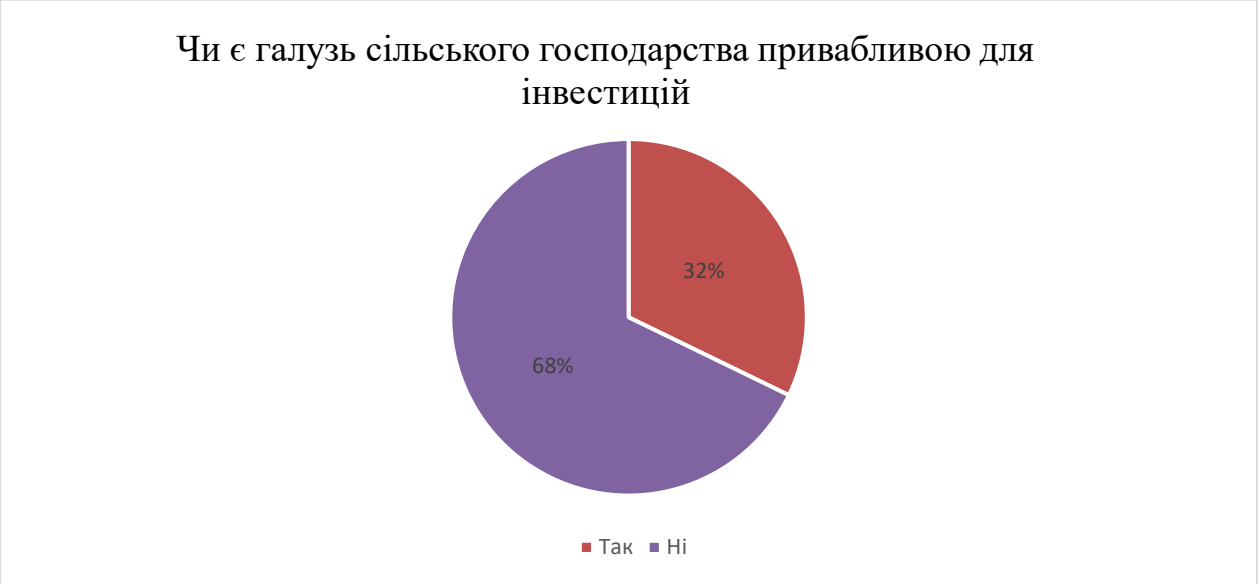

Рис. 2.3. Думка експертів щодо інвестиційної привабливості галузі сільського господарства

Джерело: Сформовано автором на основі власних досліджень.

Так на питання, щодо інвестиційної привабливості галузі сільського господарства 67,8% опитаних власників та керівників сільськогосподарських

підприємств відповіли, що галузь є потенційно інвестиційно привабливою, 32,2% відповіли, що ні.

Найбільш привабливим видом інвестицій 55,6% респондентів вважають реінвестування у нові технології з метою підвищення вартості власного капіталу.

Інвестиційний клімат, найбільша кількість респондентів, а саме 32% оцінила на 5 з 10, за 10 бальною шкалою. Окрім цього, станом на сьогодні саме фактор війни є найбільш перешкоджаючим у залученні інвестицій, на думку респондентів. 44,4% респондентів охарактеризували рівень інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва, як середній. На питання «Як, на Вашу думку, слід діяти уряду для покращення інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва?» більшість респондентів зазначило про більш ефективну та зосереджену спеціалізацію уряду саме на інвестиціях в сільське господарство. У межах дослідження було проведено також опитування представників фермерських господарств Київської області з метою отримання емпіричних даних щодо фактичних умов інвестиційної діяльності, рівня інвестиційної активності та сприйняття інвестиційного клімату безпосередніми суб’єктами аграрного виробництва.

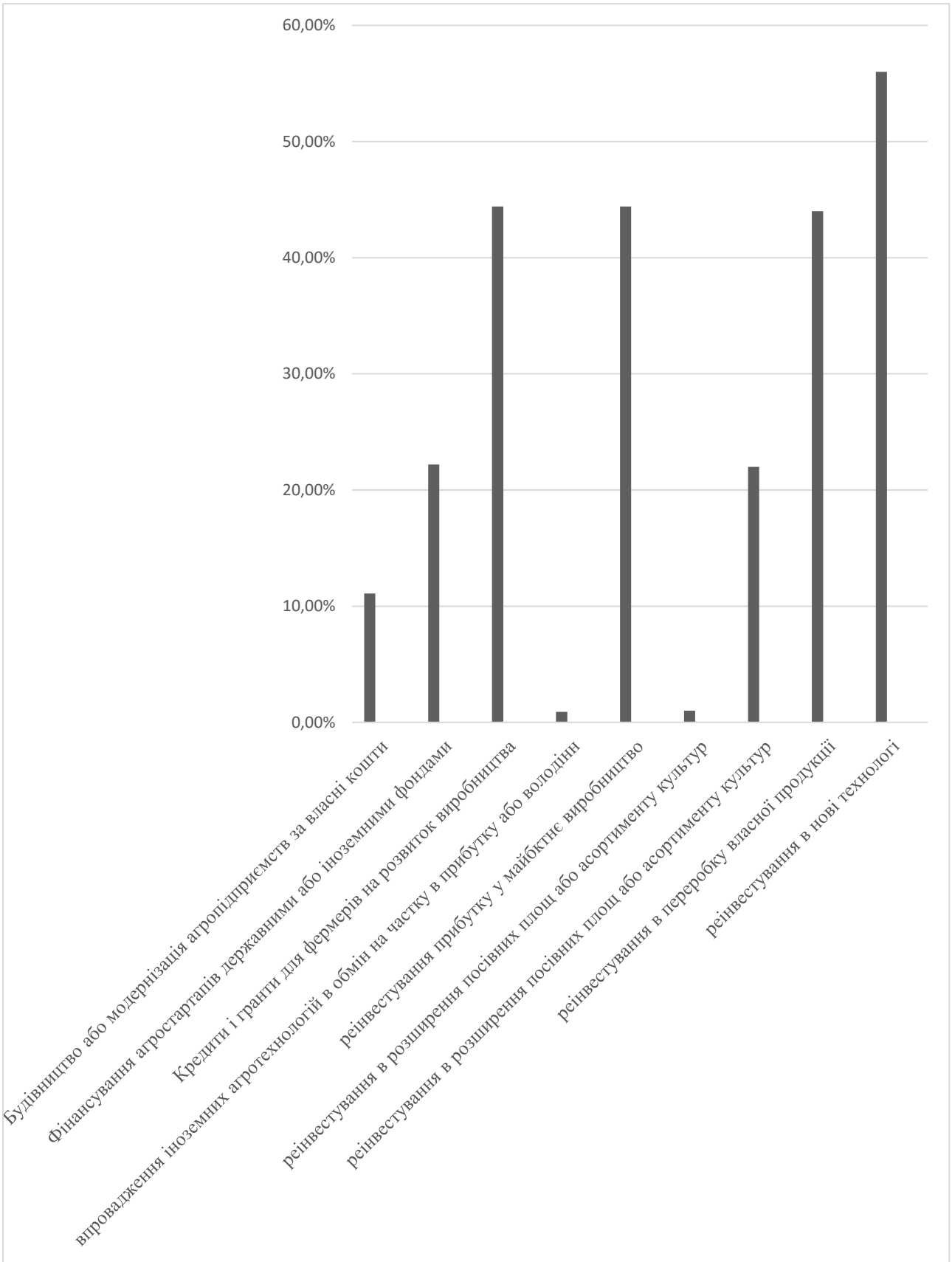

Рис 2.4 Види інвестицій, що є найбільш привабливими за результатами опитування на думку експертів.

Джерело: Сформовано автором на основі власних досліджень.

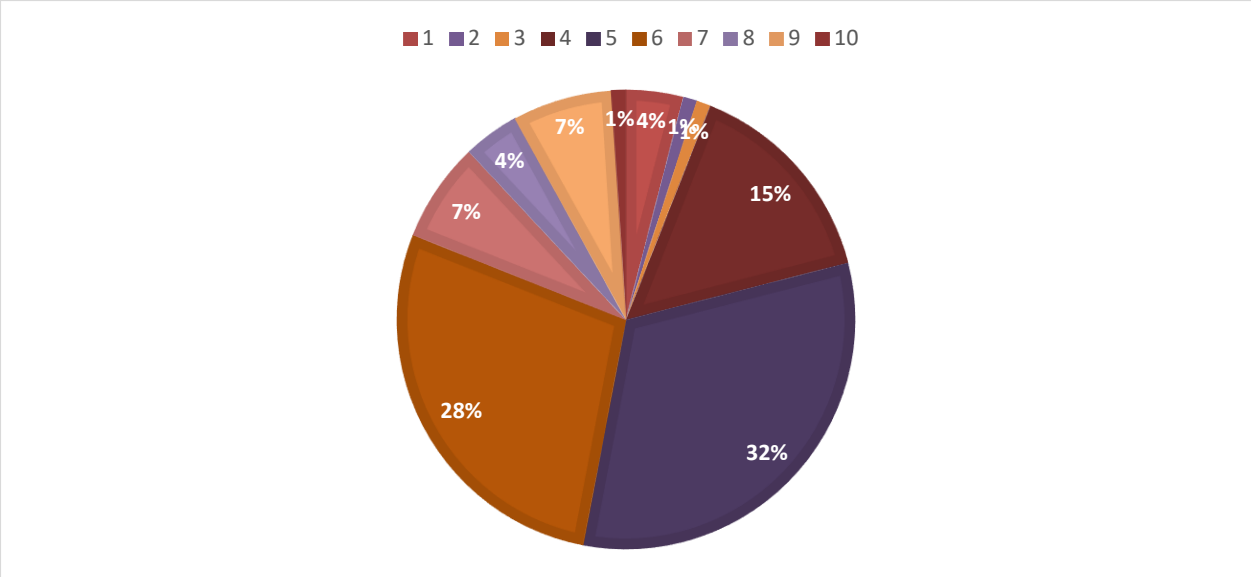

Рис 2.5. Оцінка інвестиційного клімату у сільськогосподарському виробництві. За шкалою Лайкерта, від 1 до 10, де 1 найнижча оцінка.

Джерело: Сформовано автором на основі власних досліджень.

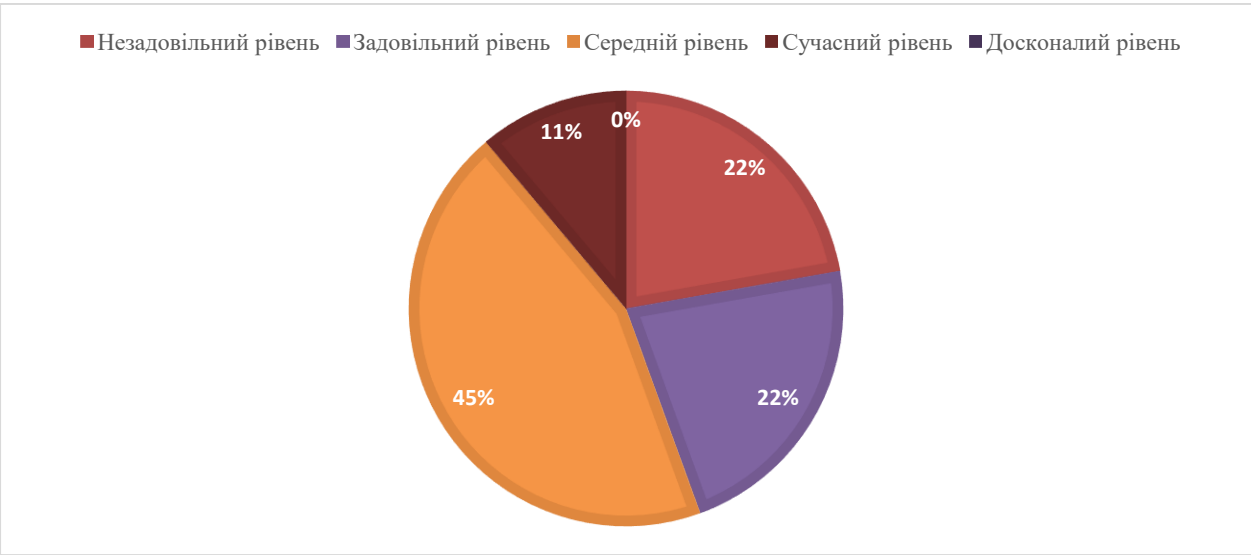

Рис 2.6. Рівень інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва відповідно до оцінок експертів.

Джерело: Сформовано автором на основі власних досліджень.

Формування вибірки респондентів з числа керівників фермерських господарств здійснювалося з урахуванням територіального охоплення, розмірів господарств та спеціалізації виробництва. До участі в опитуванні були залучені керівники та власники фермерських господарств, які безпосередньо приймають управлінські рішення щодо залучення інвестицій та модернізації виробництва. Загальна кількість учасників дослідження склала 87 господарств. Опитування

проводилося за стандартизованою анкетою, яка включала блоки запитань щодо обсягів капітальних вкладень, джерел фінансування інвестицій, доступу до кредитних ресурсів, рівня державної підтримки, інвестиційних ризиків та бар'єрів розвитку. Збір інформації здійснювався шляхом комбінування онлайн-анкетування та безпосередніх інтерв'ю, що дозволило підвищити повноту відповідей та зменшити кількість пропусків у даних. Отримані результати були перевірені на логічну узгодженість та статистичну надійність, після чого використані для побудови аналітичних показників та порівняння з результатами експертного оцінювання. На запитання щодо напрямів дій уряду для підвищення інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва респонденти надали такі оцінки.

У сфері законодавства України:

Більшість опитаних (62%) зазначили необхідність спрощення регуляторних процедур та усунення нормативних бар'єрів для інвесторів. Ще 21% респондентів наголосили на потребі забезпечення стабільності податкового законодавства та прогнозованості державної політики, тоді як 17% вказали на важливість удосконалення механізмів захисту прав інвесторів і власності.

У сфері управління інвестиціями:

Переважна частка респондентів (68%) відзначила відсутність ефективного механізму управління процесами залучення та супроводу інвестицій у аграрному секторі. На думку 19% опитаних, актуальною проблемою є слабка координація між державними органами та місцевими органами влади, тоді як 13% вказали на недостатній рівень професійної підготовки кадрів у сфері інвестиційного менеджменту.

У сфері інформаційного забезпечення:

Близько 57% респондентів зазначили недостатню доступність та прозорість інформації щодо інвестиційних можливостей, державних програм підтримки та умов реалізації проєктів. Ще 26% вказали на відсутність єдиної цифрової платформи для супроводу інвесторів, а 17% — на слабку комунікацію між органами влади та агровиробниками.

У сфері державного регулювання:

Понад половину опитаних (61%) наголосили на необхідності вдосконалення системи державної підтримки інвестицій, зокрема через запровадження довгострокових програм стимулювання та фінансових інструментів. Водночас 23% респондентів вказали на потребу зменшення адміністративного тиску, а 16% — на важливість підвищення ефективності контролю за цільовим використанням бюджетних коштів.

Власні пропозиції респондентів:

У рамках відкритих відповідей 49% учасників опитування відзначили відсутність системного інвестиційного планування на державному та регіональному рівнях як одну з ключових проблем розвитку аграрного сектору. Ще 28% наголосили на необхідності формування довгострокової стратегії розвитку сільського господарства з чіткими індикаторами ефективності, тоді як 23% запропонували створення спеціалізованих інституцій супроводу аграрних інвестиційних проєктів.

Таблиця 2.5

Результати анкетування представників фермерських господарств

Сфера впливу	**Зміст пропозицій респондентів**	**Частка респондентів, %**
Законодавство України	Спростити регуляторні процедури та усунути нормативні бар’єри для інвесторів	62
	Забезпечити стабільність податкового законодавства та прогнозованість державної політики	21
	Посилення механізмів захисту прав інвесторів та власності	17
Управління інвестиціями	Створити ефективний механізм управління процесами залучення та супроводу інвестицій	68

Продовження Таблиці 2.5

	Покращити координацію між органами державної та місцевої влади	19
	Покращити рівень професійної підготовки кадрів у сфері інвестиційного менеджменту	13
Інформаційне забезпечення	Збільшити прозорість та доступність інформації щодо інвестиційних можливостей	57
	Запровадити єдину цифрову платформу супроводу інвесторів	26
	Покращити рівень комунікації між органами влади та агровиробниками	17
Державне регулювання	Удосконалити механізми державної підтримки інвестицій	61
	Зменшити ступінь адміністративного навантаження на суб'єктів господарювання	23
	Підвищити контроль за цільовим використанням бюджетних коштів	16
Власні пропозиції	Запровадити системне інвестиційне планування на державному та регіональному рівнях	49
	Сформувати довгострокову стратегію розвитку аграрного сектору	28
	Створити інституції супроводу інвестиційних проєктів	23

Джерело: Сформовано автором на основі власних досліджень

Разом з тим, за результатами опитування найбільш вагомою проблемою, що стримує залучення інвестицій у сільськогосподарське виробництво, респонденти визначили війну. Понад 71% опитаних поставили даний фактор на перше або друге місце у рейтингу, що свідчить про його визначальний вплив на інвестиційні рішення. Другою за рівнем значущості проблемою стала слабке та недосконале законодавство, яку 64% респондентів віднесли до трійки найбільш критичних чинників. Це вказує на недостатню стабільність нормативного середовища та наявність регуляторних ризиків для потенційних інвесторів. Високі позиції у рейтингу також посіла корупція, яку 58% опитаних оцінили як один із ключових бар'єрів інвестиційної діяльності в аграрному секторі. Значна частка респондентів зазначила, що корупційні ризики негативно впливають на

прозорість ринку та збільшують трансакційні витрати. Суттєвий вплив, за оцінками учасників опитування, має неефективна політика уряду щодо залучення інвестицій. Даний фактор було включено до групи пріоритетних проблем 52% респондентів, що свідчить про необхідність удосконалення державних механізмів стимулювання інвестиційної активності. До середнього рівня значущості респонденти віднесли проблеми логістики, які 47% опитаних розмістили у першій половині рейтингу. Це зумовлено ускладненням транспортних маршрутів, підвищенням вартості перевезень та обмеженим доступом до експортної інфраструктури. Менш критичними, але такими, що суттєво впливають на інвестиційні рішення, були визначені технологічна відсталість фермерських господарств (42%), низька якість виробничих ресурсів (39%) та труднощі доступу до матеріально-технічних ресурсів (36%). Дані фактори відображають структурні проблеми розвитку матеріально-технічної бази аграрного сектору. Найменш значущими перешкодами серед інших за результатами опитування, стали кліматичні умови (21%) та наявність більш привабливих галузей для інвестування (27%), що свідчить про переважання інституційних та макроекономічних ризиків над природними факторами у формуванні інвестиційних рішень.

Таблиця 2.6.

Результати анкетування експертів, щодо перешкод залучення інвестицій у галузь сільського господарства

Місце у рейтингу	**Проблема**	**Частка респондентів, які віднесли проблему до пріоритетних*, %**
1	Війна	71
2	Слабка та недосконала законодавча база	64
3	Корупція	58

Продовження Таблиці 2.6

4	Неефективна політика уряду щодо залучення інвестицій	52
5	Проблеми в логістиці	47
6	Технологічна відсталість фермерських господарств	42
7	Низька якість виробничих ресурсів (техніка, добрива, корми, транспорт)	39
8	Труднощі в доступі до виробничих ресурсів	36
9	Відсутність розвитку галузі та чітких перспектив	33

Джерело: Сформовано автором на основі власних досліджень.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

У другому розділі здійснено маркетингове дослідження сучасного стану та перспектив залучення інвестицій у діяльність сільськогосподарських підприємств України та вирішено поставлені завдання дослідження.

У процесі дослідження проаналізовано організаційну структуру управління інвестиційною діяльністю національної економіки та встановлено, що сучасна система державного управління інвестиційними процесами в Україні характеризується високим рівнем інституційної фрагментації, дублюванням функцій та неузгодженістю повноважень між значною кількістю органів державної влади. Дослідження показало, що функції щодо формування, реалізації, супроводу та контролю інвестиційної діяльності одночасно виконують Кабінет Міністрів України, Міністерство економіки України, Міністерство фінансів України, Міністерство аграрної політики та продовольства України, Міністерство розвитку громад та територій, Міністерство енергетики, Міністерство цифрової трансформації, Фонд державного майна України, Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку, НКРЕКП, інші центральні органи виконавчої влади, державні агентства та служби. Встановлено, що більшість органів виконавчої влади мають у своїх положеннях функції щодо залучення інвестицій, реалізації інвестиційної політики, моніторингу інвестиційних проєктів або формування інвестиційного іміджу держави. Визначено, що така система створює явище перехресної компетенції, за якого різні органи фактично виконують однакові або подібні функції без чіткого розмежування відповідальності. Обґрунтовано, що це призводить до зниження ефективності державного управління інвестиційними процесами, ускладнює координацію інвестиційної політики, створює надлишкові адміністративні бар’єри та формує додаткові корупційні ризики. У ході дослідження встановлено, що відсутність єдиного інституційного центру відповідальності за інвестиційну політику ускладнює здійснення моніторингу, аудиту та оцінювання ефективності реалізації інвестиційних проєктів. На основі проведеного аналізу зроблено висновок про необхідність інституційної централізації інвестиційних функцій у межах спеціалізованого органу з чітко

визначеними повноваженнями, механізмами координації та відповідальності за результати реалізації державної інвестиційної політики.

У межах дослідження здійснено аналіз стану галузі сільського господарства України в умовах війни в розрізі інвестицій. Встановлено, що повномасштабна війна стала одним із ключових дестабілізуючих чинників розвитку аграрного сектору, спричинивши суттєве скорочення капітальних інвестицій, погіршення інвестиційного клімату та зростання рівня ризиковості інвестиційної діяльності. Визначено, що основними негативними факторами впливу стали руйнування аграрної та транспортної інфраструктури, мінування сільськогосподарських угідь, окупація частини територій, дефіцит трудових ресурсів, порушення логістичних ланцюгів та зростання собівартості виробництва. Аналіз статистичних даних показав, що у 2022 році загальний обсяг капітальних інвестицій в економіку України скоротився на 13,7 %, а інвестиції у сільське господарство — на 24,3 %. Водночас встановлено, що у 2023 році спостерігалося поступове відновлення інвестиційної активності: темп приросту капітальних інвестицій у сільське господарство становив 24,1 %, що перевищило загальноекономічні темпи зростання. У 2024 році позитивна тенденція збереглася, а приріст інвестицій у галузі склав 9,8 %, при цьому частка аграрного сектору у структурі капітальних інвестицій економіки України зросла до 7,4 %. Дослідження динаміки капітальних інвестицій підтвердило, що аграрний сектор навіть в умовах війни залишається стратегічно важливою галуззю національної економіки та зберігає інвестиційну привабливість для внутрішніх і зовнішніх інвесторів.

У процесі дослідження здійснено експертну оцінку інвестиційної привабливості галузі сільського господарства України та визначено основні фактори, що формують сучасний рівень інвестиційної привабливості аграрного сектору. Експертне оцінювання проведено із застосуванням методу експертних оцінок за участю науковців та представників фермерських господарств Київської області, що дозволило комплексно оцінити вплив зовнішніх і внутрішніх чинників на інвестиційну активність у галузі. У результаті дослідження встановлено, що інвестиційна привабливість сільського господарства формується під впливом

політичних, безпекових, економічних, фінансових, логістичних, маркетингових та інституційних факторів, які в умовах війни мають взаємопов'язаний та системний характер. Визначено, що ключовими стримуючими факторами розвитку інвестиційної діяльності є високий рівень воєнних ризиків, нестабільність законодавчого середовища, низький рівень прогнозованості державної аграрної політики, дефіцит фінансових ресурсів, обмежений доступ до кредитування, руйнування логістичної інфраструктури та зростання вартості виробничих ресурсів. Встановлено, що вагомий негативний вплив на інвестиційну активність мають також мінування сільськогосподарських земель, порушення експортної логістики, нестача трудових ресурсів та високий рівень макроекономічної невизначеності. Дослідження показало, що значна частина інвесторів розглядає аграрний сектор України як високоризиковий об'єкт інвестування через нестабільність безпекового середовища та недостатній рівень державних гарантій захисту інвестицій. Разом з тим встановлено, що аграрний сектор України зберігає значний інвестиційний потенціал завдяки наявності родючих земельних ресурсів, високому рівню експортної орієнтації, стратегічному значенню для забезпечення глобальної продовольчої безпеки та перспективам післявоєнного відновлення економіки. Визначено, що навіть в умовах воєнного стану сільське господарство залишається однією з базових галузей національної економіки, яка забезпечує валютні надходження, підтримує зайнятість населення та формує значну частину експортного потенціалу держави.

Загалом результати проведеного дослідження дозволили встановити, що сучасний стан інвестиційної діяльності у сільському господарстві України характеризується поєднанням високого стратегічного потенціалу галузі та значного рівня зовнішніх і внутрішніх ризиків, пов'язаних із воєнними умовами, інституційною нестабільністю та недосконалістю системи державного управління інвестиційними процесами. Визначено, що забезпечення ефективного розвитку аграрного сектору потребує комплексної трансформації системи державного регулювання інвестиційної діяльності, удосконалення організаційної структури управління інвестиційними процесами та формування сприятливого

інвестиційного середовища для довгострокового залучення внутрішнього та зовнішнього капіталу.

РОЗДІЛ 3
ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1 Формування банку залучення інвестицій

Сучасний стан розвитку національного інвестиційного потенціалу, а також високий рівень складності та багатокомпонентності взаємозв'язків між його ключовими елементами — зокрема системою стратегічного планування, механізмами фінансового забезпечення, інституційною інфраструктурою та процесами супроводу інвестиційних проєктів та наявність суттєвих інституційних недоліків в законодавстві України зумовлюють об'єктивну необхідність формування інтегрованого організаційно-економічного механізму координації інвестиційної діяльності. У цьому контексті доцільним є створення єдиного банку залучення та координації інвестицій як спеціалізованого державного інституту розвитку, функціонування якого ґрунтується на принципах стратегічного управління, маркетингової орієнтації та системного підходу до управління інвестиційними процесами. Запровадження такого інституту дозволить сформувати цілісну інтеграційну платформу, що забезпечить консолідацію зусиль суб'єктів господарювання різних рівнів і секторів економіки в межах узгодженої інвестиційної політики. Функціонування єдиного банку залучення інвестицій сприятиме підвищенню ефективності використання фінансових, інформаційних та організаційних ресурсів, мінімізації інституційної фрагментації та забезпеченню прозорості інвестиційних процесів. Водночас він створюватиме умови для гармонізації інвестиційних ініціатив суб'єктів господарювання з пріоритетами державного та регіонального розвитку, що є важливим чинником забезпечення збалансованого соціально-економічного зростання. Як відкрита соціально-економічна система, зазначений інститут буде акумулювати ресурси різних економічних агентів та забезпечувати комплексний супровід інвестиційних проєктів, включаючи фінансову, адміністративну та консультаційну підтримку. Особливого значення набуває його функція координації взаємодії з

органами державної влади та місцевого самоврядування, що сприятиме оптимізації процедур підготовки, погодження та реалізації інвестиційних рішень. Перенесення повноважень та функціональних обов'язків щодо інвестиційної діяльності від державних органів та профільних інституцій у діяльність банку залучення інвестицій покликано ліквідувати системні дисфункції у організації та підтримці інвестиційної діяльності, ліквідувавши неузгодженості функціональних обов'язків і повністю сконцентрувавши їх у єдиному інституті, створити передумови для активізації міжнародного інвестиційного співробітництва, розширення участі іноземних партнерів та формування сприятливого інвестиційного середовища. У цілому, системна організація інвестиційної діяльності за умов інституційної підтримки держави виступає одним із ключових інструментів регіонального розвитку, забезпечуючи досягнення довгострокових соціально-економічних ефектів за відносно обмежених обсягів капіталовкладень.

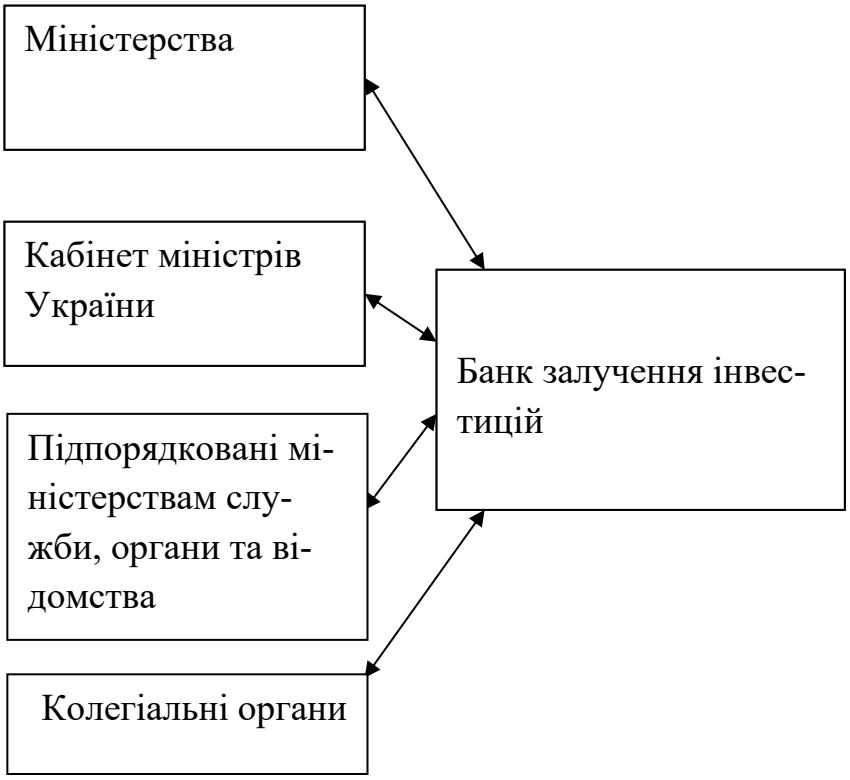

Рис. 3.1. Схема трансферу функцій і повноважень при реорганізації системи

Джерело: Сформовано автором

Формування єдиного банку залучення інвестицій як централізованого координуючого інституту на національному рівні забезпечує зростання інтенсивності

інвестиційних потоків та узгоджується зі стратегічними пріоритетами територіального розвитку. У межах функціонування такого інституту передбачається залучення широкого кола учасників інвестиційного процесу, включаючи як безпосередніх виконавців і супроводжуючі організації інвестиційних проєктів, так і інституції-посередники, що здійснюють їх підготовку, фінансування та просування. Мотиваційною основою їх участі виступає доступ до інтегрованих інформаційних ресурсів, а також забезпечення належного рівня правового та адміністративного супроводу, що в сукупності сприятиме підвищенню інвестиційної активності. Інституційна інтеграція інвестиційних функцій і повноважень в межах єдиного банку залучення інвестицій передбачає реалізацію комплексу взаємопов'язаних організаційно-управлінських заходів, серед яких: формування раціональної організаційної структури відповідно до стратегічних орієнтирів інвестиційного розвитку; забезпечення узгодженості функціонування банку із системою державного та регіонального управління; створення ефективного середовища для підготовки, експертизи, фінансування та супроводу інвестиційних проєктів, а також впровадження сучасних маркетингових, фінансових і управлінських інструментів реалізації інвестиційної політики. Відповідно банк залучення інвестицій доцільно розглядати як цілісну соціально-економічну систему, що формується сукупністю взаємозалежних елементів, інтеграція яких забезпечує виникнення нових системних властивостей. Кожен елемент системи здійснює вплив на її загальні характеристики, при цьому ефективність функціонування визначається не лише кількісними параметрами, а передусім якістю внутрішніх взаємозв'язків, рівнем координації управлінських процесів та адаптивністю до змін зовнішнього середовища. Ключовими складовими системи виступають цілі, ресурси та стратегії її розвитку. Цілі формуються як ієрархічно впорядкована сукупність стратегічних, тактичних і операційних орієнтирів, що враховують державні пріоритети інвестиційної політики та потреби суб'єктів господарювання. Ресурсна база включає фінансові, інформаційні, кадрові та інституційні компоненти, які акумулюються та перерозподіляються відповідно до визначених напрямів інвестиційної діяльності. Стратегічний

рівень представлений системою узгоджених управлінських рішень, що конкретизуються у вигляді програм, проєктів і бізнес-процесів із визначеними параметрами реалізації. Синергетичний ефект від взаємодії різнорідних елементів системи проявляється у формуванні якісно нових функціональних характеристик інвестиційного середовища, серед яких зниження рівня ризиків, підвищення стабільності та передбачуваності інвестиційних процесів, а також зміцнення довіри з боку внутрішніх і зовнішніх інвесторів. Важливою характеристикою системи є її сумісність із зовнішнім середовищем, включаючи макроекономічну систему, фінансовий ринок, регіональну інфраструктуру та систему державного управління. Ефективність функціонування банку значною мірою залежить від здатності до інтеграції з іншими інституційними утвореннями підтримки підприємницької діяльності на основі уніфікованих стандартів, процедур і інформаційних протоколів. Забезпечення сумісності досягається шляхом стандартизації інвестиційних процесів, гармонізації вимог до інвестиційних проєктів, запровадження прозорих механізмів їх відбору та супроводу, а також інтеграції інформаційних потоків між учасниками інвестиційної інфраструктури. Формування системи даного банку має базуватися на двох концептуальних засадах. По-перше, це орієнтація на потреби інвестора та суб'єкта господарювання, що передбачає врахування їхніх економічних інтересів, очікувань і ризиків при прийнятті управлінських рішень. По-друге, визначальним чинником ефективності має виступати впровадження системи управління якістю інвестиційних процесів, яка забезпечує стандартизацію, моніторинг і безперервне вдосконалення діяльності банку на всіх етапах реалізації інвестиційних проєктів. Запровадження такої системи управління якістю є необхідною умовою підвищення ефективності функціонування банку, особливо в розвитку співробітництва з іноземними фінансовими інституціями. В умовах зростаючої складності інвестиційних процесів та багаторівневості економічних взаємозв'язків особливого значення набуває застосування системного підходу до дослідження соціально-економічних систем. Сучасні наукові підходи розглядають економічні системи як цілісні утворення, що складаються з взаємопов'язаних елементів, взаємодія яких

формує інтегральний результат функціонування [158-162]. Застосування системного підходу передбачає використання моделей, які дозволяють формалізувати структуру досліджуваного об’єкта, визначити його функціональні характеристики та встановити взаємозв’язки між окремими елементами [163]. У цьому контексті важливу роль відіграють структурно-функціональні моделі, що забезпечують цілісне уявлення про систему, відображаючи її склад, організацію та взаємодію із зовнішнім середовищем [164; 165]. Згідно з положеннями загальної теорії систем, будь-яка складна соціально-економічна система може бути представлена як ієрархічно організована сукупність підсистем, функціонування яких визначається як внутрішніми параметрами, так і зовнішніми впливами [161; 166]. Такий підхід дозволяє здійснювати декомпозицію системи, визначати функції її елементів і досліджувати їх внесок у досягнення загальних цілей [162; 167]. У межах економіко-математичного моделювання структурно-функціональні моделі виступають початковим етапом формалізації складних систем і створюють основу для подальшого кількісного аналізу [168]. Вони дозволяють визначити ключові змінні, параметри та взаємозв’язки, що є необхідною передумовою побудови більш складних аналітичних моделей [163; 168]. У сфері маркетингового забезпечення інвестиційної діяльності застосування таких моделей дозволяє інтегрувати аналітичні, фінансові та організаційні компоненти в межах єдиної системи управління [170; 171]. Це забезпечує підвищення обґрунтованості управлінських рішень, прозорість процесів і ефективність використання ресурсів [172]. Використання структурно-функціональної описової моделі дозволяє сформувати цілісне уявлення про досліджувану систему, визначити її ключові елементи, функції та взаємозв’язки, а також створити методологічну основу для подальшого формалізованого моделювання [168]. У зв’язку з цим доцільним є застосування методів формалізованого моделювання, які дозволяють отримати структуроване уявлення про властивості інвестиційної системи, а також здійснювати аналіз альтернативних сценаріїв її розвитку шляхом варіювання ключових параметрів з метою досягнення визначених стратегічних

результатів. Системна модель єдиного банку залучення інвестицій характеризується такими визначеннями:

XA - функції системи банку;

XB - структура системи банку;

XC - характеристики підсистем банку;

XD - зв'язки банку із зовнішнім середовищем;

XE - історія розвитку системи банку.

Функціональна підсистема (XA) визначає сукупність ключових функцій єдиного банку залучення інвестицій, які відображають основні напрями його діяльності та забезпечують формування доданої вартості для суб'єктів господарювання. Функції системи орієнтовані на підвищення ефективності організації, реалізації та супроводу інвестиційних процесів.

До складу функціональної підсистеми доцільно віднести такі основні функції:

аналітична функція — передбачає дослідження інвестиційних потреб суб'єктів господарювання, аналіз ринкових можливостей, оцінювання попиту на інвестиційні ресурси в галузевому та регіональному розрізі;

планово-прогностична функція — полягає у формуванні стратегічних і тактичних планів залучення та розподілу інвестиційних ресурсів, визначенні пріоритетних напрямів інвестування;

ресурсно-забезпечувальна функція — охоплює формування та організацію фінансової, матеріально-технічної й інформаційної бази інвестиційної діяльності, включаючи розвиток інформаційно-аналітичних систем;

інвестиційно-операційна функція — включає безпосереднє залучення інвестицій, використання кредитних, гарантійних та інших фінансових інструментів, а також організацію їх реалізації;

контролююча функція — забезпечує моніторинг реалізації інвестиційних проєктів, оцінювання ефективності використання ресурсів, аналіз досягнутих результатів та коригування управлінських рішень.

Реалізація даних функцій забезпечується за допомогою функціональних підсистем, що забезпечують ефективне функціонування банку. Множину підсистем можна представити як:

$C = \{C1, C2, C3, C4, C5\}$,

де:

C1 – управлінська підсистема банку, що забезпечує стратегічне та оперативне керівництво інвестиційною діяльністю;

C2 – підсистема маркетингу інвестицій, яка здійснює дослідження ринку, формує інвестиційні пропозиції, просуває інвестиційні проєкти та забезпечує взаємодію з інвесторами;

C3 – супровідна підсистема, що реалізує процеси підготовки та супроводу інвестиційних проєктів, включаючи технічний, правовий та організаційний аспекти;

C4 – фінансово-економічна підсистема, яка забезпечує планування, розподіл та контроль використання фінансових ресурсів, управління ризиками та оцінку ефективності інвестицій;

C5 – інформаційна підсистема розвитку інвестиційної діяльності, що акумулює та обробляє дані про ринок, інвесторів, проєкти, державні програми та законодавчі ініціативи.

Сукупне функціонування цих підсистем дозволяє забезпечити ефективне управління всіма процесами банку, підвищити прозорість і передбачуваність інвестиційної діяльності. Формалізоване представлення підсистем ХС слугує методологічною основою для подальшого моделювання ефективності роботи банку залучення інвестицій, оцінки впливу кожної підсистеми на результати діяльності та розробки управлінських рішень.

Таблиця 3.1.

Функції підсистем банку залучення інвестицій

Підсистеми	Функції підсистеми інвестиційної діяльності
С1: управлінська підсистема банку	С1(1) – розробка місії, стратегічних цілей та напрямів діяльності банку залучення інвестицій
	С1(2) – формування кадрової політики, підготовка та підвищення кваліфікації персоналу
	С1(3) – розробка внутрішніх регламентів та стандартів управління інвестиційними проєктами
	С1(4) – формування фінансової політики банку та механізмів управління інвестиційними ресурсами
	С1(5) – розробка політики залучення внутрішніх та зовнішніх інвесторів
	С1(6) – формування політики супроводу інвестиційних проєктів на всіх етапах реалізації
	С1(7) – розробка системи контролю якості інвестиційних послуг та ризик-менеджменту
	С1(8) - аналіз ефективності діяльності банку залучення інвестицій
	С1(9) – розробка коригувальних управлінських рішень щодо підвищення результативності функціонування банку
С2: підсистема маркетингу інвестицій	С2(1) – моніторинг та аналіз кон’юнктури національного і міжнародного інвестиційного ринку
	С2(2) – оцінка інвестиційної привабливості галузей
	С2(3) – оцінка інвестиційної привабливості регіонів та окремих проєктів
	С2(4) – формування та просування інвестиційного іміджу країни та регіонів
	С2(5) – організація комунікації з потенційними інвесторами та міжнародними фінансовими організаціями
	С2(6) – розробка маркетингових програм залучення капіталу та інвестиційних кампаній

Продовження Таблиці 3.1.

С3: супровідна підсистема	С3(1) – формування портфеля інвестиційних проєктів та програм розвитку
	С3(2) – організація експертизи, відбору та оцінки ефективності інвестиційних проєктів
	С3(3) – супровід реалізації інвестиційних проєктів на всіх етапах життєвого циклу
	С3(4) – координація взаємодії з державними органами, регуляторами та місцевими громадами
	С3(5) – контроль виконання інвестиційних зобов'язань та досягнення цільових показників
	С3(6) – управління ризиками інвестиційних проєктів та забезпечення фінансової стійкості
С4: фінансово-економічна підсистема	С4(1) – оцінка фінансово-економічної ефективності діяльності банку залучення інвестицій
	С4(2) – визначення пріоритетних напрямів інвестування на основі економічного аналізу та стратегічних показників
	С4(3) – формування бюджетних, позабюджетних та міжнародних джерел фінансування інвестиційних програм
	С4(4) – управління фінансовими потоками та розподіл інвестиційних ресурсів
	С4(5) – оцінка економічної ефективності інвестиційних проєктів та програм розвитку
	С4(6) – формування механізмів фінансового стимулювання інвестиційної активності
С5: інформаційна підсистема розвитку інвестиційної діяльності,	С5(1) – формування та супровід нормативно-правового забезпечення інвестиційної діяльності
	С5(2) – інформаційний супровід інвесторів та адміністрування електронних сервісів банку

Продовження Таблиці 3.1.

	С5(3) – формування та підтримка інвестиційного іміджу держави та регіонів
	С5(4) – створення та ведення єдиної інформаційної платформи інвестиційних проєктів
	С5(5) – моніторинг, аналітична обробка та прогнозування тенденцій розвитку інвестиційного ринку

Джерело: Сформовано автором

Функціональна сукупність підсистем визначає специфічні напрями діяльності банку. Аналіз та систематизація цих функцій дозволяє окреслити номенклатуру робіт, а також визначити оптимальний кількісний та якісний склад персоналу, необхідного для ефективного здійснення ключових процесів інвестиційної діяльності.

Масштаб банку та характер реалізованих інвестиційних проєктів можуть впливати на склад і конфігурацію функцій, які можуть змінюватися та комбінуватися відповідно до потреб. Під час підготовки конкретного інвестиційного проєкту формується спеціалізований набір функцій, необхідних для його успішної реалізації. Функціональна система банку виступає фундаментом для формування його організаційної та управлінської структури. Структура системи (ХВ) відображає взаємозв’язки між рівнями управління та функціональними підсистемами, що забезпечують реалізацію стратегічних і операційних завдань банку. Основою побудови такої структури є принцип спеціалізації та чіткого розподілу праці, який передбачає закріплення конкретних функцій за відповідними підрозділами, що забезпечує координацію процесів залучення, розподілу та управління інвестиційними ресурсами, структура представлена на Рисунку 3.2.

Запровадження даного підходу дозволяє:

- підвищити ефективність управлінських та операційних процесів банку;
- покращити якість прийняття рішень щодо супроводу інвестиційних проєктів;

- забезпечити прозорість та контроль над використанням фінансових, інформаційних та кадрових ресурсів;

- інтегрувати діяльність усіх функціональних підсистем у єдину скоординовану систему управління інвестиційною діяльністю.

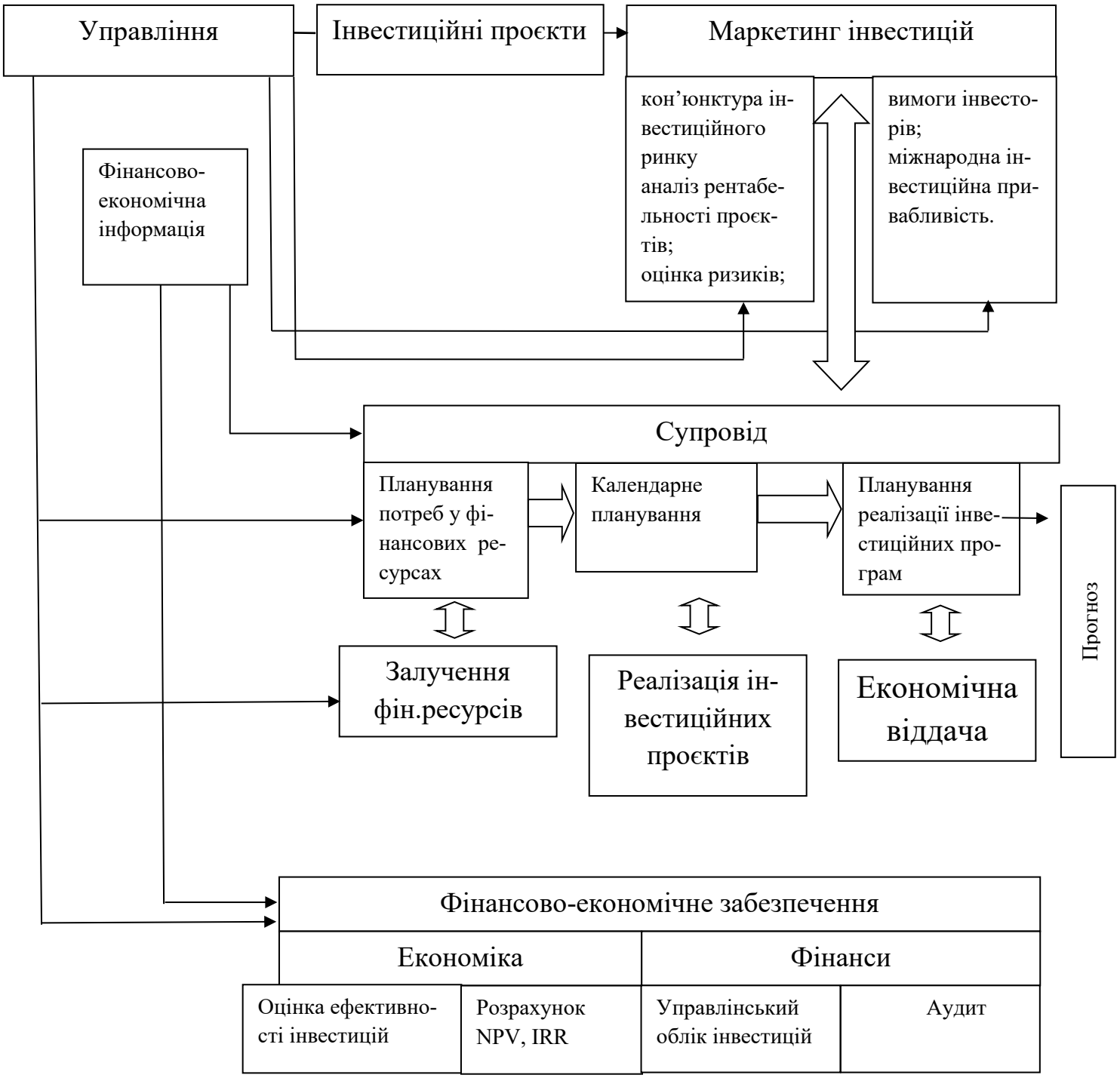

Рис.3.2. Схема взаємодії підсистем банку

Джерело: Сформовано автором

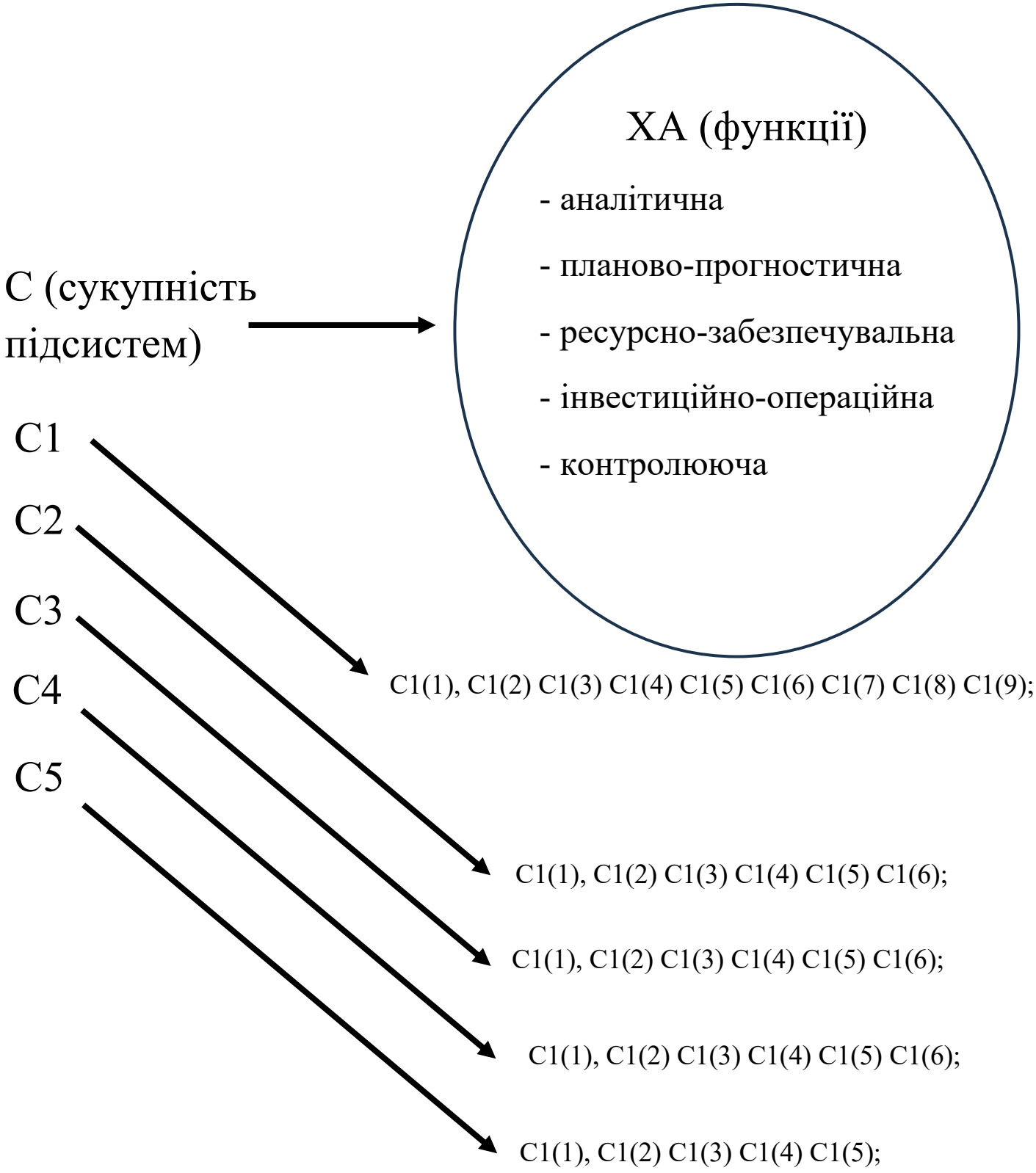

Рис.3.3. Схема забезпечення реалізації функцій банку його підсистемами

Джерело: Сформовано автором

Структура системи (ХВ) демонструє взаємозв'язки між підсистемами, що дозволяє максимально ефективно досягати поставлених організаційних цілей. В основу формування структури покладені принципи спеціалізованого поділу праці, що передбачає необхідність закріплення функцій за конкретними підрозділами (Рис. 3.3.). Для організації діяльності банку залучення інвестицій запропоновано скорочену систему назв підрозділів: ПУ – підрозділ управління, ФЕЗ – підрозділ фінансово-економічного забезпечення, РЗІ – підрозділ ресурсного забезпечення інвестиційної діяльності, СП – інвестиційно-супровідний підрозділ. Окрім традиційних структурних елементів, доцільним є створення групи управління якістю інвестиційної діяльності (ГУЯІД), яка забезпечує контроль за відбором, підготовкою та реалізацією інвестиційних проєктів, тобто виконує наглядову функцію на всіх етапах, а також впровадженням інноваційних фінансових механізмів. Додатково доцільно створення підрозділу галузевого спрямування (ПГС), який здійснює функціональну адаптацію системи банку під специфіку різних секторів економіки. Взаємозв'язки між підрозділами наведено на Рисунку 3.4.

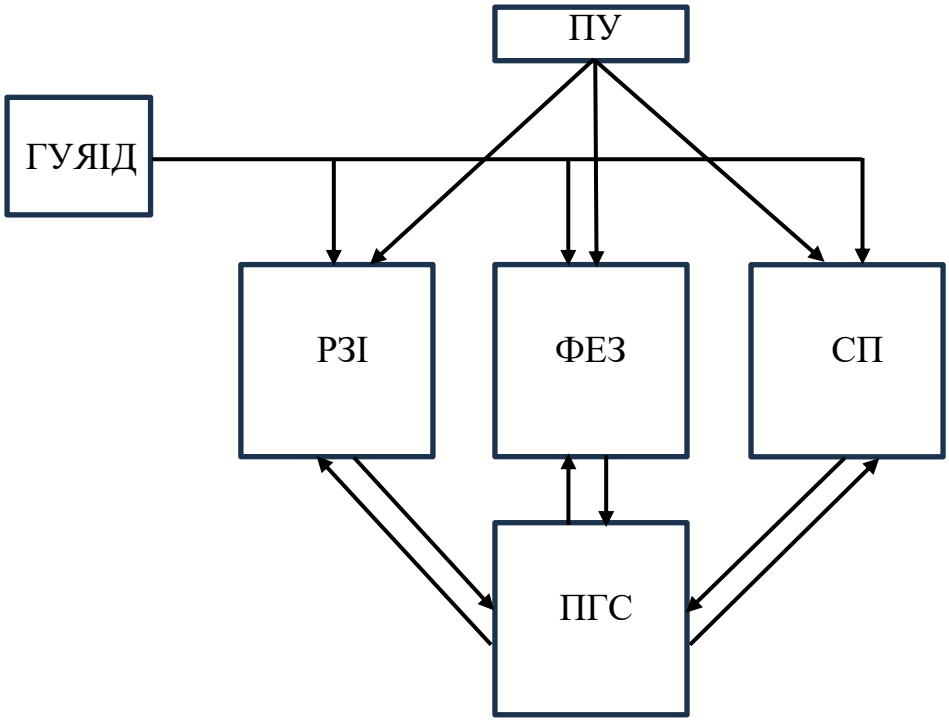

Рис 3.4. Схема взаємозв'язків між підрозділами банку

Джерело: Сформовано автором

Ці взаємозв’язки можуть бути представлені у двох основних формах. По-перше, це відносини відповідальності, які визначають розподіл функцій між структурними підрозділами: ПУ відповідає за стратегічне управління та реалізацію інвестиційної політики, ФЕЗ – за акумулювання та залучення фінансових ресурсів, СП – за практичну реалізацію і супровід проєктів протягом всього їх життєвого циклу, ГУЯІД – за контроль і вдосконалення якості інвестиційних процесів та проєктних рішень. По-друге, функціональні взаємодії між підрозділами забезпечують формування та передачу управлінської, фінансової та аналітичної інформації у вигляді планів інвестиційної діяльності, аналітичних довідок, фінансових звітів, проєктних паспортів та інших документів, що гарантують узгодженість рішень. Система інформаційного обміну інтегрується з організацією документообігу банку залучення інвестицій. Для підвищення ефективності управління доцільним є впровадження регламентованої документованої процедури, яка передбачає перевірку інвестиційних документів на відповідність нормативним вимогам, регулярну актуалізацію залежно від змін ринкової та правової кон’юнктури, збереження документів у належному стані з можливістю оперативної ідентифікації, а також запобігання використанню застарілої інформації через маркування та архівацію. Організація документообігу повинна базуватися на принципах міжнародних стандартів ISO 9000 та принципах інвестиційного та фінансового менеджменту, що забезпечує прозорість процедур і персоналізацію відповідальності. Характеристики підсистем банку (ХС) слід розглядати як сукупність змінних і параметрів, що відображають стан структурних елементів банку та використовуються у процесі реалізації інвестиційних операцій. Характеристику підсистем наведено у Таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Характеристика змінних і параметрів підсистем банку

Підсистема	Змінні	Параметри
С1	- Поточний стан інвестиційних проєктів - KPI виконання стратегічних планів - Рівень залучення інвесторів	- Стратегічні цілі банку - Критерії ефективності інвестицій - Регламент прийняття рішень
С2	- Кількість потенційних інвесторів - Запити на інвестиційні пропозиції - Результати рекламних кампаній	- Мінімальна кількість інвестиційних пропозицій - Цільові ринки та сегменти - Стандарти комунікацій з інвесторами
С3	- Кількість підготовлених проєктів - Ступінь готовності документації - Результати юридичної та технічної перевірки	- Мінімальні вимоги до документів - Тривалість етапів підготовки проєкту - Стандарти якості супроводу
С4	- Використання бюджету та фінансових ресурсів - Поточні фінансові показники - Поточні ризики інвестицій	- Максимально допустимий ризик - Ліміти фінансування проєктів - Плани розподілу коштів
С5	- Обсяг і актуальність зібраних даних - Кількість оновлених законодавчих та ринкових даних - Статистика використання інформації іншими підсистемами	- Джерела даних та періодичність оновлення - Формати та стандарти подання інформації - Політика доступу до інформації

Джерело: Сформовано автором

Ці характеристики формують основу управлінських рішень, визначають ключові показники ефективності операційних процесів і оцінку результатів діяльності. Інформаційні потоки, що надходять до керівництва, включають результати внутрішніх і зовнішніх аудитів, зворотний зв’язок від інвесторів,

показники ефективності процесів, виконання коригувальних і превентивних заходів та пропозиції щодо підвищення результативності інвестиційної діяльності. Взаємодія з зовнішнім середовищем (XD) реалізується через багаторівневий аналіз. На макрорівні оцінюються соціально-економічні, технологічні, екологічні та політичні чинники, що формують умови функціонування ринку, з використанням інструментів PEST-аналізу, приклад наведено на Рисунку 3.5.

PEST-аналіз банку залучення інвестицій

P	E
Стабільність державної влади та законодавства – ризик змін політики може впливати на інвестиції. Регуляторна база щодо інвестицій , закони про інвестиційну діяльність та корпоративне управління. Державна підтримка інвестиційних проєктів – програми фінансування стартапів, зелених енергопроєктів, інфраструктурних ініціатив. Податкове законодавство – пільги для іноземних інвесторів та оподаткування прибутку. Геополітична ситуація та війна– підвищує ризики інвестицій, впливає на рішення інвесторів	Стан економіки – ВВП, інфляція, курс гривні, рівень безробіття. Доступність фінансових ресурсів – ліквідність банків, обсяг кредитних та інвестиційних інструментів. Рівень іноземних інвестицій – важливий для залучення капіталу в інвестиційні проєкти.
S	T
Довіра інвесторів і підприємств до фінансових інститутів – важлива для залучення внутрішніх інвестицій. Рівень фінансової грамотності підприємців – впливає на ефективність інвестиційних програм. Соціальні тренди – попит на екологічні, соціальні та технологічні проєкти (ESG-інвестиції).	Розвиток цифрових банківських послуг – спрощує залучення та управління інвестиціями. Автоматизація аналітики та управління ризиками – підвищує ефективність оцінки проєктів. Кібербезпека та захист даних для збереження інвестицій та довіри клієнтів.

Рис. 3.5. PEST-аналіз банку залучення інвестицій

Джерело: Сформовано автором

На мікрорівні враховуються безпосередні взаємодії з інвесторами, підприємствами, фінансовими установами, органами влади та регіональними структурами підтримки бізнесу. При цьому межі між внутрішнім і зовнішнім середовищем є розмитими, а окремі суб’єкти можуть виступати як незалежні учасники ринку, сприяючи розширенню ресурсної бази та підвищенню інвестиційної привабливості. Аналіз історичного розвитку банку (XE) є важливим для формування

довгострокової стратегії. Вивчення етапів становлення інституції, трансформації її функцій та накопиченого досвіду дозволяє враховувати попередні результати при розробці нових програм. Історія розвитку банку охоплює: ресурсно-економічний напрямок (фінансова база, мобілізація ресурсів), інституційно-соціальний (взаємодія з регіональною владою та бізнес-структурами), технологічно-організаційний (цифровізація процесів, інформаційні платформи) та фінансово-інвестиційний (інвестиційна привабливість, обсяги капіталу, результативність проєктів). Імідж банку є важливим нематеріальним активом, що впливає на довіру інвесторів та конкурентні позиції на ринку. Інвестиційний маркетинг банку орієнтований на формування попиту на інвестиційні продукти та активне просування конкурентоспроможних рішень. Процес стимулювання попиту включає: генерацію інвестиційних ідей, розробку концептуальних моделей продуктів, пілотне тестування, презентацію цільовим групам, остаточне формування пропозиції та оцінку ресурсної готовності для реалізації проєктів. Централізація відбору, супроводу та фінансування проєктів зменшує фрагментацію взаємозв’язків та створює умови для системного контролю діяльності постачальників ресурсів і партнерів, підвищуючи ефективність внутрішнього управління. Запропонована система інвестиційного маркетингового менеджменту інтегрує зовнішній маркетинг, внутрішнє управління процесами та розвиток партнерських відносин. Формування портфеля інвестицій здійснюється у межах єдиної стратегічної концепції, що передбачає дотримання високих стандартів якості та включає фінансові інструменти, інвестиції у виробничу інфраструктуру, технічну модернізацію, логістику та супутні сервіси. Загальна система функціонально представлена як сукупність взаємопов’язаних підсистем, що забезпечують ефективне використання фінансових ресурсів у пріоритетних сегментах. Загальну систему інвестиційного маркетингового менеджменту банку залучення інвестицій доцільно представити у вигляді сукупності взаємопов’язаних підсистем:

$Y = \{Y_1, Y_2, Y_3\}$,

Аналіз	Функціональний модуль a	Функціональний модуль b	Функціональний модуль c
Ризики	Функціональний модуль d	Функціональний модуль e	Функціональний модуль f
Імідж	Функціональний модуль g	Функціональний модуль h	Функціональний модуль i
Дохідність	Функціональний модуль j	Функціональний модуль k	Функціональний модуль l
	Y1	Y2	Y3

Рис.3.6. Матрична модель інвестиційного маркетингового менеджменту банку. Джерело: Сформовано автором

де Y_1 - система зовнішнього інвестиційного маркетингу, спрямована на формування інвестиційного іміджу та залучення капіталу;
Y_2 - система внутрішнього інвестиційного маркетингу, орієнтована на оптимізацію процесів управління інвестиційними проєктами;
Y_3 - система партнерського маркетингу, що забезпечує взаємодію з фінансовими установами, підприємствами та державними структурами.

Інструментарій маркетингового забезпечення інвестиційних продуктів може бути формалізований у вигляді матричних моделей, у яких стовпці відповідають окремим підсистемам маркетингу, а рядки — компонентам інвестиційного продукту. На перетині цих елементів формуються функціональні модулі, які регламентують спеціалізовані види робіт, пов’язані з аналізом ринку капіталу, формуванням іміджу інвестиційних програм, оцінкою очікуваної дохідності та рівня ризику. Деталізація маркетингових процедур створює методичну основу для планування інвестиційної діяльності, підвищення її прозорості та забезпечення стабільної якості реалізації інвестиційних проєктів. Формування єдиної

інституційної структури банку залучення інвестицій передбачає інтеграцію фінансових, виробничих та управлінських елементів в єдину координаційну систему. На цьому етапі виникають проблеми, пов’язані з відмінностями у організаційних структурах, управлінських підходах та корпоративній культурі учасників інвестиційного процесу. Це зумовлює необхідність проведення заходів з організаційної реструктуризації та гармонізації управлінських механізмів. Наприклад, галузь сільського господарства характеризується складною системою взаємозв’язків між виробничими, логістичними, фінансовими та сервісними компонентами. Кожен з них представлений окремими суб’єктами господарювання, які мають власні економічні інтереси. Ефективне функціонування банку залучення інвестицій потребує системного врахування ключових проблем, які мають найбільший вплив на інвестиційну діяльність.

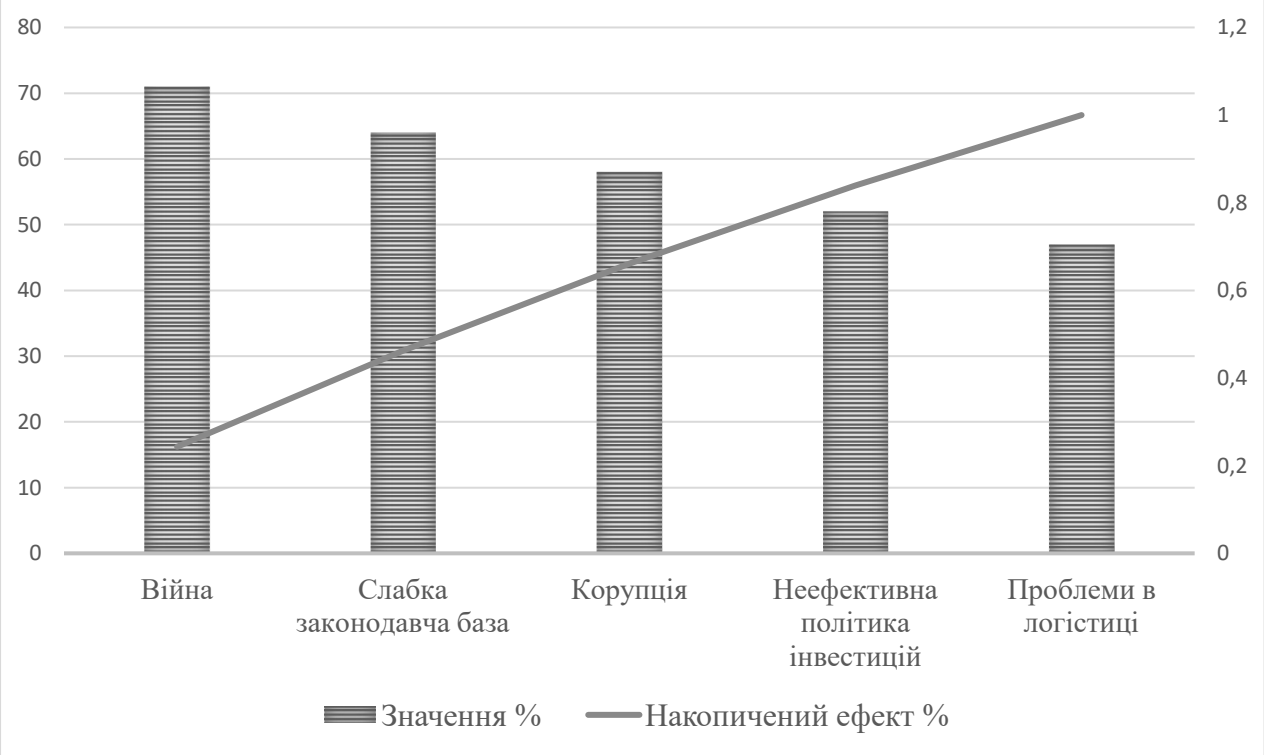

Рис. 3.7. Парето-аналіз проблем, які матимуть вплив на функціонування Банку залучення інвестицій

Джерело. Сформовано автором

З цією метою було застосовано Парето-аналіз, який дозволив ранжувати проблеми за рівнем їх критичності та визначити ті, що формують основний бар'єр для розвитку інвестиційної сфери.

Відповідно до отриманих результатів, найбільший вплив мають такі фактори, як воєнні ризики, недосконалість законодавчої бази, корупція, неефективна державна інвестиційна політика та логістичні обмеження. Найбільш критичним фактором є воєнний ризик, який формує загальну невизначеність та підвищує ризиковість інвестування. Його мінімізація забезпечується насамперед через функції фінансово-економічної підсистеми (С4) та супровідної підсистеми (С3). Зокрема, формування багатоканальної системи фінансування (бюджетні, міжнародні, приватні джерела), впровадження механізмів гарантування та страхування інвестицій, а також управління ризиками інвестиційних проєктів дозволяють знизити вплив зовнішньої нестабільності. Додатково супровід інвестиційних проєктів на всіх етапах їх життєвого циклу та контроль виконання зобов'язань підвищують довіру інвесторів навіть в умовах підвищених ризиків.

Другою за значущістю проблемою є слабка законодавча база та складність регуляторного середовища. Її вирішення забезпечується через інтеграцію функцій інформаційної підсистеми (С5) та супровідної підсистеми (С3). Формування та систематизація нормативно-правового забезпечення, створення єдиної інформаційної платформи інвестиційних проєктів, а також координація взаємодії з державними органами дозволяють спростити регуляторні процедури, підвищити їх прозорість і передбачуваність. Наступною критичною проблемою, відповідно до Парето-аналізу, є корупція, яка суттєво знижує довіру інвесторів. Її подолання забезпечується через функції управлінської підсистеми (С1). Зокрема, розробка внутрішніх регламентів, стандартів управління інвестиційними проєктами, систем контролю якості послуг і ризик-менеджменту формує прозору та підзвітну систему управління. Важливу роль також відіграє аналіз ефективності діяльності та прийняття коригувальних управлінських рішень, що забезпечує постійний контроль і мінімізацію можливостей зловживань. Суттєвий вплив також має неефективна державна інвестиційна політика, що проявляється

у відсутності чітких пріоритетів і системного планування. Дана проблема вирішується через інтеграцію функцій управлінської (С1), маркетингової (С2) та фінансово-економічної (С4) підсистем. Розробка стратегічних цілей і напрямів діяльності поєднується з аналізом інвестиційного ринку, оцінкою привабливості галузей і визначенням пріоритетних напрямів інвестування. Формування портфелів інвестиційних проєктів дозволяє забезпечити узгодженість державної політики та реальних інвестиційних процесів. Менш критичною, але все ж значущою проблемою є логістичні обмеження, які впливають на реалізацію інвестиційних проєктів і їх економічну ефективність. Її вирішення забезпечується через функції супровідної підсистеми (С3) та маркетингової підсистеми (С2). Зокрема, координація взаємодії з регіональними органами влади, формування портфелів проєктів з урахуванням інфраструктурних можливостей, а також аналіз ринкової кон'юнктури дозволяють мінімізувати логістичні ризики та підвищити ефективність реалізації інвестицій.

3.2. Розробка методики підвищення інвестиційної привабливості підприємства при інвестиційному плануванні.

Запропонована методика підвищення інвестиційної привабливості підприємства ґрунтується на вартісно-орієнтованому підході до управління та передбачає трансформацію традиційного інвестиційного планування у систему, спрямовану на забезпечення сталого зростання вартості власного капіталу. У межах даного підходу саме вартість власного капіталу розглядається як ключовий інтегральний індикатор інвестиційної привабливості підприємства, що відображає сукупний вплив фінансово-господарських результатів, ефективності використання ресурсів, ризиковості діяльності та очікувань інвесторів. Концептуальною основою методики є положення про те, що інвестиційна привабливість формується не стільки поточними фінансовими показниками, скільки здатністю підприємства генерувати майбутні грошові потоки та забезпечувати їх зростання у довгостроковому періоді. У цьому контексті вартість власного капіталу виступає результатом дисконтованої оцінки таких потоків і, відповідно,

узагальнює ефективність інвестиційної діяльності підприємства. Логіка побудови методики базується на встановленні системного зв'язку між інвестиційними рішеннями, показниками ефективності діяльності та вартісними характеристиками підприємства. Зокрема, інвестиційні заходи розглядаються як інструмент впливу на ключові фактори формування вільного грошового потоку, серед яких визначальне місце посідає рентабельність власного капіталу (ROE) та обсяг задіяного капіталу. Зростання ROE свідчить про підвищення ефективності використання ресурсів, що безпосередньо трансформується у збільшення обсягу грошових потоків, а отже — у приріст вартості підприємства. Таким чином, у межах запропонованого підходу управління інвестиційною привабливістю фактично зводиться до управління драйверами формування вільного грошового потоку та досягнення такого рівня дохідності інвестицій, який перевищує вартість залученого капіталу. Це забезпечує створення доданої вартості для власників та формує передумови для зростання інтересу з боку потенційних інвесторів. На відміну від традиційних підходів, орієнтованих на аналіз окремих фінансових коефіцієнтів, запропонована методика дозволяє інтегрувати різнорідні аспекти діяльності підприємства у єдину систему оцінювання, що враховує часову вартість грошей, структуру капіталу та рівень ризику. Це підвищує обґрунтованість управлінських рішень та забезпечує їх узгодженість із стратегічними цілями розвитку. Практична реалізація методики передбачає стандартизацію інформаційного забезпечення, формалізацію процедур інвестиційного планування та використання аналітичних інструментів, що дозволяють оцінити вплив управлінських рішень на динаміку грошових потоків і вартості підприємства. Це створює можливості для моделювання альтернативних сценаріїв розвитку та вибору оптимальних напрямів інвестування. Апробація методики здійснена на прикладі ТОВ «БІЗНЕС АГРО ПОДІЛЛЯ», діяльність якого характеризується значною потребою у залученні інвестиційних ресурсів для модернізації виробництва, оновлення матеріально-технічної бази та підвищення ефективності господарювання. Використання запропонованого підходу дозволило обґрунтувати напрями інвестиційного розвитку підприємства з урахуванням їх

впливу на формування грошових потоків та зростання вартості власного капіталу. У системі інвестиційного планування вартість власного капіталу виконує комплексну роль, виступаючи одночасно стратегічною ціллю розвитку, інтегральним показником ефективності інвестиційної діяльності, критерієм оцінювання якості управлінських рішень та інструментом комунікації з інвесторами. Саме орієнтація на її зростання забезпечує узгодження інтересів підприємства та зовнішніх стейкхолдерів. Фундаментальні принципи методики передбачають використання концепції дисконтованих грошових потоків як основи оцінювання інвестиційної привабливості, орієнтацію інвестиційної діяльності на досягнення дохідності, що перевищує вартість капіталу, а також необхідність виявлення та реалізації стратегічних можливостей розвитку підприємства. У такому підході інвестиційна привабливість виступає не статичною характеристикою, а результатом цілеспрямованого управління економічними параметрами діяльності підприємства.

Рис. 3.8. Методика підвищення інвестиційної привабливості підприємства на основі вартісно-орієнтованого інвестиційного планування

Джерело: Сформовано автором

У межах розробленої методики оцінювання інвестиційної привабливості підприємства ключове значення має систематичне визначення вартості власного капіталу та її динаміки. З цією метою у процесі інвестиційного планування на регулярній (річній) основі здійснюється розрахунок базових вартісних показників, а також ідентифікація відповідних стратегічних розривів. Такий підхід дозволяє не лише зафіксувати поточний рівень інвестиційної привабливості, але й кількісно оцінити потенціал її зростання внаслідок реалізації інвестиційних рішень. Вихідною точкою аналізу виступає екстрапольована поточна вартість власного капіталу, яка відображає інерційний сценарій розвитку підприємства. Її економічний зміст полягає у визначенні дисконтованої величини майбутніх доходів власників за умови збереження наявних параметрів діяльності без реалізації нових інвестиційних ініціатив. У рамках даного підходу передбачається, що показник рентабельності власного капіталу (ROE) залишається незмінним упродовж прогнозного періоду, а фінансово-економічна модель підприємства функціонує без структурних трансформацій. Ключовим припущенням при визначенні екстрапольованої вартості є відсутність чистих інвестиційних змін у майбутньому. Це означає, що капітальні вкладення обмежуються рівнем, необхідним для підтримання наявного виробничого потенціалу, тобто компенсують знос основних засобів і відповідають обсягам амортизаційних відрахувань. Одночасно приймається гіпотеза про сталість негрошового оборотного капіталу, що дозволяє абстрагуватися від впливу змін у структурі активів і зосередитися виключно на ефективності використання вже сформованого капіталу. Таким чином, екстрапольована вартість власного капіталу виконує функцію базового орієнтира, який характеризує мінімально можливий рівень вартості підприємства за відсутності активної інвестиційної політики. Фактично, цей показник відображає той рівень інвестиційної привабливості, який забезпечується поточною ефективністю діяльності підприємства та інерційною динамікою його розвитку. Наступним етапом методики є визначення стратегічної вартості власного капіталу, яка формується на основі прогнозування майбутніх грошових потоків

з урахуванням реалізації інвестиційної стратегії. На відміну від інерційного сценарію, у даному випадку передбачається цілеспрямована зміна ключових параметрів діяльності підприємства, зокрема обсягів інвестування, структури активів, рівня дохідності капіталу та ефективності використання ресурсів. Це досягається шляхом побудови альтернативних сценаріїв розвитку, які відображають можливі варіанти реалізації інвестиційних рішень. У межах такого підходу інвестиції розглядаються як інструмент впливу на драйвери формування вільного грошового потоку, зокрема через зміну рентабельності власного капіталу (ROE) та масштабів діяльності підприємства. Відповідно, стратегічна вартість відображає потенційний рівень вартості, який може бути досягнутий за умови ефективної реалізації інвестиційної стратегії. Порівняння екстрапольованої та стратегічної вартості власного капіталу дозволяє визначити величину приросту вартості, що є результатом інвестиційної діяльності підприємства. Ця різниця інтерпретується як стратегічний розрив, який характеризує нереалізований потенціал зростання інвестиційної привабливості. У межах запропонованої методики стратегічний розрив виступає кількісним виміром ефективності інвестиційного планування та відображає ступінь впливу управлінських рішень на формування вартості підприємства. Додатково передбачається аналіз змін як екстрапольованої, так і стратегічної вартості у динаміці, що дозволяє оцінити результати реалізації інвестиційних заходів у звітному періоді та виявити тенденції зміни інвестиційної привабливості підприємства. Отримані результати використовуються як аналітична основа для коригування інвестиційної стратегії, управління ризиками та підвищення якості управлінських рішень у наступних періодах. Методичний інструментарій оцінювання вартості власного капіталу базується на концепції дисконтованих грошових потоків (DCF), яка дозволяє інтегрувати часову вартість грошей, очікувану дохідність та рівень інвестиційного ризику в єдину модель оцінювання. Використання цього підходу забезпечує узгодженість між інвестиційними рішеннями, параметрами грошових потоків та кінцевим результатом у вигляді зростання вартості підприємства.

Модель дисконтованих грошових потоків (DCF)

Екстрапольована та стратегічна вартість власного капіталу визначаються шляхом дисконтування прогнозних грошових потоків, що припадають на власників підприємства:

$$SV = \sum_{t=1}^{T} \frac{CF_{e,t}}{(1 + r_e)^t} + \frac{TV}{(1 + r_e)^t}$$

де:

SV— вартість власного капіталу підприємства;

$CF_{e,t}$— грошовий потік, доступний власникам у періоді t;

r_e— ставка дисконтування для власного капіталу;

T— тривалість прогнозного періоду;

TV— термінальна вартість власного капіталу.

Рівень дохідності власного капіталу визначається за показником рентабельності власного капіталу:

$$\text{ROE} = \frac{NP}{E}$$

де:

NP— чистий прибуток підприємства;

E— середня величина власного капіталу за період.

У запропонованій методиці показник ROE використовується як базовий параметр екстраполяції майбутньої дохідності власного капіталу, а також як ключовий індикатор ефективності реалізації інвестиційної стратегії. Зростання значення ROE у результаті реалізації інвестиційних проєктів свідчить про підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

Для оцінювання дохідності інвестицій та визначення ставки дисконтування використовується показник середньозваженої вартості капіталу:

$$WACC = \frac{E}{D + E} \cdot r_e + \frac{D}{D + E} \cdot r_d \cdot (1 - T)$$

де:

E— ринкова вартість власного капіталу;

D— ринкова вартість позикового капіталу;

r_e— вартість власного капіталу;

r_d— вартість позикового капіталу;

T— ставка податку на прибуток.

У межах інвестиційного планування середньозважена вартість капіталу (WACC) використовується як базовий орієнтир дохідності, який визначає мінімально допустимий рівень ефективності інвестиційних проєктів. Іншими словами, саме цей показник відображає альтернативну вартість залучення фінансових ресурсів і виступає граничною величиною, перевищення якої є необхідною умовою створення доданої вартості. Відповідно, реалізація інвестиційних рішень, дохідність яких перевищує WACC, забезпечує приріст вартості власного капіталу підприємства та формує передумови для підвищення його інвестиційної привабливості. У запропонованій методиці показники дисконтованих грошових потоків (DCF), рентабельності власного капіталу (ROE) та середньозваженої вартості капіталу (WACC) інтегруються в єдину аналітичну систему, що дозволяє комплексно оцінювати ефективність інвестиційної діяльності. При цьому визначальним є співвідношення між ROE та WACC: перевищення рівня дохідності власного капіталу над вартістю його залучення (ROE > WACC) свідчить про формування економічної доданої вартості, що безпосередньо відображається у зростанні дисконтованої величини майбутніх грошових потоків. Таким чином, оцінювання вартості власного капіталу на основі зазначених показників створює підґрунтя для інтеграції результатів інвестиційного планування у систему управління інвестиційною привабливістю підприємства. З позицій практичної реалізації методики доцільно виокремити послідовність взаємопов’язаних процедур, спрямованих на оцінювання та цілеспрямоване управління вартістю власного капіталу. Сукупність таких процедур формує цілісний алгоритм інвестиційного планування, орієнтований на досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства. Перший етап передбачає формування

інформаційної бази для здійснення вартісного оцінювання. У його межах визначаються вимоги до інформаційного забезпечення, здійснюється відбір та систематизація внутрішніх і зовнішніх джерел даних, а також проводиться їх критичний аналіз з точки зору повноти та релевантності. Особливе значення має коригування фінансової звітності шляхом виключення одноразових або нетипових факторів, що можуть спотворювати результати оцінювання. Це забезпечує формування достовірної аналітичної основи для подальших розрахунків вартості капіталу.

Другий етап пов’язаний із комплексною діагностикою поточного та ретроспективного стану підприємства. Він охоплює аналіз фінансових показників, ідентифікацію ключових драйверів вартості власного капіталу та оцінювання їх динаміки. Паралельно здійснюється моніторинг досягнення нефінансових цілей, аналіз реалізації інвестиційних програм і перевірка чинної стратегії розвитку на відповідність умовам зовнішнього середовища. У межах цього етапу також визначаються базові вартісні орієнтири, зокрема екстрапольована поточна та індикативна ринкова вартість власного капіталу, а також розраховуються стратегічні розриви різних рівнів. Результатом є аналітичний звіт, який містить обґрунтування можливих управлінських впливів на фактори інвестиційної привабливості. Третій етап передбачає формування стратегічних орієнтирів розвитку підприємства на основі прогнозування його фінансово-економічного стану. У межах цього процесу розробляються альтернативні сценарії інвестиційного розвитку з урахуванням можливих змін зовнішнього середовища. Для кожного сценарію здійснюється оцінювання стратегічної вартості власного капіталу, включаючи аналіз отриманих результатів і визначення відповідних стратегічних розривів. Порівняльна оцінка альтернатив дозволяє обрати той варіант розвитку, який забезпечує максимізацію вартості власного капіталу. Додатково здійснюється фіксація причин відхилення альтернативних варіантів, що підвищує обґрунтованість прийнятих рішень. Підсумком цього етапу є розроблення стратегічного бізнес-плану, який узгоджує параметри інвестиційної діяльності з цілями зростання вартості підприємства. Четвертий етап полягає у

безпосередній реалізації інвестиційного плану. На цьому етапі відбувається деталізація інвестиційних проєктів, визначення джерел фінансування, обсягів та строків залучення ресурсів, а також розроблення календарних графіків реалізації інвестиційних заходів. Особлива увага приділяється забезпеченню узгодженості параметрів інвестиційного плану з цільовими показниками зростання вартості власного капіталу. Завершальний етап передбачає здійснення контролю та моніторингу результатів інвестиційної діяльності. У його межах оцінюється фактична динаміка вартості власного капіталу, рівень досягнення цільових показників та аналізуються відхилення від запланованих результатів. Отримана інформація використовується для коригування інвестиційних рішень, оновлення фінансових прогнозів та уточнення стратегічних орієнтирів розвитку підприємства. Такий підхід забезпечує адаптивність інвестиційного планування та підвищує його ефективність у довгостроковій перспективі. Загалом, застосування концепції дисконтованих грошових потоків у поєднанні з аналізом співвідношення ROE та WACC дозволяє сформувати цілісну систему управління інвестиційною привабливістю, в основі якої лежить цілеспрямований вплив на фактори формування вартості власного капіталу. Розроблена методика підвищення інвестиційної привабливості підприємства, що базується на принципах вартісно-орієнтованого інвестиційного планування, передбачає поетапне визначення різних типів вартості власного капіталу та відповідних стратегічних розривів. Вона формує цілісну систему виявлення, оцінювання та цілеспрямованого управління драйверами вартості підприємства, а також узгоджується із загальною логікою інвестиційного планування, орієнтованого на довгострокове зростання вартості бізнесу. Особливістю запропонованого підходу є інтеграція результатів ретроспективного фінансового аналізу, стратегічного аналізу та процесу вибору інвестиційних альтернатив у єдину систему управління інвестиційною привабливістю. Якщо в класичних наукових дослідженнях зазначені інструменти, як правило, розглядаються ізольовано, то в межах цієї методики вони об’єднуються через спільну вартісну логіку, де ключовим критерієм ефективності виступає вплив управлінських рішень на зростання вартості власного

капіталу. Важливим елементом практичної реалізації методики є формування фінансової складової інвестиційного плану.

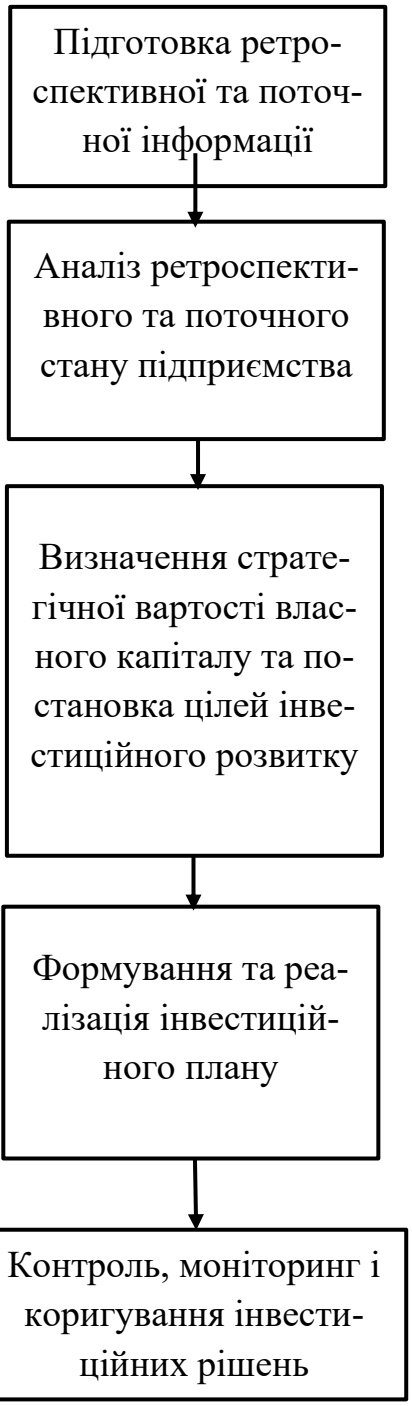

Рис. 3.9. Етапи оцінювання та управління вартістю капіталу підприємства

Джерело: Сформовано автором

Окрім традиційних форм фінансової звітності — прогнозного балансу, плану доходів і витрат та звіту про рух грошових коштів, складеного за прямим методом, — доцільним є також використання звіту про рух грошових коштів за непрямим методом. Така розширена система фінансових документів забезпечує більш повне відображення фінансових наслідків інвестиційних рішень і

створює аналітичну основу для оцінювання їх впливу на формування грошових потоків та, відповідно, вартості підприємства.

Фінансові документи формуються як для ретроспективного періоду, що передує плануванню, так і для прогнозного горизонту, який визначається тривалістю інвестиційного циклу. Це дозволяє забезпечити логічну спадкоємність даних, здійснити комплексну оцінку фінансового стану підприємства на різних етапах розвитку, а також сформувати основу для вартісного оцінювання.

Застосування такого підходу забезпечує можливість:

- узгодження історичних і прогнозних показників у межах єдиної аналітичної бази;
- проведення комплексного аналізу ретроспективного, поточного та перспективного стану підприємства;
- визначення екстрапольованої та стратегічної вартості власного капіталу, а також відповідних стратегічних розривів;
- ідентифікації відхилень між фактичними та плановими значеннями ключових показників, що формують інвестиційну привабливість;
- відстеження динаміки змін основних фінансово-економічних параметрів діяльності. Фінансова інформація додатково деталізується у межах річного фінансового плану з помісячною розбивкою першого року прогнозного періоду. Це створює передумови для поєднання стратегічного та оперативного рівнів управління, а також забезпечує ефективну реалізацію функцій контролінгу в процесі інвестиційного планування. На початковому етапі оцінювання вартості підприємства здійснюється формування інформаційної бази, яка включає збір, систематизацію та первинний аналіз необхідних даних. Наступним кроком є діагностика поточного стану підприємства, що передбачає оцінювання його фінансово-економічних характеристик.

При цьому для підприємств, які перебувають на ранніх стадіях розвитку або реалізують масштабні інвестиційні проєкти, ретроспективний аналіз має обмежене значення. У таких випадках він використовується переважно для формування базових припущень щодо структури витрат, джерел фінансування та

особливостей операційної діяльності. Водночас ключову роль відіграють результати стратегічного та ринкового аналізу, які слугують основою для прогнозування майбутніх грошових потоків і визначення потенціалу зростання вартості підприємства. Розрахунок екстрапольованої поточної вартості власного капіталу здійснюється на основі моделі стабільного розвитку, яка передбачає збереження існуючих або середньогалузевих параметрів ефективності. У методичному аспекті така оцінка відповідає вартості післяпрогнозного періоду та використовується як відправна точка для визначення стратегічної вартості. Вибір параметрів моделі залежить від стадії розвитку підприємства: для зрілих суб'єктів господарювання доцільним є використання фактично досягнутих показників ефективності, тоді як для новостворених підприємств більш обґрунтованим є застосування середньогалузевих орієнтирів. У межах запропонованої методики екстрапольована поточна вартість власного капіталу трактується як базовий рівень вартості, що відповідає інерційному сценарію розвитку підприємства за відсутності нових інвестиційних рішень. Саме цей показник виступає відправною точкою для подальшого оцінювання ефекту інвестиційної діяльності та визначення потенціалу зростання інвестиційної привабливості.

Для її кількісного визначення використовується модель стабільного розвитку, яка формалізує зв'язок між параметрами діяльності підприємства та величиною його вартості.

$$ExtV = \frac{FCF}{d-g} - VD,$$

де

FCF(Free Cash Flow) — річний вільний грошовий потік у післяпрогнозному періоді;

d— ставка дисконтування, розрахована на початок 2025 року;

g— коефіцієнт довгострокового зростання;

VD(Value of Debt) — вартість боргових зобов'язань підприємства на початок 2025 року. У межах реалізації запропонованої методики при розрахунку вартісних показників приймається ключове припущення про те, що екстрапольована

вартість власного капіталу адекватно відображає потенціал підприємства лише за умови досягнення ним стадії відносної стабільності функціонування. Для підприємств, які перебувають на етапі інтенсивного розвитку або структурної трансформації, фактичні фінансово-економічні показники не можуть бути безпосередньо використані як база для визначення параметрів післяпрогнозного періоду. У таких випадках доцільним є застосування середньогалузевих орієнтирів, що дозволяє уникнути викривлень, пов'язаних із нестабільністю операційної діяльності. З огляду на обмеженість офіційної статистичної інформації щодо рівня рентабельності власного капіталу підприємств аграрного сектору України у 2024 році, для цілей моделювання було використано середньогалузевий показник на рівні 22%. Обране значення відповідає загальним тенденціям розвитку галузі, що проявляються у зростанні показників операційної ефективності, зокрема EBITDA, та знаходиться в межах характерного інтервалу рентабельності власного капіталу (15–30%). За умови, що балансова вартість власного капіталу підприємства станом на кінець 2024 року становить 340 002 млн грн, середньорічний прибуток у межах стабільного сценарію розвитку визначається на рівні 74 802 млн грн. Це значення використовується як база для подальшого формування грошових потоків у післяпрогнозному періоді. При визначенні вільного грошового потоку (FCF) у межах екстрапольованого сценарію додатково приймається низка припущень, спрямованих на ізоляцію ефекту інвестиційної діяльності. Зокрема, передбачається, що обсяг капітальних витрат дорівнює сумі амортизаційних відрахувань, що забезпечує просте відтворення основних засобів без розширення виробничого потенціалу. Крім того, величина негрошового оборотного капіталу вважається сталою, що дозволяє виключити вплив змін у структурі оборотних активів на формування грошових потоків. За таких умов річний вільний грошовий потік у післяпрогнозному періоді становить 80 556 млн грн, що відображає потенціал підприємства генерувати грошові надходження за відсутності активної інвестиційної політики. Ставка дисконтування для оцінювання екстрапольованої вартості визначається на рівні середньозваженої вартості капіталу і становить 19,34%. Використання WACC як

дисконтної ставки дозволяє врахувати альтернативну вартість залучених ресурсів та ризиковість діяльності підприємства. Коефіцієнт довгострокового зростання в межах інерційного сценарію приймається рівним нулю, що відповідає припущенням про відсутність чистого інвестиційного приросту, незмінність рівня рентабельності власного капіталу та стабільність структури оборотного капіталу. Таким чином, модель відображає ситуацію “нульового розвитку”, за якої підприємство функціонує в режимі підтримання досягнутого рівня діяльності. З урахуванням того, що на початок 2025 року підприємство не має боргових зобов’язань, величина вартості позикового капіталу дорівнює нулю. За таких умов екстрапольована поточна вартість власного капіталу становить 416525 млн грн і відображає мінімальний рівень вартості підприємства, який може бути досягнутий без реалізації нових інвестиційних проєктів. Оскільки підприємство не має повноцінної історії функціонування у попередні періоди, стратегічний розрив першого порядку на даному етапі не визначається, а індикативна ринкова вартість не розраховується. Це обумовлює необхідність подальшого переходу до стратегічного моделювання розвитку підприємства. Для цілей побудови стратегічної вартості власного капіталу ставка дисконтування визначається за методом кумулятивних побудов, який дозволяє врахувати як систематичні, так і специфічні ризики інвестування. У межах цього підходу ставка формується як сума реальної безризикової дохідності та премій за ризики, зокрема галузевий ризик, ризик масштабу підприємства, країновий ризик, а також специфічні ризики, пов’язані з реалізацією інвестиційної стратегії та досягненням проєктної потужності. Оскільки прогнозування грошових потоків здійснюється у реальних цінах, у розрахунках використовується реальна безризикова ставка, орієнтиром для якої виступає дохідність довгострокових державних облігацій із терміном обігу, співставним із горизонтом прогнозування. На наступному етапі формується стратегічний прогноз розвитку підприємства відповідно до інвестиційних цілей власників. Він слугує основою для побудови п’ятирічної фінансової моделі, в межах якої визначається стратегічна вартість власного капіталу. Прогноз передбачає реалізацію комплексу заходів,

спрямованих на зростання обсягів діяльності, підвищення ефективності використання ресурсів, а також посилення конкурентних позицій підприємства. У результаті прогнозування формуються грошові потоки, які відображають очікувані зміни ключових параметрів діяльності підприємства, зокрема рентабельності власного капіталу, масштабів операцій та ефективності інвестицій. Саме на їх основі здійснюється визначення стратегічної вартості власного капіталу за відповідною моделлю дисконтованих грошових потоків.

$$StrV \sum_{i=2025}^{2029} \frac{FCF_i}{(1+d)^i} + \frac{FCF_{2030}}{d-g} * \frac{1}{(1+d)^5} - VD,$$

де

FCF_i— вільний грошовий потік у відповідному році;

d— ставка дисконтування (WACC);

g— коефіцієнт довгострокового зростання;

VD— вартість боргових зобов'язань.

У межах запропонованої методики цільові параметри зростання вільного грошового потоку можуть плануватися на рівні управлінських рішень підприємства. Водночас такі параметри не підлягають обґрунтуванню шляхом декомпозиції на систему факторів, що формують грошові потоки. Зокрема, приріст FCF розглядається як результат змін у рентабельності власного капіталу та обсягах інвестованого капіталу, що, у свою чергу, визначаються показниками виручки, витрат, ефективності використання ресурсів та інвестиційної активності підприємства. Такий підхід дозволяє сформувати дерево цілей, яке пов'язує стратегічні орієнтири розвитку підприємства з конкретними управлінськими заходами та їх кількісним впливом на вартість власного капіталу. Приклад дерева цілей наведено на Рисунку 3.10. Цифрам на рисунку відповідають наступні визначення:

1 – модернізація техніки;

2 – запровадження нових технологій;

– розширення ринків збуту;

– укладання прямих контрактів;

– підвищення якості продукції;

– надання переваги більш маржинальним культурам;

– диверсифікація продукції;

– оптимізація використання ресурсів (паливо/добрива);

– автоматизація виробництва;

– зменшення витрат в процесі виробництва;

– оптимізація чисельності персоналу;

– цифровізація процесів;

– оптимізація транспортування;

– скорочення посередників;

– зменшення надлишкових запасів;

– оптимізація складських запасів;

– скорочення строків оплати;

– контроль платіжної дисципліни;

– збільшення строків оплати для постачальників;

– переговори щодо вигідніших умов постачання;

– проєкти з ROE > WACC;

– відмова від низькодохідних вкладень;

– продаж неефективних активів;

– зменшення замороженого капіталу;

– спрямування прибутку у найбільш дохідні напрями для реінвестування;

– оптимізація дивідендної політики;

– впровадження KPI для працівників;

– оптимізація бізнес-процесів;

– збільшення навантаження для виробничих потужностей;

– мінімізація простоїв;

– цифровізація;

– автоматизація управління.

Результати моделювання визначають конкретні орієнтири для управлінської діяльності у короткостроковому періоді. Зокрема, у межах першого року реалізації інвестиційної стратегії перед менеджментом підприємства постає завдання подолання стратегічного розриву першого порядку, який у межах методики інтерпретується як величина поглинутої вартості. Його усунення розглядається як пріоритетна ціль інвестиційного планування на відповідний період та формалізується у вигляді конкретного кількісного орієнтира для системи управління підприємством.

Таким чином, стратегічний розрив трансформується з аналітичного показника у практичний інструмент управління, що дозволяє безпосередньо пов’язати результати вартісного оцінювання з постановкою цілей та прийняттям управлінських рішень.

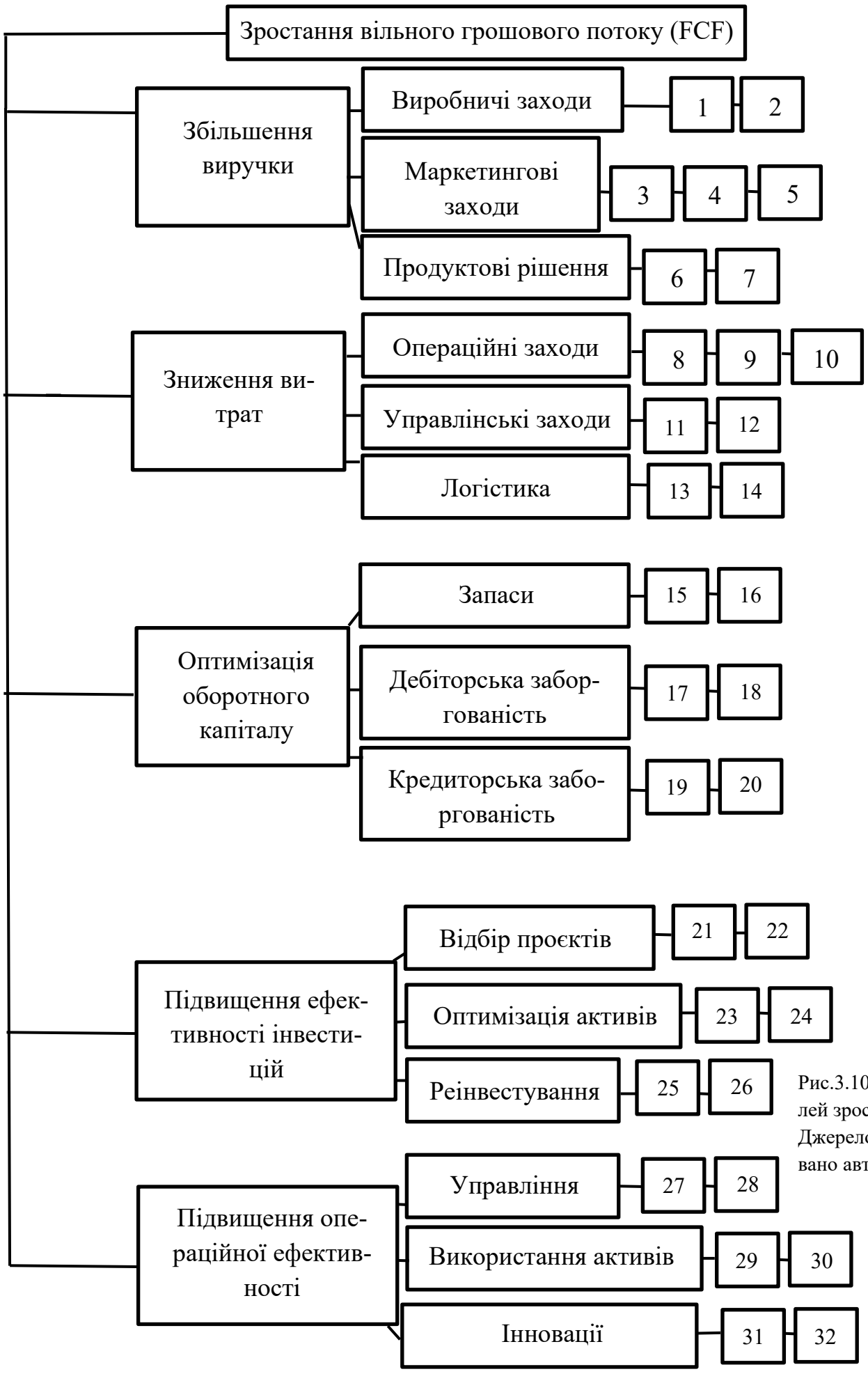

Рис.3.10. Дерево цілей зростання FCF. Джерело: Сформовано автором

Фактично досягнення нульового значення стратегічного розриву першого порядку означає приведення вартості власного капіталу підприємства до цільового рівня, визначеного у процесі інвестиційного планування. Це обумовлено тим, що за підсумками звітного періоду екстрапольована вартість формується з урахуванням середньогалузевого рівня рентабельності власного капіталу, що виступає орієнтиром ефективності функціонування підприємства. Відтак, стратегічний розрив першого порядку набуває характеру ключового індикатора короткострокових результатів інвестиційної діяльності та відображає ступінь досягнення запланованих параметрів зростання вартості. У цьому контексті зазначений розрив виконує подвійну функцію: з одного боку, він виступає цільовим орієнтиром інвестиційного планування на короткостроковому горизонті, а з іншого — слугує кількісним критерієм оцінювання ефективності управлінських рішень, прийнятих у процесі реалізації інвестиційної стратегії. Таким чином, вартісні показники трансформуються з інструменту аналітичного оцінювання у практичний механізм постановки та контролю цілей розвитку підприємства. З метою практичної реалізації визначених інвестиційних орієнтирів менеджмент підприємства здійснює декомпозицію інтегрального показника вартості власного капіталу на систему підпорядкованих індикаторів, безпосередньо пов’язаних із операційною, інвестиційною та фінансовою діяльністю. Такий підхід дозволяє перейти від узагальненої цілі зростання вартості до конкретних, кількісно визначених і контрольованих завдань, закріплених за окремими структурними підрозділами та відповідальними особами. Інструментально декомпозиція інвестиційних цілей може здійснюватися з використанням різних підходів, серед яких особливе місце займає система збалансованих показників (Balanced Scorecard, BSC). Застосування цього інструменту є методологічно обґрунтованим, оскільки він забезпечує інтеграцію інвестиційних цілей із місією та стратегічними пріоритетами розвитку підприємства, а також дозволяє трансформувати їх у взаємопов’язану систему фінансових і нефінансових показників.

У межах запропонованої методики використання BSC забезпечує структуризацію інвестиційних цілей за чотирма ключовими напрямами: фінансовим, клієнтським, внутрішніх бізнес-процесів, а також навчання і розвитку персоналу. Така багатовимірна декомпозиція сприяє підвищенню прозорості процесу інвестиційного планування, посиленню керованості процесу створення вартості та встановленню чітких причинно-наслідкових зв'язків між управлінськими впливами, змінами у фінансових результатах та динамікою вартості власного капіталу підприємства. У результаті формується цілісна система управління, у якій стратегічні цілі, операційні показники та інвестиційні рішення інтегруються в єдину логіку створення вартості, що підвищує обґрунтованість і результативність управлінських дій.

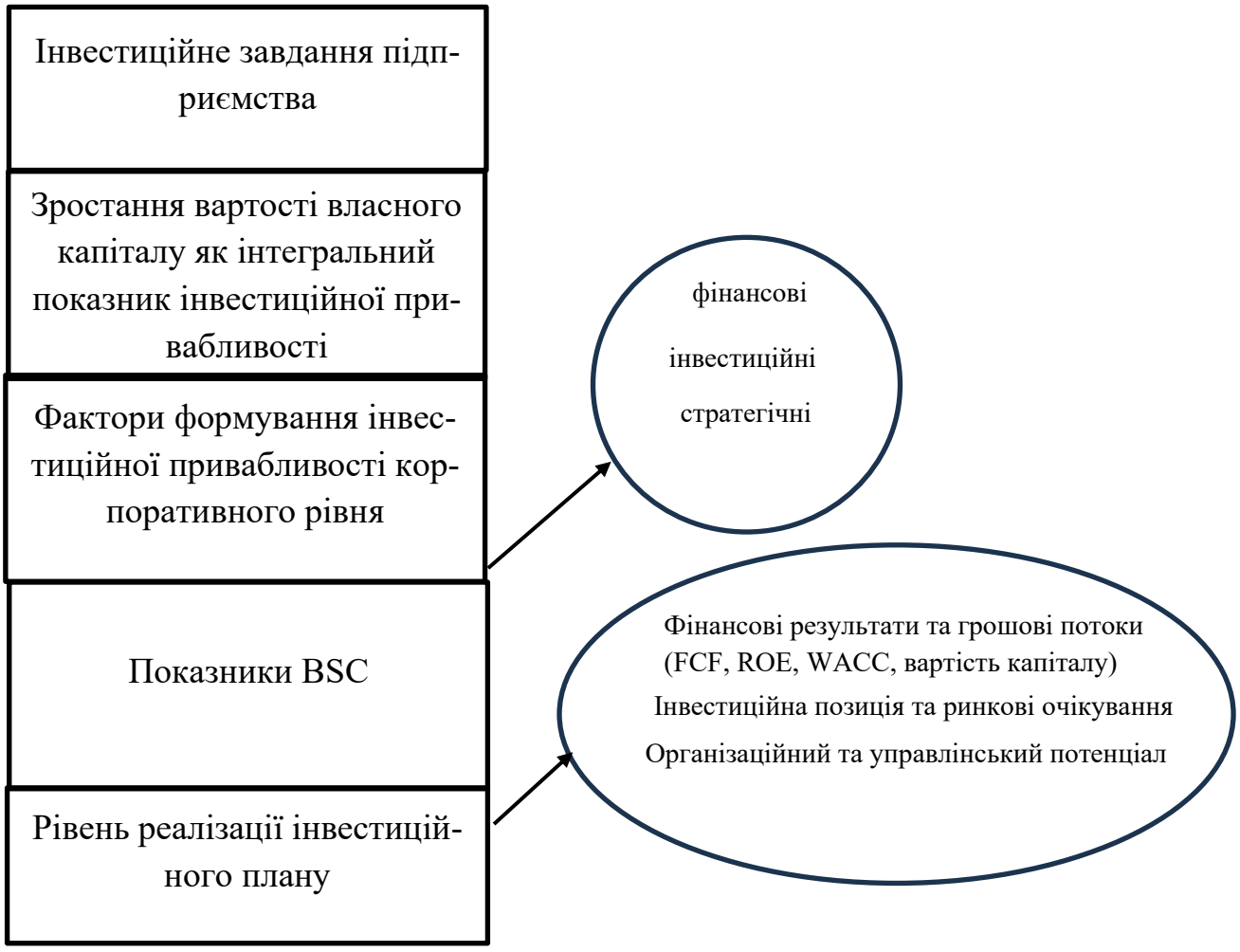

Рис. 3.11. Система декомпозиції інвестиційних цілей підприємства з орієнтацією на зростання вартості власного капіталу.

Джерело: Сформовано автором

У межах побудови карти СЗП виділяються збалансовані показники чотирьох рівнів: «Фінанси», «Ринки та інвестори», «Інвестиційні процеси», «Персонал». (рис. 3.12).

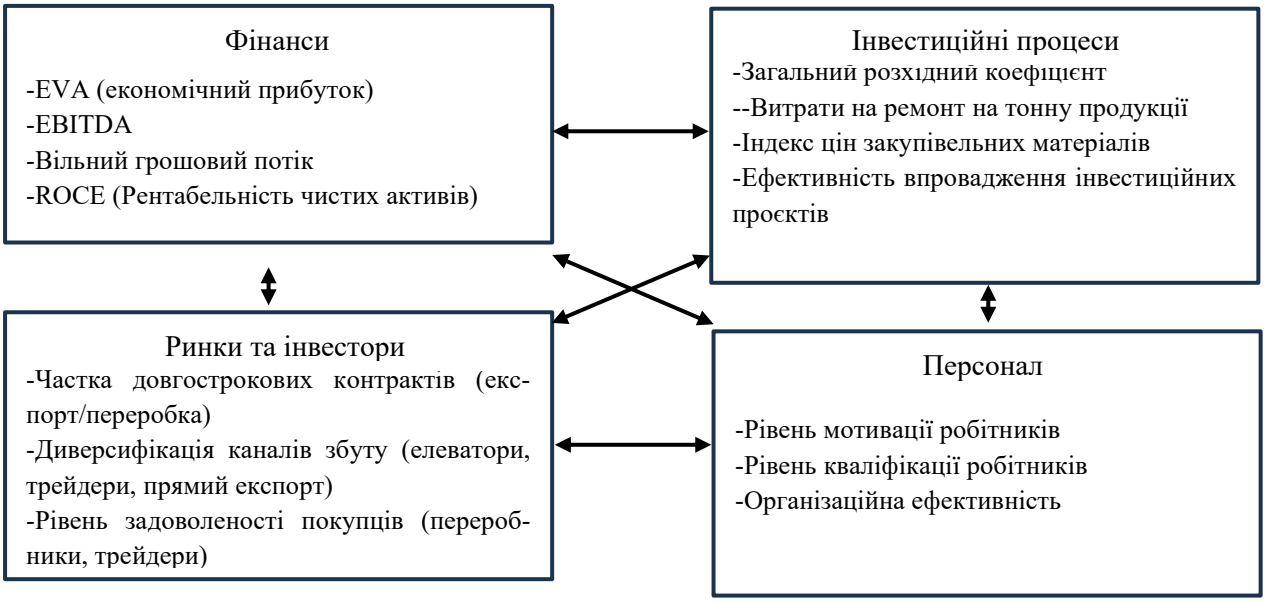

Рис. 3.12. Карта СЗП корпоративного рівня, приклад.

У межах кожного рівня системи формується обмежений перелік ключових індикаторів (як правило, від чотирьох до п’яти), між якими встановлюються чіткі причинно-наслідкові зв’язки. Саме через таку структуризацію забезпечується поетапний вплив на показники фінансового рівня, який виступає верхньою ланкою всієї системи та акумулює кінцеві результати діяльності підприємства. Показники фінансового блоку безпосередньо відображають вартісні характеристики підприємства та використовуються як основа для оцінювання результативності інвестиційного планування з позицій зростання вартості власного капіталу. Водночас нефінансові індикатори, що формуються на інших рівнях системи збалансованих показників, виконують функцію ключових драйверів створення вартості. Це дозволяє забезпечити управління інвестиційною привабливістю не лише через фінансові результати, а й через вплив на фактори, що формують ці результати. За результатами звітного періоду здійснюється комплексна оцінка діяльності управлінського персоналу щодо досягнення встановлених у межах інвестиційного плану цільових параметрів. У разі виконання запланованих показників екстрапольована поточна вартість власного капіталу досягає

прогнозного рівня, що свідчить про ефективність реалізованих управлінських рішень та підтверджує досягнення стратегічних інвестиційних орієнтирів. Таким чином, приріст вартості власного капіталу набуває значення інтегрального кількісного критерію оцінювання результативності менеджменту. Методика також передбачає використання вартісних показників як інструмента перегляду та оновлення інвестиційних планів, сформованих на основі аналізу стратегічних розривів. У випадку відхилення фактичних результатів від запланованих значень здійснюється коригування інвестиційних рішень, уточнення параметрів інвестиційної програми або вдосконалення управлінських підходів. Це забезпечує адаптивність системи інвестиційного планування та її здатність реагувати на зміни зовнішнього середовища. Згідно з регламентом методики, інвестиційний план першого року стратегічного періоду формується з помісячною деталізацією. Такий підхід дозволяє інтегрувати довгострокове інвестиційне планування з оперативним бюджетуванням шляхом регулярного зіставлення планових і фактичних показників. У результаті забезпечується узгодженість стратегічного та поточного рівнів управління, а також створюються умови для безперервного контролю впливу управлінських рішень на вартісні параметри діяльності підприємства. Подальший розвиток методики передбачає формування системи мотивації управлінського персоналу, орієнтованої на досягнення конкретних вартісних цілей. Фокусування стимулювання на прирості вартості власного капіталу дозволяє узгодити інтереси власників і менеджменту та сприяє концентрації управлінських зусиль на реалізації рішень, що забезпечують створення вартості у довгостроковій перспективі. У результаті впровадження запропонованого підходу очікується досягнення таких ключових ефектів:

-Трансформація фінансової звітності. Передбачається перехід від традиційної бухгалтерської звітності до її управлінського формату, адаптованого до потреб інвестиційного аналізу та оцінювання вартості. Регулярна трансформація звітних даних формує якісну інформаційну базу для прийняття обґрунтованих інвестиційних рішень.

- Запровадження вартісно-орієнтованого інвестиційного планування. Інвестиційні цілі та критерії їх досягнення формалізуються через призму створення або знищення вартості. До реалізації відбираються лише ті інвестиційні рішення, які забезпечують максимальний приріст вартості власного капіталу та підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

- Інтеграція управління інвестиціями та управління вартістю. Кількісна формалізація інвестиційних цілей і систематичний контроль їх досягнення забезпечують тісний взаємозв'язок між стратегічними орієнтирами, інвестиційними рішеннями та поточними результатами діяльності. Це створює можливість декомпозиції вартісних цілей до рівня окремих бізнес-одиниць.

- Стимулювання менеджменту до створення вартості. Впровадження мотиваційних механізмів, орієнтованих на досягнення вартісних показників, сприяє концентрації управлінських зусиль на реалізації інвестиційних рішень, що генерують додану вартість.

3.3. Організаційно-економічний механізм інвестиційного планування та оцінка його параметрів.

Проведений аналіз практики інвестиційного планування на підприємстві ТОВ «БІЗНЕС АГРО ПОДІЛЛЯ» свідчить про відсутність цілісної системи, що охоплює всі ключові етапи інвестиційного процесу — від підготовки та обґрунтування проєктів до їх реалізації та подальшого контролю. Недостатній рівень формалізації планових процедур на підприємстві обумовлює низьку якість обґрунтування інвестиційних рішень, що, у свою чергу, призводить до їх економічної нестійкості та зниження ефективності інвестиційної діяльності.

У цьому контексті впровадження організаційно-економічного механізму інвестиційного планування, заснованого на принципах управління вартістю підприємства, набуває особливої актуальності. Доцільність такого підходу обґрунтовується низкою ключових положень. По-перше, існуючий стан планово-економічних служб підприємств, які потребують залучення інвестиційних ресурсів, часто не відповідає сучасним вимогам ринкового середовища. У

зв’язку з цим впровадження вартісно-орієнтованого інвестиційного планування може виступати не лише інструментом підвищення ефективності інвестиційної діяльності, а й фактором трансформації всієї системи управління підприємством. По-друге, запровадження системного підходу до інвестиційного планування сприятиме підвищенню зацікавленості та відповідальності персоналу за результати реалізації інвестиційних проєктів. Формалізація цілей і показників дозволяє працівникам більш чітко орієнтуватися у поставлених завданнях, своєчасно коригувати хід реалізації проєктів та ефективніше відстоювати економічні інтереси підприємства. По-третє, концентрація функцій планування та реалізації інвестиційних рішень безпосередньо на рівні підприємства, зокрема в межах спеціалізованого структурного підрозділу, забезпечує узгодженість стратегічних і тактичних аспектів інвестування. Це дозволяє підвищити цілісність управлінських рішень та забезпечити їх спрямованість на досягнення довгострокових цілей розвитку.

Слід також зазначити, що значна частина українських підприємств уже має досвід реалізації інвестиційних проєктів, який виявився неефективним і призвів до прийняття помилкових фінансових рішень. Аналіз таких ситуацій свідчить, що причини невдач не обмежуються лише впливом макроекономічних чинників, а значною мірою пов’язані з внутрішніми організаційними недоліками та поведінковими аспектами управління. З метою підвищення результативності впровадження організаційно-економічного механізму інвестиційного планування, заснованого на управлінні вартістю підприємства, доцільною є систематизація ключових причин неефективності інвестиційної діяльності та розроблення відповідних заходів щодо їх усунення. Узагальнення таких причин і управлінських рішень представлено у Таблиці 3.13, що дозволяє сформувати практичні рекомендації для вдосконалення інвестиційного планування на підприємстві ТОВ «БІЗНЕС АГРО ПОДІЛЛЯ».

Таблиця 3.3.

Причини незадовільних результатів інвестиційного планування

Причини недоліків інвестиційного планування	**Зовнішні прояви**	**Шляхи вирішення проблеми**
Відсутність системного підходу до інвестиційного планування	Планування носить випадковий, неефективний характер, позитивні результати відсутні, розчарування від нововведень.	Чітке слідування методичним рекомендаціям, суворіший контроль, заохочення робітників.
Конфлікт пріорітетів між оперативними потребами управління та стратегічними цілями інвестиційного планування.	Відволікання виділених персоналу та ресурсів на поточну діяльність, зрив строків планування.	Розділення оперативних та інвестиційних планових функцій між підрозділами (і керівництвом)
Нестача досвіду з навичок інвестиційного планування.	Помилки і прорахунки в проєкті, невірна оцінка ситуації, зрив реалізації проєкту	Підвищення кваліфікації робітників, залучення професіоналів
Супротив змінам, ігнорування визначної ролі інвестиційного планування в управлінні	Саботаж нововведень	Зміни у структурі управління, образу мислення, залучення до процесу планування
Відсутність балансу між автоматизацією інвестиційних розрахунків і аналітичною роботою, недооцінка факторів зовнішнього середовища	Невідповідність розрахункових і реальних даних, відсутність формалізованої інформації, нестача вихідних даних	Коригування розрахункової методики, автоматизація розрахунку плану маркетингу, аналіз чутливості розрахунків, контроль і прогнозування змін зовнішнього середовища

Джерело: Сформовано автором

Впровадження організаційно-економічного механізму інвестиційного планування, побудованого на засадах управління вартістю підприємства, на рівні окремих суб’єктів господарювання слід розглядати як актуальний і своєчасний напрям підвищення ефективності їх стратегічного розвитку. Такий підхід здатний сприяти подоланню негативних наслідків інвестиційної кризи, забезпечуючи формування обґрунтованої та цілеспрямованої інвестиційної політики. Ефективність інвестиційного планування значною мірою визначається використанням системного підходу, який передбачає розгляд усіх аспектів планування у взаємозв’язку та взаємозалежності. Це забезпечує цілісність управлінських рішень, їх логічну узгодженість і підвищує рівень обґрунтованості інвестиційних проєктів. У цьому контексті впровадження відповідного механізму дозволяє мінімізувати ризик помилкових рішень за рахунок організації поетапного процесу планування, що враховує вплив ключових факторів на кінцеві

результати інвестування. Однією з центральних проблем формування такого механізму є розроблення його методологічної основи. Її наявність забезпечує можливість впровадження на підприємстві системи регламентів, процедур, методичних інструментів і планових форм, які створюють основу для ефективного інвестиційного планування та управління вартістю. У процесі побудови організаційно-економічного механізму доцільно визначити його концептуальні параметри, зокрема:

- зміст і економічну сутність механізму;
- принципи його формування та функціонування;
- систему цілей і завдань, пов'язаних із його створенням і використанням;
- етапи розроблення та впровадження;
- організаційні аспекти, пов'язані з його впливом на зростання вартості підприємства.

З огляду на відсутність у науковій літературі єдиного трактування поняття організаційно-економічного механізму інвестиційного планування, доцільно розглядати його як інтегровану систему процесів, методів та управлінських заходів, спрямованих на обґрунтування та реалізацію інвестиційних рішень із метою забезпечення зростання вартості підприємства. У межах такого підходу інвестиційне планування набуває багатовимірного характеру та може бути інтерпретоване як:

- складова стратегічного управління, що передбачає визначення довгострокових інвестиційних цілей і способів їх досягнення;
- послідовний процес реалізації планових процедур, спрямованих на обґрунтування інвестиційних рішень;
- сфера прикладних і наукових знань, що використовує спеціалізовані методи та інструменти планування.

Сутність організаційно-економічного механізму доцільно розглядати через три взаємопов'язані аспекти:

- функціональний, який відображає сукупність видів діяльності, спрямованих на досягнення інвестиційних цілей;

- процесний, що характеризує послідовність дій із підготовки, прийняття та реалізації інвестиційних рішень;

- структурно-елементний, який розкриває механізм як систему взаємодії організаційних, інформаційних та ресурсних компонентів.

Таке багаторівневе трактування дозволяє:

- визначити логіку цілепокладання та механізми досягнення інвестиційних цілей;
- сформувати технологію функціонування механізму через аналіз його етапів і процедур;
- дослідити внутрішню структуру системи, включаючи інформаційне забезпечення, кадровий потенціал, управлінські підходи та технічну базу.

З позицій стратегічного управління впровадження зазначеного механізму передбачає трансформацію як складу управлінських функцій, так і їх змісту. Це необхідно для забезпечення ефективного планування та реалізації інвестиційних проєктів, кінцевою метою яких є зростання вартості підприємства. Важливою характеристикою такого механізму є його здатність адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Ефективне функціонування можливе лише за умови наявності різноманітних управлінських реакцій, адекватних рівню складності та динаміки зовнішніх впливів. Сучасні виклики, зокрема інвестиційна нестабільність, зумовлюють необхідність удосконалення управлінських процесів у частині прогнозування, планування, організації, мотивації, координації та контролю інвестиційної діяльності. З метою узагальнення зазначених положень доцільно представити організаційно-економічний механізм інвестиційного планування у вигляді тривимірної моделі, що відображає його функціональний, процесний та структурний аспекти. Така модель має узагальнений характер і може бути деталізована залежно від специфіки підприємства. Зокрема, окремі елементи, такі як фінансове планування, можуть бути розширені шляхом включення підсистем планування витрат, грошових потоків, фінансових результатів та показників ефективності інвестиційних проєктів. Попри умовність запропонованої структури, вона відображає базові характеристики

механізму та може бути використана як методологічна основа для його подальшого розвитку і практичного впровадження. Запропонована модель організаційно-економічного механізму інвестиційного планування має тривимірну структуру, що формується за принципами морфологічної комбінаторики та представлена у вигляді просторової матриці розмірністю 7×7×7, яка включає 343 взаємопов'язані елементи . Такий підхід дозволяє системно відобразити багатовимірність інвестиційного планування як складного управлінського процесу, орієнтованого на зростання вартості підприємства. На відміну від традиційних лінійних або ієрархічних моделей, запропонована конструкція забезпечує одночасне врахування трьох ключових вимірів: функціонального, процесного та структурного. Кожна окрема комбінація елементів у межах кубічної моделі відображає конкретну управлінську ситуацію або процедуру, що виникає у процесі інвестиційного планування. Комбінації граней об'єднані за наступною логікою. 1. – Напрями інвестиційного планування (1.1.-1.7.). 2. – Структура інвестиційного планування (2.1.-2.7.). Підсистеми організаційно-економічного механізму інвестиційного планування на основі управління вартістю підприємства.

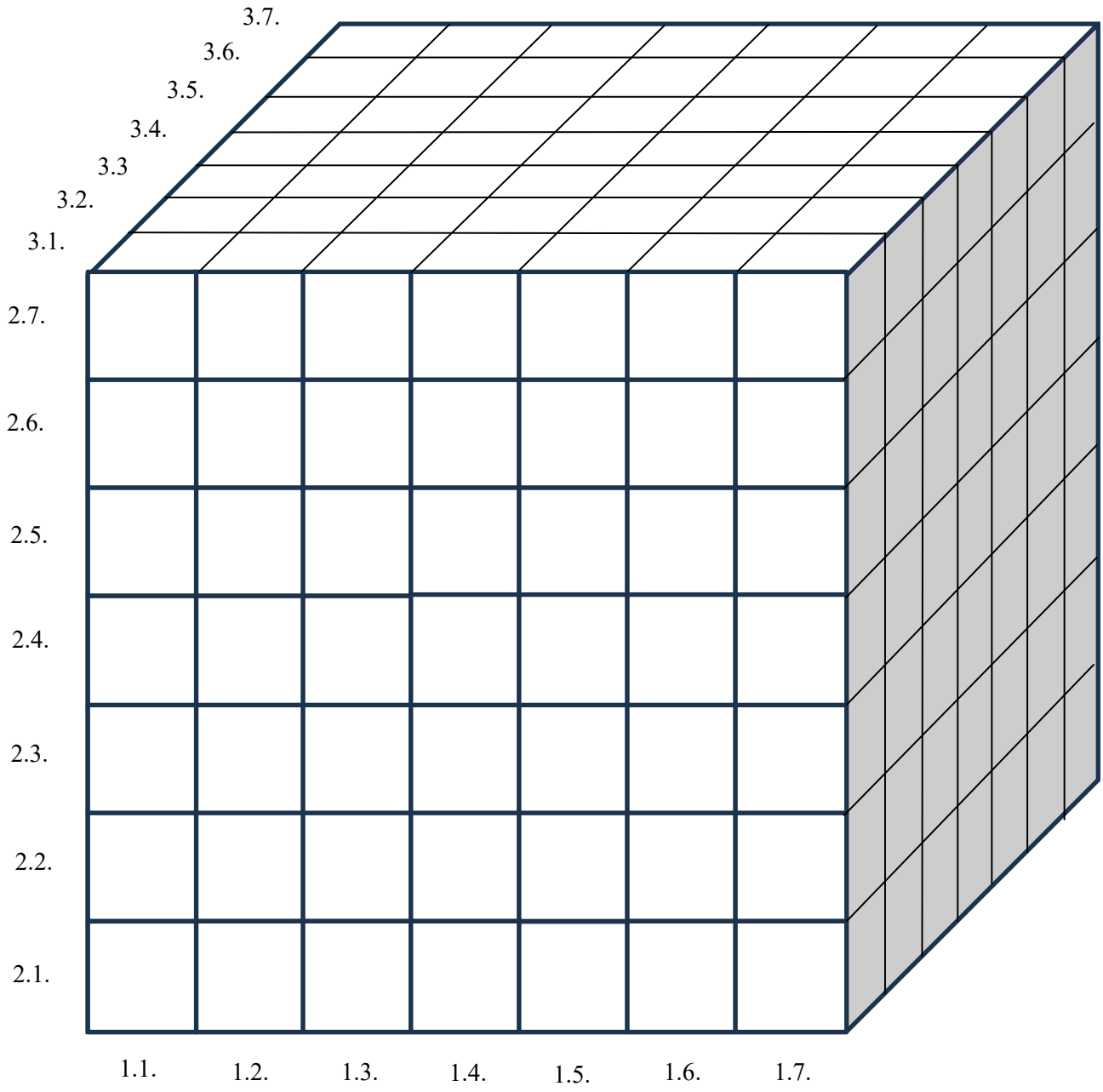

Рис.3.14. Модель організаційно-економічного механізму інвестиційного планування

Джерело: Сформовано автором

Елементам моделі відповідають наступні значення:

1.1. – Формування організаційно-економічного механізму інвестиційного планування;

1.2. – маркетингові дослідження;

1.3. – розробка інноваційних проєктів;

1.4. – пошук та оцінка нових технологій і обладнання;

1.5. – підготовка плану інвестування;

1.6. – пошук інвесторів;

1.7. – контроль над реалізацією інвестиційного плану і внесення коректив.

2.1. – Формування робочої гіпотези та ідентифікація проблем;

2.2. – визначення завдань і методів їх виконання;

2.3. – планування маркетингу;

2.4. – планування виробництва;

2.5. – фінансове планування;

2.6. – оцінка ризиків

2.7. – аналіз ефективності проєкту.

3.1. – Інформаційне забезпечення;

3.2. – кадрове;

3.3. – організаційне;

3.4. – фінансове;

3.5. – методичне;

3.6. – технологічне;

3.7. – нормативно-правове.

Таким чином, модель дозволяє не лише описувати систему, а й генерувати альтернативні варіанти управлінських рішень шляхом комбінування її елементів. Застосування методу морфологічної комбінаторики суттєво розширює аналітичні можливості дослідження, оскільки дає змогу:

- системно ідентифікувати всі можливі варіанти поєднання факторів інвестиційного планування;
- виявляти нетривіальні управлінські рішення, які не лежать на поверхні при традиційному аналізі;
- оцінювати вплив окремих комбінацій факторів на формування вартості підприємства;

- формувати альтернативні сценарії інвестиційного розвитку.

Фактично, запропонована модель виступає не лише описовим інструментом, а й інструментом генерації управлінських рішень, що особливо важливо в умовах невизначеності та динамічності зовнішнього середовища. Кожен елемент морфологічного куба відображає конкретну управлінську функцію або процедуру, що забезпечує реалізацію інвестиційного планування. Наприклад, окремі комбінації можуть відповідати інформаційному забезпеченню маркетингових рішень, узгодженню організаційної структури з інноваційними цілями або оцінюванню впливу зовнішніх факторів на вартість підприємства. Така деталізація дозволяє встановити чіткі причинно-наслідкові зв'язки між управлінськими діями та кінцевими вартісними результатами. Формування механізму базується на сукупності принципів, що забезпечують його ефективне функціонування, зокрема системності, цілеспрямованості, комплексності, оптимальності, багатоваріантності, надійності та наукової обґрунтованості. Важливим є також принцип автоматизації розрахунків, що дозволяє обробляти значні обсяги інформації та оперативно формувати аналітичні висновки. Суттєвою особливістю запропонованого підходу є те, що механізм не розглядається як жорстко регламентована система дій. Навпаки, він має адаптивний характер і функціонує як концептуальна рамка застосування науково обґрунтованих методів у процесі стратегічного управління інвестиціями. Це дозволяє підприємству гнучко реагувати на зміни зовнішнього середовища та коригувати інвестиційну політику. У межах функціонування механізму особливе значення має система цілепокладання, яка формується під впливом різноманітних факторів, включаючи стратегічні пріоритети власників, вимоги інвесторів, ресурсні обмеження та рівень ринкової невизначеності. Для забезпечення ефективності управління цілі повинні відповідати критеріям конкретності, вимірюваності, досяжності, узгодженості та гнучкості. Реалізація цілей здійснюється на основі ієрархічного принципу, відповідно до якого стратегічні цілі декомпозуються на підцілі нижчих рівнів. У результаті формується багаторівнева система управління, де кожен рівень забезпечує досягнення цілей вищого рівня. Водночас важливо враховувати, що

частина цілей має якісний характер і не піддається прямому кількісному вимірюванню, що зумовлює необхідність використання комплексних індикаторів ефективності. Важливою складовою механізму є інвестиційний моніторинг, який забезпечує безперервне відстеження змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства. Він включає аналіз ключових показників діяльності, діагностику стану підприємства, прогнозування розвитку ситуації та формування управлінських рекомендацій. Це дозволяє своєчасно виявляти як ризики, так і нові можливості для зростання вартості. Особливу увагу слід приділити узгодженню стратегічних і поточних інтересів підприємства. У практиці інвестиційної діяльності часто виникають конфлікти між короткостроковими цілями (наприклад, отримання дивідендів) та довгостроковими інвестиціями, спрямованими на розширення ринку, розвиток бренду або модернізацію виробництва. Запропонований механізм дозволяє формалізувати такі суперечності та забезпечити їх оптимальне вирішення з позицій максимізації вартості підприємства. Впровадження механізму також передбачає трансформацію організаційної структури підприємства та розвиток його кадрового потенціалу. Це включає в себе чітке визначення зон відповідальності, децентралізацію прийняття рішень, підвищення кваліфікації персоналу та залучення фахівців різних напрямів. Важливим елементом є поетапність впровадження змін, що забезпечує їх ефективну інтеграцію в існуючу систему управління. Окремо слід підкреслити значення соціально-психологічної підготовки персоналу, яка сприяє зниженню опору змінам та підвищенню ефективності впровадження механізму. Ознайомлення працівників із цілями та перевагами нової системи, а також їх залучення до процесу трансформації створює передумови для успішної реалізації інвестиційної стратегії. У процесі реалізації інвестиційного плану організаційна структура планування трансформується у структуру управління проєктами, що забезпечує безперервність інвестиційного процесу та підвищує рівень відповідальності за результати діяльності. Загалом, використання морфологічного підходу у побудові організаційно-економічного механізму інвестиційного планування дозволяє сформувати цілісну, адаптивну та багатовимірну систему

управління, орієнтовану на створення вартості. Це створює передумови для підвищення інвестиційної привабливості підприємства, активізації інвестиційної діяльності та забезпечення його довгострокового розвитку.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

У третьому розділі дисертаційного дослідження розроблено організаційно-методичні підходи до формування інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств на основі маркетингового дослідження та вирішено поставлені завдання дослідження.

У процесі дослідження обґрунтовано формування банку залучення інвестицій як спеціалізованого інституту централізації та координації інвестиційної діяльності. Створення єдиного банку залучення інвестицій дозволяє подолати існуючу фрагментарність системи державного регулювання інвестиційних процесів, забезпечити концентрацію управлінських функцій та підвищити ефективність супроводу інвестиційних проєктів. Розроблено структурно-функціональну модель банку, яка включає управлінську, маркетингову, супровідну, фінансово-економічну та інформаційну підсистеми. Визначено їх функції, взаємозв'язки, параметри та напрями координації інвестиційної діяльності. Обґрунтовано доцільність використання системного підходу до організації інвестиційних процесів, що забезпечує інтеграцію фінансових, організаційних та маркетингових інструментів у межах єдиного механізму управління інвестиційною діяльністю. Проведений PEST-аналіз та Парето-аналіз дозволили визначити ключові чинники, які впливають на функціонування банку залучення інвестицій, серед яких найбільш суттєвими є воєнні ризики, недосконаліть законодавчої бази, корупція, неефективність державної інвестиційної політики та логістичні обмеження.

У межах дослідження розроблено методику підвищення інвестиційної привабливості підприємства при інвестиційному плануванні. Встановлено, що запропонована методика базується на вартісно-орієнтованому підході до управління, відповідно до якого інвестиційна привабливість підприємства визначається здатністю генерувати стабільні майбутні грошові потоки та забезпечувати зростання вартості власного капіталу. Обґрунтовано використання концепції дисконтованих грошових потоків (DCF), показників рентабельності власного капіталу (ROE), середньозваженої вартості капіталу (WACC) та вільного

грошового потоку (FCF) як базових інструментів оцінювання ефективності інвестиційної діяльності. Визначено, що основною умовою формування економічної доданої вартості та підвищення інвестиційної привабливості підприємства є перевищення показника рентабельності власного капіталу над середньозваженою вартістю капіталу (ROE > WACC). Запропоновано методичний підхід до визначення екстрапольованої та стратегічної вартості власного капіталу, що дозволяє оцінювати потенціал зростання інвестиційної привабливості внаслідок реалізації інвестиційної стратегії. Розроблено поетапний алгоритм реалізації методики, який включає формування інформаційної бази, діагностику фінансово-економічного стану підприємства, аналіз драйверів вартості, прогнозування грошових потоків, визначення стратегічних розривів, формування інвестиційного плану та здійснення контролю результативності інвестиційної діяльності. Встановлено, що інтеграція фінансового аналізу, стратегічного планування та оцінювання інвестиційної ефективності у межах єдиної системи управління дозволяє підвищити обґрунтованість інвестиційних рішень та забезпечити узгодженість інвестиційної діяльності зі стратегічними цілями розвитку підприємства

У процесі дослідження сформовано організаційно-економічний механізм інвестиційного планування та здійснено оцінку його основних параметрів. Запропонований механізм базується на поєднанні маркетингових, фінансово-економічних та управлінських інструментів, спрямованих на забезпечення ефективного управління інвестиційними процесами. Обґрунтовано необхідність інтеграції стратегічного, тактичного та оперативного рівнів інвестиційного планування у межах єдиної системи управління інвестиційною діяльністю. Використання розробленого механізму дозволяє забезпечити підвищення обґрунтованості інвестиційних рішень, покращити координацію між учасниками інвестиційного процесу, підвищити рівень прозорості використання ресурсів та мінімізувати інвестиційні ризики. Практична апробація механізму на прикладі ТОВ «БІЗНЕС АГРО ПОДІЛЛЯ» підтвердила доцільність використання вартісно-орієнтованого підходу при формуванні інвестиційної стратегії підприємства та

засвідчила його ефективність у забезпеченні зростання інвестиційної привабливості.

Загалом результати проведеного дослідження дозволили сформувати цілісну систему організаційно-економічного забезпечення підвищення інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств на основі проведеного маркетингового дослідження. Встановлено, що ефективне управління інвестиційною діяльністю потребує поєднання інституційної підтримки, сучасних методів інвестиційного планування та комплексного маркетингового забезпечення інвестиційних процесів. Запропоновані підходи створюють теоретичне та практичне підґрунтя для удосконалення механізмів залучення інвестицій у сільськогосподарське виробництво та підвищення ефективності функціонування аграрних підприємств в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі вирішено важливе науково-практичне завдання щодо обґрунтування теоретико-методичних засад та розроблення практичних рекомендацій із підвищення інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств на основі застосування маркетингових досліджень та удосконалення інвестиційного планування в умовах відбудови економіки України. За результатами проведеного дослідження сформульовано такі висновки:

Узагальнено теоретико-методологічні підходи до визначення сутності маркетингових досліджень та досліджено їх роль у забезпеченні ефективності управлінських рішень у діяльності підприємств. Встановлено, що маркетингові дослідження є систематичним процесом збору, аналізу та інтерпретації інформації про ринок, конкурентне середовище, споживачів та фактори зовнішнього впливу. Узагальнено класифікацію маркетингових досліджень за метою, джерелами інформації, методами проведення та напрямами застосування. Систематизовано основні функції маркетингових досліджень, серед яких визначено аналітичну, прогностичну, інформаційно-забезпечувальну та контрольну. Досліджено основні етапи проведення маркетингових досліджень, що дозволило сформувати узагальнений підхід до організації маркетингового дослідження у системі управління діяльністю підприємства.

Визначено поняття інвестиційної привабливості та розкрито її роль у функціонуванні та розвитку підприємства. На основі узагальнення наукових підходів встановлено, що інвестиційну привабливість доцільно розглядати як комплексну характеристику підприємства, яка відображає рівень його фінансової стійкості, ринкових позицій, маркетингової активності, інституційної надійності та здатності забезпечувати ефективне використання інвестиційних ресурсів. Визначено, що рівень інвестиційної привабливості формується під впливом фінансово-економічних, виробничих, ринкових, інституційних та управлінських факторів.

Досліджено методичні підходи до планування та оцінки ефективності інвестиційної діяльності підприємств. Проаналізовано основні методи оцінювання

ефективності інвестиційних проєктів, серед яких чиста приведена вартість, внутрішня норма прибутковості, індекс прибутковості, дисконтований період окупності та інші показники оцінки інвестиційної ефективності. Встановлено, що використання зазначених методів дозволяє оцінювати економічну доцільність реалізації інвестиційних проєктів, рівень ризиків та очікувану результативність інвестиційної діяльності. Обґрунтовано необхідність поєднання фінансово-економічних методів оцінювання з результатами маркетингових досліджень у процесі формування інвестиційних рішень підприємства.

Досліджено організаційну структуру управління інвестиційною діяльністю національної економіки та визначено основні особливості державного регулювання інвестиційної діяльності. Встановлено наявність значної інституційної фрагментації у системі державного управління інвестиційними процесами, що проявляється у дублюванні функцій між органами державної влади, недостатньому рівні координації управлінських рішень та відсутності єдиного механізму супроводу інвестиційних проєктів. Визначено, що існуюча система державного регулювання інвестиційної діяльності не забезпечує достатнього рівня ефективності залучення інвестицій та потребує удосконалення інституційного забезпечення інвестиційних процесів.

Здійснено аналіз стану галузі сільського господарства України в умовах війни в розрізі інвестицій. Встановлено, що повномасштабна війна спричинила суттєве скорочення інвестиційної активності в аграрному секторі, погіршення фінансового стану підприємств, зростання виробничих витрат та порушення логістичних ланцюгів постачання продукції. Визначено, що ключовими факторами зниження інвестиційної активності стали високий рівень безпекових ризиків, нестабільність зовнішнього середовища, обмеження експорту сільськогосподарської продукції, дефіцит фінансових ресурсів та зростання вартості матеріально-технічного забезпечення. Водночас встановлено, що аграрний сектор України зберігає значний інвестиційний потенціал завдяки наявності родючих земельних ресурсів, високому експортному потенціалу та стратегічному значенню для забезпечення продовольчої безпеки.

Здійснено експертну оцінку інвестиційної привабливості галузі сільського господарства України. За результатами експертного опитування встановлено, що основними бар'єрами залучення інвестицій у галузь є високий рівень воєнних ризиків, нестабільність законодавчого середовища, недостатній рівень державної підтримки, обмежений доступ до фінансових ресурсів та низький рівень стратегічного інвестиційного планування на підприємствах. Визначено, що найбільший вплив на формування інвестиційної привабливості аграрного сектору мають безпекові, фінансово-економічні, логістичні та інституційні чинники. Встановлено також, що підвищення інвестиційної привабливості сільського господарства потребує реалізації комплексної державної політики, спрямованої на мінімізацію інвестиційних ризиків та стимулювання інвестиційної активності.

Обґрунтовано формування банку залучення інвестицій як інституту координації та супроводу інвестиційної діяльності. Визначено, що створення банку залучення інвестицій дозволить забезпечити концентрацію функцій із залучення та супроводу інвестиційних проєктів, підвищити рівень координації між учасниками інвестиційного процесу та зменшити рівень інституційної фрагментації. Розроблено структурно-функціональну модель банку залучення інвестицій, яка включає управлінську, маркетингову, фінансово-економічну, інформаційну та супровідну підсистеми. Проведений PEST-аналіз та Парето-аналіз дозволили визначити основні фактори, що впливають на ефективність функціонування запропонованого механізму.

Розроблено методику підвищення інвестиційної привабливості підприємства при інвестиційному плануванні, яка базується на використанні вартісно-орієнтованого підходу до управління. Обґрунтовано доцільність використання концепції дисконтованих грошових потоків, показників рентабельності власного капіталу та середньозваженої вартості капіталу у процесі оцінювання ефективності інвестиційної діяльності підприємства. Визначено, що перевищення рівня рентабельності власного капіталу над вартістю залученого капіталу є основною умовою формування економічної доданої вартості та підвищення

інвестиційної привабливості підприємства. Запропоновано поетапний алгоритм реалізації методики, який включає формування інформаційної бази, оцінювання фінансово-економічного стану підприємства, визначення стратегічних розривів, формування інвестиційного плану та контроль результативності інвестиційної діяльності.

Сформовано організаційно-економічний механізм інвестиційного планування на сільськогосподарських підприємствах та здійснено оцінку його основних параметрів. Запропонований механізм базується на поєднанні маркетингових, фінансово-економічних та управлінських інструментів і забезпечує узгодженість стратегічних цілей підприємства з інвестиційними рішеннями. Обґрунтовано необхідність інтеграції маркетингових досліджень у систему інвестиційного планування підприємства, що дозволяє підвищити рівень обґрунтованості управлінських рішень, покращити координацію між учасниками інвестиційного процесу та мінімізувати інвестиційні ризики. Практична апробація запропонованих підходів на прикладі ТОВ «БІЗНЕС АГРО ПОДІЛЛЯ» підтвердила доцільність використання вартісно-орієнтованого підходу при формуванні інвестиційної стратегії підприємства та ефективність застосування розробленого організаційно-економічного механізму інвестиційного планування.

Отримані результати дослідження формують теоретичне та практичне підґрунтя для удосконалення механізмів підвищення інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств, розвитку інституційного забезпечення інвестиційної діяльності та впровадження сучасних підходів до інвестиційного планування в умовах відбудови економіки України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бєлова Т. Г. Маркетингові дослідження : конспект лекцій для студ. за напрямом підготовки 6.030507 «Маркетинг» усіх форм навчання. Київ : НУХТ, 2010. 131 с.
2. Полторак В. А., Тарасенко І. В., Красовська О. Ю. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 342 с.
3. ESOMAR : офіц. сайт. URL: https://www.esomar.org/ (дата звернення: 02.05.2026).
4. Kotler P., Armstrong G. Principles of marketing. 12th ed. Pearson Education, 2008. 692 p.
5. Aaker D. A., Kumar V., Day G. S. Marketing research. 10th ed. Wiley, 2011. 784 p.
6. American Marketing Association. What is marketing? The definition of marketing. URL: https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/ (дата звернення: 06.05.2025).
7. ESOMAR. ICC/ESOMAR international code on market, opinion and social research and data analytics (Russian translation). 2020. URL: https://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ICCESOMARCodeRussian.pdf (дата звернення: 06.05.2026).
8. Lambin J.-J. Market-driven management : strategic and operational marketing. 3rd ed. Palgrave Macmillan, 2012. 488 p.
9. Zikmund W. G., Babin B. J., Carr J. C., Griffin M. Business research methods. 9th ed. Cengage Learning, 2013. 688 p.
10. Evans J. R., Berman B. Marketing. 4th ed. New York : Macmillan Publishing Company, 1990. 764 p.
11. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків : підручник. Київ : ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012. 480 с.
12. Полторак В. А. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2003. 387 с.

13. Churchill G. A. Jr. Marketing research : methodological foundations. 8th ed. Fort Worth : Dryden Press, 2001. 960 p.
14. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. Основи маркетингу у туризмі : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 336 с.
15. Cooper D. R., Schindler P. S. Business research methods. 12th ed. New York : McGraw-Hill Education, 2014. 744 p.
16. Гевчук А. В., Поліщук Н. В., Танасійчук А. М., Поліщук І. І., Громова О. Є., Бондаренко В. М. Маркетинг : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 362 с.
17. Маркетинг : навч. посіб. / за ред. В. В. Липчука. Київ : Магнолія 2006, 2012. 456 с.
18. Lambin J.-J. Strategic marketing management. New York : McGraw-Hill, 1996. 610 p.
19. Барабанова В. В. Маркетингові дослідження : методичні рекомендації для вивчення дисципліни. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2017. 52 с.
20. Бутенко Н. В. Основи маркетингу : підручник [Електронний ресурс]. URL: http://books.efaculty.kiev.ua/mrk/3/ (дата звернення: 06.05.2026).
21. Григорук П. М. Методичний базис маркетингових досліджень : монографія. Хмельницький : ХНУ, 2010. 264 с.
22. Kotler P., Keller K. L. Marketing management. 15th ed. Pearson Education, 2016. 832 p.
23. Маркетингові дослідження: теорія, методика та організація проведення : навч. посіб. / Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Кривий Ріг, 2020. 300 с.
24. Лаврова Ю. В. Маркетинг. Класичні положення і особливості застосування на транспорті : конспект лекцій. Харків : ХНАДУ, 2012. 227 с.
25. Ткачук В. О. Маркетинг у банку : навч. посіб. Київ : Синтез-Поліграф, 2006. 412 с.
26. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 347 с.

27. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг : навч. посіб. 3-тє вид., перероб. і допов. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
28. Дєліні М.М., Алексеєва К.А., Перчук О.В. Роль та напрями маркетингових досліджень в оцінці та формуванні інвестиційної привабливості підприємств. Агросвіт № 7. 2026
29. Бланк І. А. Інвестиційний менеджмент. Київ : МП «ІТЕМ» LTD ; United London Trade Limited, 1995. 448 с.
30. Гуткевич С. О., Пулій О. В. Інвестиційна привабливість: сутність, показники і чинники впливу. Інтелект XXI. 2019. № 2. С. 78–84.
31. Вербицька І. І. Інвестиційна привабливість України: проблеми та перспективи. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 22. С. 108–112.
32. Іщук С. О., Кулініч Т. В. Оцінювання інвестиційної привабливості регіону: методичний аспект. Регіональна економіка. 2010. № 3. С. 71–78.
33. Damodaran A. Investment valuation : tools and techniques for determining the value of any asset. 3rd ed. Wiley, 2012. 992 p.
34. Brealey R. A., Myers S. C., Allen F. Principles of corporate finance. 13th ed. New York : McGraw-Hill Education, 2020. 976 p.
35. Graham B., Dodd D. L. Security analysis. New York : McGraw-Hill, 1934. 725 p.
36. North D. C. Institutions, institutional change and economic performance. Cambridge : Cambridge University Press, 1990. 152 p.
37. Porter M. E. Competitive advantage : creating and sustaining superior performance. New York : Free Press, 1985. 557 p.
38. Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. Житомир : ЖІТІ, 2001. 440 с.
39. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18.09.1991 р. № 1560-XII. Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text (дата звернення: 06.05.2026).
40. Луців Б. Л., Кравчук І. С., Сас Б. Б. Інвестування : навч. посіб. Тернопіль : ТНЕУ, 2014. 544 с.

41. Музиченко Т. О. Інвестиції та інвестиційна діяльність: понятійний апарат. Сталий розвиток економіки. 2014. № 3. С. 161–167.
42. Погріщук Г. Б., Руденко В. В. Інвестиційна діяльність підприємств : навч. посіб. Вінниця : Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ, 2016. 344 с.
43. Пилипенко Н. М. Принципи та фактори інвестиційної привабливості підприємства. Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. / за ред. О. В. Прокопенко, О. В. Люльова. Суми : СумДУ, 2014. Т. 1. С. 271–273.
44. Шпортько Г. Ю. Оцінка інвестиційної привабливості промислового підприємства. Економіка та держава. 2011. № 8. С. 97–100.
45. Вакуленко В. Л., Мялковський В. А., Лю Сяовей. Організація системи інформаційного забезпечення управління витратами сільськогосподарських підприємств. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 57.
46. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. Ст. 2, абз. 5 ч. 2. Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text (дата звернення: 06.05.2025).
47. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
48. Гриньова В. М., Коюда В. О., Лелейко Т. І., Коюда О. П. Інвестування : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 452 с.
49. Нікіфорова Л. О. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 492 с.
50. Панчишин С. М. Макроекономіка : навч. посіб. Київ : Либідь, 2001. 616 с.
51. Щукін Б. М. Інвестування : курс лекцій. Київ : МАУП, 2004. 216 с.
52. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / за ред. В. М. Гейця. Київ : Інститут економічного прогнозування НАН України, 2003. 1008 с.
53. Reilly F. K., Brown K. C. Investment analysis and portfolio management. 10th ed. South-Western Cengage Learning, 2012. 1104 p.

54. Федоренко В. Г. Основи менеджменту : підручник. Київ : Алерта, 2007. 420 с.

55. Економічний енциклопедичний словник : у 2 т. / за ред. С. В. Мочерного. Львів : Світ, 2005. Т. 1. 616 с.

56. Шаблиста Л. М. Фінансова стійкість підприємства: сутність і методи оцінки. Економіка і прогнозування. 2006. № 2. С. 46–57.

57. Смірнова Т. О., Усатюк К. К. Оцінка фінансової стійкості підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2011. Т. 21, № 11. С. 276–282.

58. Кремень В. М., Щепетков С. Я. Оцінювання фінансової стійкості підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2011. № 1. С. 107–117.

59. Білик М. Д. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2005. 592 с.

60. Білик М. Д., Павловська О. В., Притуляк Н. М., Невмержицька Н. Ю. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2005. 592 с.

61. Мних Є. В., Барабаш Н. С. Фінансовий аналіз : підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 536 с.

62. Лучко М. Р., Жукевич С. М., Фаріон А. І. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Тернопіль : ТНЕУ, 2016. 304 с.

63. Товажнянська О. І., Перерва П. Г. Класифікація факторів впливу на фінансову стійкість промислового підприємства. Економіка розвитку. 2013. № 2. С. 84–89.

64. Адаменко М. І., Василькова К. Ю., Янцевич А. А. Внутрішні та зовнішні фактори фінансової стійкості монопродуктової компанії. Економічний простір. 2015. № 101. С. 173–181.

65. Subramanyam K. R. Financial statement analysis. 11th ed. New York : McGraw-Hill Education, 2014. 752 p.

66. Бержанір І. А. Діагностика показників ліквідності підприємств. Фінансове забезпечення сталого розвитку економіки України / за ред. М. А. Слатвінського. Умань : ФОП Жовтий О. О., 2016. С. 151–156.

67. Van Horne J. C., Wachowicz J. M. Jr. Fundamentals of financial management. 13th ed. Pearson Education, 2013. 744 p.

68. Непочатенко О. О., Мельничук Н. Ю. Фінанси підприємств : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 504 с.
69. Данілов О. Д., Паєнтко Т. В. Фінанси підприємств у запитаннях і відповідях : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 256 с.
70. Про Кабінет Міністрів України : Закон України від 27.02.2014 р. № 794-VII. Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/794-18#Text (дата звернення: 12.11.2024).
71. Про затвердження Положення про Міністерство фінансів України : постанова Кабінету Міністрів України від 20.08.2014 р. № 375. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/375-2014-%D0%BF#Text (дата звернення: 17.10.2024).
72. Про утворення Державної аудиторської служби України : постанова Кабінету Міністрів України від 28.10.2015 р. № 868. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/868-2015-%D0%BF#Text (дата звернення: 04.10.2023).
73. Про утворення Агентства з управління державним боргом України : постанова Кабінету Міністрів України від 12.02.2020 р. № 127. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/127-2020-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).
74. Про Державну фіскальну службу України : постанова Кабінету Міністрів України від 21.05.2014 р. № 236. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236-2014-%D0%BF#Text (дата звернення: 03.11.2024).
75. Про затвердження Положення про Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури України : постанова Кабінету Міністрів України від 30.06.2015 р. № 460. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/460-2015-%D0%BF#Text (дата звернення: 27.10.2024).
76. Про затвердження Положення про Державне агентство розвитку туризму України : постанова Кабінету Міністрів України від 24.12.2019 р. № 1162. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1162-2019-%D0%BF#Text (дата звернення: 08.10.2024).

77. Про затвердження Положення про Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України : постанова Кабінету Міністрів України від 26.11.2014 р. № 676. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/676-2014-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

78. Про затвердження Положення про Державну авіаційну службу України : постанова Кабінету Міністрів України від 08.10.2014 р. № 520. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/520-2014-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

79. Про затвердження Положення про Державне агентство відновлення та розвитку інфраструктури України : постанова Кабінету Міністрів України від 10.09.2014 р. № 439. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/439-2014-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

80. Про затвердження Положення про Міністерство молоді та спорту України : постанова Кабінету Міністрів України від 02.07.2014 р. № 220. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/220-2014-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

81. Про Міністерство аграрної політики та продовольства України : Указ Президента України від 23.04.2011 р. № 500/2011. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/500/2011#Text (дата звернення: 12.11.2024).

82. Про затвердження Положення про Державну службу України з питань геодезії, картографії та кадастру : постанова Кабінету Міністрів України від 14.01.2015 р. № 15. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/15-2015-%D0%BF#Text (дата звернення: 06.10.2024).

83. Про затвердження Положення про Державне агентство України з розвитку меліорації, рибного господарства та продовольчих програм : постанова Кабінету Міністрів України від 30.09.2015 р. № 895. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/895-2015-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

84. Деякі питання Міністерства з питань стратегічних галузей промисловості України : постанова Кабінету Міністрів України від 09.09.2020 р. № 819. URL:

https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/819-2020-%D0%BF#Text (дата звернення: 03.11.2024).

85. Про затвердження Положення про Державну інспекцію енергетичного нагляду України : постанова Кабінету Міністрів України від 14.02.2018 р. № 77. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/77-2018-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

86. Про затвердження Положення про Міністерство цифрової трансформації України : постанова Кабінету Міністрів України від 18.09.2019 р. № 856. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2019-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

87. Про затвердження Положення про Адміністрацію Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України : постанова Кабінету Міністрів України від 03.09.2014 р. № 411. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/411-2014-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

88. Деякі питання Міністерства економіки України : постанова Кабінету Міністрів України від 20.08.2014 р. № 459. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/459-2014-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

89. Про затвердження Положення про Державну службу України з питань праці : постанова Кабінету Міністрів України від 11.02.2015 р. № 96. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/96-2015-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

90. Деякі питання Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України : постанова Кабінету Міністрів України від 25.06.2020 р. № 614. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/614-2020-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

91. Про затвердження Положення про Державну екологічну інспекцію України : постанова Кабінету Міністрів України від 19.04.2017 р. № 275. URL:

https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/275-2017-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

92. Про затвердження Положення про Державну службу геології та надр України : постанова Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1174. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1174-2015-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

93. Про затвердження Положення про Державне агентство водних ресурсів України : постанова Кабінету Міністрів України від 20.08.2014 р. № 393. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393-2014-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

94. Про затвердження Положення про Міністерство закордонних справ України : постанова Кабінету Міністрів України від 30.03.2016 р. № 281. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/281-2016-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

95. Положення про Міністерство у справах ветеранів України. URL: https://mva.gov.ua/about-the-ministry/category/199-normativno-pravovi-zasadi-diyalnosti/polozhennya-pro-ministerstvo-u-spravah-veteraniv-ukraini (дата звернення: 12.11.2024).

96. Про затвердження Положення про Державну службу України з надзвичайних ситуацій : постанова Кабінету Міністрів України від 16.12.2015 р. № 1052. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1052-2015-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

97. Про затвердження Положення про Державне агентство України з питань кіно : постанова Кабінету Міністрів України від 17.07.2014 р. № 277. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/277-2014-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

98. Про затвердження Положення про Державне космічне агентство України : постанова Кабінету Міністрів України від 14.05.2015 р. № 281. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/281-2015-%D0%BF#Text (дата звернення: 12.11.2024).

99. Про затвердження Положення про Комісію з регулювання азартних ігор та лотерей : розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.09.2020 р. № 378-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0003781-20#Text (дата звернення: 12.11.2024).

100. Про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв'язку : Закон України від 16.12.2021 р. № 1971-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1971-20#Text (дата звернення: 12.11.2024).

101, Про Фонд державного майна України : Закон України від 09.12.2011 р. № 4107-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4107-17#Text (дата звернення: 12.11.2024).

102. Про Положення про Державне космічне агентство України : Указ Президента України від 06.04.2011 р. № 1063/2011. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1063/2011#Text (дата звернення: 12.11.2024).

103. Про перелік, кількісний склад і предмети відання комітетів Верховної Ради України дев'ятого скликання : Постанова Верховної Ради України від 29.08.2019 р. № 19-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/19-IX#Text (дата звернення: 12.11.2024).

104. Про утворення Тимчасової спеціальної комісії Верховної Ради України з питань захисту прав інвесторів : Постанова Верховної Ради України від 22.02.2024 р. № 3581-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3581-IX#Text (дата звернення: 12.11.2024).

105. AgroStats. Статистика сільського господарства України. URL: https://agrostats.uhmi.org.ua/ (дата звернення: 21.09.2023).

106. Ляліна Н. С., Чавикіна О. В. Аналіз інвестиційної діяльності у сільському господарстві України та визначення напрямів її активізації. Економіка та держава. 2021. № 7. С. 84–89.

107. World Bank. World development indicators (WDI) | DataBank. URL: https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators (дата звернення: 05.11.2024).
108. Mamonova N., Borodina O., Kuns B. Ukrainian agriculture in wartime: resilience, reforms, and markets. Transnational Institute. 2023. URL: https://www.tni.org/en/article/ukrainian-agriculture-in-wartime (дата звернення: 14.10.2024).
109. Кузьменко Г. О., Телендій А. А. Вплив війни на аграрний сектор України: виклики та роль державного управління у відновленні галузі. Таврійський науковий вісник. Серія: Публічне управління та адміністрування. 2024. № 5. DOI: https://doi.org/10.32782/TNU-2663-6468/2024.5/04.
110. Державна служба статистики України : офіц. сайт. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 27.10.2024).
111. Війна впливає на аграрний сектор в Україні. URL: https://dyvys.info/blogs/vijna-vplyvaye-na-agrarnyj-sektor-v-ukrayini/ (дата звернення: 09.11.2023).
112. Wikipedia contributors. Economic impact of the Russo-Ukrainian war (2022–present). Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Economic_impact_of_the_Russo-Ukrainian_war (дата звернення: 03.10.2024).
113. Kotykova O., Babych M., Nadvynychnyy S., Pohorielova O. Agriculture in Ukraine: regional and global impacts of the war. European Countryside. 2025. Vol. 17, No. 1. P. 204–227. DOI: 10.2478/euco-2025-0011.
114. Eichengreen B. The European economy since 1945: coordinated capitalism and beyond. Princeton : Princeton University Press, 2007. 504 p.
115. De Long J. B., Eichengreen B. The Marshall Plan: history's most successful structural adjustment program. NBER Working Paper. 1991. No. 3899. DOI: 10.3386/w3899.
116. Abelshauser W. The German economy, 1945–1960: reconstruction and growth in the Western zones. London ; New York : Routledge, 2004. 224 p.

117. Rodrik D. Institutions for high-quality growth: what they are and how to acquire them. NBER Working Paper. 2000. No. 7540. DOI: 10.3386/w7540.
118. Acemoglu D., Robinson J. A. Why nations fail: the origins of power, prosperity, and poverty. New York : Crown Business, 2012. 529 p.
119. Amsden A. H. Asia's next giant: South Korea and late industrialization. New York ; Oxford : Oxford University Press, 1989. 379 p.
120. World Bank. The East Asian miracle: economic growth and public policy. New York : Oxford University Press for the World Bank, 1993. 389 p.
121. Chang H.-J. Kicking away the ladder: development strategy in historical perspective. London : Anthem Press, 2002. 187 p.
122. World Bank. World development report 1994: infrastructure for development. New York : Oxford University Press for the World Bank, 1994. 254 p.
123. Blanchard O. Macroeconomics. 8th ed. Harlow : Pearson Education, 2021. 640 p.
124. Becker G. S. Human capital: a theoretical and empirical analysis, with special reference to education. 3rd ed. Chicago : University of Chicago Press, 1993. 402 p.
125. Barro R. J., Sala-i-Martin X. Economic growth. 2nd ed. Cambridge, MA : MIT Press, 2004. 654 p.
126. Bertalanffy L. von. General system theory: foundations, development, applications. New York : George Braziller, 1968. 295 p.
127. Wiener N. Cybernetics: or control and communication in the animal and the machine. Cambridge, MA : MIT Press, 1948. 212 p.
128. Simon H. A. The architecture of complexity. Proceedings of the American Philosophical Society. 1962. Vol. 106, No. 6. P. 467–482.
129. Simon H. A. Administrative behavior. 4th ed. New York : Free Press, 1997. 368 p.
130. Ackoff R. L. Towards a system of systems concepts. Management Science. 1971. Vol. 17, No. 11. P. 661–671.
131. Beer S. Brain of the firm. London : Allen Lane, 1972. 348 p.
132. Forrester J. W. Industrial dynamics. Cambridge, MA : MIT Press, 1961. 464 p.

133. Meadows D. H. Thinking in systems: a primer. White River Junction, VT : Chelsea Green Publishing, 2008. 240 p.

134. Armstrong J. S. Principles of forecasting: a handbook for researchers and practitioners. Boston : Springer, 2001. 849 p.

135. Dalkey N., Helmer O. An experimental application of the Delphi method. Management Science. 1963. Vol. 9, No. 3. P. 458–467.

136. Day G. S. Market driven strategy: processes for creating value. New York : Free Press, 1990. 416 p.

137. Drucker P. F. Management challenges for the 21st century. New York : HarperBusiness, 1999. 224 p.

138. Hair J. F., Black W. C., Babin B. J., Anderson R. E. Multivariate data analysis. 8th ed. Andover : Cengage Learning, 2019. 813 p.

139. Hsu C.-C., Sandford B. A. The Delphi technique: making sense of consensus. Practical Assessment, Research and Evaluation. 2007. Vol. 12. Art. 10. P. 1–8.

140. Kahneman D. Thinking, fast and slow. New York : Farrar, Straus and Giroux, 2011. 499 p.

141. Solomon M. R., Marshall G. W., Stuart E. W. Marketing: real people, real choices. 8th ed. Harlow : Pearson Education, 2015. 640 p.

142. The Delphi method: techniques and applications / eds. H. A. Linstone, M. Turoff. Reading, MA : Addison-Wesley, 1975. 620 p.

143. Malhotra N. K. Marketing research: an applied orientation. 7th ed. Harlow : Pearson Education, 2019. 944 p.

144. Morgan N. A., Hunt S. D. The commitment-trust theory of relationship marketing. Journal of Marketing. 1994. Vol. 58, No. 3. P. 20–38.

145. Saaty T. L. The analytic hierarchy process. New York : McGraw-Hill, 1980. 287 p.

146. Wedel M., Kamakura W. A. Market segmentation: conceptual and methodological foundations. 2nd ed. Boston : Kluwer Academic Publishers, 2000. 382 p.

147. Sheth J. N., Parvatiyar A. Relationship marketing in consumer markets: antecedents and consequences. Journal of the Academy of Marketing Science. 1995. Vol. 23, No. 4. P. 255–271..

148. Achrol R. S., Kotler P. Frontiers of the marketing paradigm in the third millennium. Journal of the Academy of Marketing Science. 2012. Vol. 40, No. 1. P. 35–52.

149. Grönroos C. Service management and marketing : managing the service profit logic. 4th ed. Wiley, 2015. 676 p.

150. Saaty T. L. Decision making with the analytic hierarchy process. Pittsburgh : RWS Publications, 2008. 345 p.

151. Aaker D. A. Strategic market management. 10th ed. Wiley, 2014. 368 p.

152. Bryman A. Social research methods. 5th ed. Oxford : Oxford University Press, 2016.

153. Payne A., Christopher M., Clark M., Peck H. Relationship marketing for competitive advantage : winning and keeping customers. Oxford : Butterworth-Heinemann, 1995. 308 p.

154. Winston W. L. Operations research: applications and algorithms. 4th ed. Belmont, CA : Thomson Brooks/Cole, 2004. 1418 p.

155. Вітлінський В. В. Економіко-математичне моделювання : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2003. 408 с.

156. Балабанова Л. В. Маркетинг : підручник. Вид. 3-тє, переробл. і доп. Київ : КНЕУ, 2011. 543 с.

157. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. 4-те вид., доп. Київ : Лібра, 2006. 717 с

158. Крикавський Є. В., Косар Н. С., Чубала А. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. 232 с.

159. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент : підручник. Суми : Університетська книга, 2010. 334 с.

160. Checkland P. Systems thinking, systems practice. Chichester : John Wiley & Sons, 1981. 330 p.

161. Senge P. M. The fifth discipline: the art and practice of the learning organization. New York : Doubleday, 1990. 371 p

162. Sterman J. D. Business dynamics: systems thinking and modeling for a complex world. Boston : McGraw-Hill, 2000. 982 p.

163. Parsons T. The social system. London : Routledge, 1951. 575 p.

164. Scott W. R. Organizations: rational, natural, and open systems. 5th ed. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall, 2003. 430 p.

165. Simon H. A. The sciences of the artificial. Cambridge, MA : MIT Press, 1969. 248 p.

166. Ackoff R. L. Systems thinking, systems practice. New York : Wiley, 1981. 276 p.

167. Chiang A. C., Wainwright K. Fundamental methods of mathematical economics. 4th ed. New York : McGraw-Hill, 2005. 688 p.

168. Intriligator M. D. Mathematical optimization and economic theory. Philadelphia : SIAM, 2002. 508 p.

169. Keller K. L. Strategic brand management : building, measuring, and managing brand equity. 4th ed. Pearson Education, 2013. 608 p.

170. Armstrong G., Kotler P. Principles of marketing. 17th ed. Pearson Education, 2017. 736 p.

171. Barney J. B. Gaining and sustaining competitive advantage. 4th ed. Upper Saddle River, NJ : Pearson Education, 2010. 592 p.

172. Kaplan R. S., Norton D. P. The balanced scorecard: translating strategy into action. Boston : Harvard Business School Press, 1996. 322 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця 1.1

Теоретичні підходи до визначення сутності маркетингових досліджень

Автор											
Визначення	ESOMAR	Ф.Котлер	Є.Голубков	Американська маркетингова асоціація	Європейське товариство з вивчення громадської думки та маркетингу	Г.Багієв	І.Бєляєвський	Дж. М. Эванс, Б. Берман	А.Старостіна	В.Полторак	Г.Черчіль
систематичний збір і об'єктивний запис, класифікація, аналіз та надання даних щодо поведінки, відносин, думок, мотивацій та ін.	+										

Продовження таблиці 1.1

Автор								
Визначення	ESOMAR	Ф.Котлер	Американська маркетингова асоціація	Європейське товариство з вивчення громадської думки та маркетингу	Дж. М. Эванс, Б. Берман	А.Старостіна	В.Полторак	Г.Черчіль
систематична підготовка та проведення різних обстежень, аналіз отриманих даних та подання результатів і висновків у виді, який відповідає конкретній маркетинговій задачі, що стоїть перед компанією		+						
цільовий збір, реєстрація та аналіз всіх фактів з проблем, які пов'язані з обміном та продажем товарів і послуг виробником покупцю.			+					
систематичний пошук, збір, обробка та інтеграція інформації, яка пов'язана або відноситься до всіх проблем маркетингу товарів та послуг.				+				
Комплексне поняття, яке включає всі види дослідницької діяльності, пов'язані з управлінськими функціями маркетингу					+			

Продовження таблиці 1.1

Автор								
Визначення	ESOMAR	Ф.Котлер	Американська маркетингова асоціація	Європейське товариство з вивчення громадської думки та маркетингу	Дж. М. Эванс, Б. Берман	А.Старостіна	В.Полторак	Г.Черчіль
систематичний процес постановки цілей дослідження, ідентифікації обсягів, збору, аналізу об'єктивної ринкової інформації та розробки рекомендацій для ухвалення конкретних управлінських рішень щодо будь-яких елементів ринково – продуктової стратегії фірми і методів її реалізації для досягнення кінцевих результатів у діяльності фірми за умов сформованого маркетингового середовища.						+		
наукові дослідження, спрямовані на систематичний збір, оцінку та аналіз фактографічної інформації щодо потреб, думок, мотивацій, відносин, поведінки окремих осіб та організацій, пов'язаних з маркетингом, а також підготовка цієї інформації до ухвалення маркетингових рішень							+	

Продовження таблиці 1.1

Автор								
Визначення	ESOMAR	Ф.Котлер	Американська маркетингова асоціація	Європейське товариство з вивчення громадської думки та маркетингу	Дж. М. Эванс, Б. Берман	А.Старостіна	В.Полторак	Г.Черчіль
функція маркетингу, що пов'язує підприємство зі споживачами через інформацію, яка використовується для виявлення та визначення можливостей і проблем маркетингу; розробки, уточнення, оцінки і контролю виконання маркетингових заходів; удосконалення розуміння маркетингу як процесу								+

Джерело: сформовано автором на основі джерел [3],[4],[5],[6],[7],[8,],[9],[10],[11],[12],[13].

ДОДАТОК Б

Таблиця 1.6.

Етапи проведення маркетингових досліджень

Автор	Етапи
Ю.В. Лаврова	- виявлення проблем і формулювання цілей дослідження;
	- аналіз ситуації;
	- збір інформації;
	- аналіз зібраної інформації;
	- подання отриманих результатів.
В.О. Ткачук	- прийняття рішення про проведення аналізу.
	- опис поточного ринкового стану банку.
	- виділення можливих альтернатив розвитку.
	- класифікація факторів маркетингового середовища.
	- визначення цілей маркетингової діяльності.
	-маркетинговий синтез – передбачає оцінку цілей і прийняття рішень.
	- стратегічне планування:
	- визначення можливих варіантів стратегії.
	- вибір (яким шляхом йти до цілі) стратегії.

Продовження Таблиці 1.6.

Автор	Етапи
	- визначення тактики.
	- складання оперативного (тактичного) плану.
	- реалізація оперативного плану.
	- контроль, який передбачає:
	-збір інформації.
	- порівняння очікуваних і фактичних результатів.
	- прийняття рішення про проведення аналізу.
Г.А. Черчілль	- визначення проблеми.
	- вибір проєктудосліджень (розробка програми дослідження).
	- визначення методу збору даних.
	- розробка форм, які заповнюються за результатами спостереження.
	- планування вибірки, збір даних.
	- аналіз і інтерпретація даних.
	- підготовка звіту про результати досліджень.
О. С. Сенишин, О. В. Кривешко	**І фаза** – Підготовча: (1. Визначення проблеми, формулювання завдання; 2. Вироблення концепції збирання даних; 3. Визначення методів збору даних.)

Продовження таблиці 1.6.

	II фаза – (Проведення польового дослідження: 4. Розробка форм, які заповнюються за результатами польового дослідження; 5. Збір даних.)
	III фаза – (Заключна: 6. Аналіз та інтерпретація даних; 7. Подання отриманих результатів.)
Ю.Є.Петруня	Підготовчий
	аналітично-підсумковий

Джерело: сформовано автором на основі джерел [24],[25],[26],[27].

ДОДАТОК В

Таблиця 1.8.

Теоретичні підходи до визначення сутності інвестиційної привабливості

Автор									
Визначення	І.О. Бланк	С.О. Гуткевич	І.І.Вербицька	С.О. Іщук	Р. Дамодарана	Р. Брейлі, С. Майерса та Ф. Аллен	Д. Грехема та Д. Дода	Д. Норт	М. Портер
Інвестиційна привабливість – інтегральна характеристика окремих підприємств як об'єктів майбутнього інвестування, з позицій перспективності розвитку, обсягу і перспектив збуту продукції, ефективності використання активів та їх ліквідності, стану платоспроможності і фінансової стійкості	+								
Інвестиційна привабливість – це інтегральна характеристика умов та чинників з позиції перспективності створення інвестиційного клімату, достатнього рівня розвитку ринкової та соціальної інфраструктури, реальних можливостей отримання інвестиційних ресурсів та реалізації інших факторів, які суттєво впливають на формування прибутковості інвестицій і обмеження інвестиційних ризиків		+							
Інвестиційна привабливість – це інтегрована система, яку формують компоненти, що різні за своєю природою та взаємозв'язками.			+						

Продовження таблиці 1.8.

Автор									
Визначення	І.О. Бланк	С.О. Гуткевич	І.І.Вербицька	С.О. Іщук	Р. Дамодарана	Р. Брейлі, С. Майерса та Ф. Аллен	Д. Грехема та Д. Дода	Д. Норт	М. Портер
Інвестиційна привабливість – це інтегральний показник, що об'єднує систему формальних і неформальних критеріїв, за якими визначається доцільність вкладення капіталу в потенційний об єкт інвестування				+					
Інвестиції – це споживання ресурсів сьогодні з метою отримання більшої вигоди у майбутньому.					+				
Інвестиції – це придбання фінансових активів, таких як акції або облігації, з метою отримання доходу або прибутку у майбутньому						+			
Інвестиції – це придбання цінних паперів або активів з метою отримання прибутку шляхом збільшення їхньої вартості або отримання дивідендів чи відсотків							+		
Інвестиції – це вкладення капіталу у виробництво з метою створення матеріальних активів, які здатні забезпечувати прибуток в майбутньому								+	
Інвестиції – це створення нових або розширення існуючих активів, таких як машини, обладнання, будівлі, з метою підвищення продуктивності та отримання конкурентної переваги									+

Джерело: Сформовано автором на основі джерел [29],[30],[31],[32],[33],[34],[35],[36],[37].

ДОДАТОК Г

Шановні експерти!

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі НУБіП України проводить дослідження інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва. Просимо Вас дати відповіді на запитання анкети і взяти участь разом з нами в підготовці рекомендацій уряду України щодо покращення інвестиційного клімату господарської діяльності фермерських господарств України.

Заздалегідь вдячні Вам за відверті відповіді

1. **Чи вважаєте Ви галузь сільського господарства інвестиційно привабливою? (Позначте позначкою «+» Ваш варіант відповіді)**

   Так ☐ Ні ☐

2. **Які види інвестицій Ви вважаєте найбільш привабливими (Позначте, будь ласка Ваші варіанти відповіді позначкою «+»);**

№	Види інвестицій	Ваші варіанти відповідей
1	**Зовнішні**	
-	будівництво або модернізація агропідприємств за іноземні кошти	
-	фінансування агростартапів державними чи іноземними фондами	
-	кредити чи гранти для фермерів на розвиток виробництва	
-	впровадження іноземних агротехнологій в обмін на частку в прибутку або володінні	
2	**Внутрішні**	
-	реінвестування прибутку від попередніх врожаїв або тваринництва в розширення/модернізацію виробництва	
-	реінвестування в розширення посівних площ або асортименту культур	
-	реінвестування в засоби виробництва	
-	реінвестування в переробку власної продукції	
-	реінвестування в нові технології	

3. **Оцініть, будь ласка, інвестиційний клімат в сільськогосподарському виробництві. Позначте позначкою «+» Вашу оцінку. «1» - вкрай негативний, «10» - дуже добрий;**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. **Перерахуйте, будь ласка, які проблеми перешкоджають залученню інвестицій. Проранжуйте, будь ласка, від 1 до останньої цифри ступінь важливості цих проблем. Найважливішу проблему позначте цифрою «1», наступну за значенням цифрою «2» і так далі за аналогією. Кожному номеру має відповідати лише одна проблема;**

Проблеми	Позиція за важливістю
Війна	
Корупція	
Слабка та недосконала законодавча база	
Кліматичні умови	
Технологічна відсталість фермерських господарств	
Низька якість виробничих ресурсів (техніка, добрива, корми, транспорт)	
Проблеми в логістиці	
Відсутність розвитку галузі та перспектив	
Труднощі в доступі до виробничих ресурсів (техніка, добрива, корми, транспорт)	
Наявність більш привабливих галузей для інвестицій з точки зору прибутковості	
Неефективна політика уряду щодо залучення інвестицій	
Недосконалість стратегій інвестиційного планування	
Ваші варіанти:	
-	
-	
-	
-	
-	

5. **Яким визначенням, на Вашу думку, можна охарактеризувати рівень інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва? Використайте позначкою «+»;**

Ваш варіант відповіді:

- Досконалий рівень ☐
- Сучасний рівень ☐
- Середній рівень ☐
- Задовільний рівень ☐
- Незадовільний рівень ☐
- Інше визначення (укажіть)

---

6. **Як, на Вашу думку, слід діяти уряду для покращення інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва?**

А) В сфері законодавства України

_____
_____
_____
_____
_____
_____

Б) В сфері управління інвестиціями

_____
_____
_____
_____
_____
_____

В) В сфері інформаційного забезпечення

_____
_____
_____
_____
_____
_____

Г) В сфері державного регулювання

_____
_____
_____
_____
_____
_____

Д) Інші варіанти (запропонуйте)

_____
_____
_____
_____
_____
_____

7. Повідомте, будь ласка, деякі дані про себе: (вкажіть позначкою «+»);

а) Ваш вік

до 30 років	31-40	41-50	51-65	старше 65

б) Ваша стать

Чол.	Жін.

в) Місце проживання

Село	СМТ	Центр ОТГ	Обласний центр

г) Ваша освіта

Повна загальна середня освіта	Професійна (професійно-технічна) освіта	Фахова пе-редвища освіта	Вища освіта

д) Ваш стаж роботи на займаній посаді (вкажіть цифрою)_____.

Дякуємо за ваші відповіді!

ДОДАТОК Д

Таблиця 2.2.

Функції органів виконавчої влади щодо здійснення інвестиційної діяльності

Функції	Назва органу виконачвої влади											
	Кабінет міністрів України	Міністерство фінансів україни	Міністерство розвитку громад територій та інфраструктури україни	Міністерство молоді та спорту України	Міністерство аграрної політики та продовольства України	Міністерство з питань стратегічних галузей промисловості україни	Міністерство енергетики україни	Міністерство цифрової трансформації України	Міністерство економіки України	Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів україни	Міністерство закордонних справ україни	Міністерство по справах ветеранів України
Забезпечує проведення інвестиційної політики	+											
забезпечує у межах своїх повноважень організацію та здійснення контролю за інвестуванням пенсійних коштів		+										
бере участь у залученні інвестицій			+									
бере участь у реалізації інвестиційної політики у сфері фізичної культури і спорту				+								
сприяє реалізації інвестиційних проєктів					+							
бере участь у залучення інвестицій в оборонно-промисловий комплекс						+						

Продовження таблиці 2.2.

Функції	Назва органу виконачвої влади											
	Кабінет міністрів України	Міністерство фінансів україни	Міністерство розвитку громад територій та інфраструктури україни	Міністерство молоді та спорту України	Міністерство аграрної політики та продовольства України	Міністерство з питань стратегічних галузей промисловості україни	Міністерство енергетики україни	Міністерство цифрової трансформації України	Міністерство економіки України	Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів україни	Міністерство закордонних справ України	Міністерство по справах ветеранів України
Бере участь у затверденні інвестиційних планів та підготовці інвестиційних проєктів							+					
сприяє залученню інвестицій, здійснює заходи, зокрема міжнародні, спрямовані на формування позитивного інвестиційного іміджу ІТ-індустрії України								+				
Реалізує державну інвестиційну політику в сфері економіки									+			

Джерело: Сформовано автором на основі джерел [68-102]

Продовження таблиці 2.2.

Функції	Назва органу виконавчої влади											
	Кабінет міністрів України	Міністерство фінансів України	Міністерство розвитку громад територій та інфраструктури України	Міністерство молоді та спорту України	Міністерство аграрної політики та продовольства України	Міністерство з питань стратегічних галузей промисловості України	Міністерство енергетики України	Міністерство цифрової трансформації України	Міністерство економіки України	Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України	Міністерство закордонних справ України	Міністерство по справах ветеранів України
Затверджує річні фінансові та інвестиційні плани, інвестиційні плани на середньострокову перспективу (три - п'ять років) державних підприємств, що належать до сфери управління Мінздовкілля										+		
Готує пропозиції щодо покращення інвестиційного клімату, створення позитивного інвестиційного іміджу,											+	
Вживає заходів та організовує роботу із залучення інвестицій, кредитів та грантів.												+

Таблиця 2.3.

Функції підпорядкованих міністерствам органів та служб щодо здійснення інвестиційної діяльності

Функції	Назва підпорядкованого органу													
	Державна аудиторська служба Украни	Агентство з управління державним боргом України	Державна фіскальна служба України	Державне агентство розвитку туризму	Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України	Державна авіаційна служба України	Державне агентство відновлення та розвитку інфраструктури України	Державна служба України з питань геодезії, картографії та кадастру	Державне агентство України з розвитку меліорації, рибного господарства та продовольчих програм	Державна інспекція енергетичного нагляду України	Адміністрація Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України	Державна служба України з питань праці	Державна екологічна інспекція України	Державна служба екології та надр України
Здійснює контроль за реалізацією інвестиційних проєктів	+													
Забезпечує висвітлення боргової політики держави серед вітчизняних та іноземних інвесторів		+												
Організовує інвестиційну діяльність			+											

Продовження Таблиці 2.3.

Функції	Назва підпорядкованого органу													
	Державна аудиторська служба Украни	Агентство з управління державним боргом України	Державна фіскальна служба України	Державне агентство розвитку туризму	Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України	Державна авіаційна служба України	Державне агентство відновлення та розвитку інфраструктури України	Державна служба України з питань геодезії, картографії та кадастру	Державне агентство України з розвитку меліорації, рибного господарства та продовольчих програм	Державна інспекція енергетичного нагляду України	Адміністрація Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України	Державна служба України з питань праці	Державна екологічна інспекція України	Державна служба екології та надр України
Бере участь у реалізації державної інвестиційної політики у сфері туризму та курортів				+										

Продовження Таблиці 2.3.

Бере участь у розгляді та відборі інвестиційних проєктів та проєктів екологічного спрямування					+									
Реалізує інвестиційну політику в галузі цивільної авіації						+								
Бере участь у реалізації державної інвестиційної політики							+							

Продовження Таблиці 2.3.

Функції	Назва підпорядкованого органу													
	Державна аудиторська служба Украни	Агентство з управління державним боргом України	Державна фіскальна служба України	Державне агентство розвитку туризму	Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України	Державна авіаційна служба України	Державне агентство відновлення та розвитку інфраструктури України	Державна служба України з питань геодезії, картографії та кадастру	Державне агентство України з розвитку меліорації, рибного господарства та продовольчих програм	Державна інспекція енергетичного нагляду України	Адміністрація Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України	Державна служба України з питань праці	Державна екологічна інспекція України	Державна служба екології та надр України
Організовує інвестиційну діяльність у сфері земельних відносин								+						
Організовує інвестиційну діяльність									+					
Надає НКРЕКП висновки щодо пріоритетності технічних рішень для розвитку систем розподілу,										+				

передба-чених проєктами інвести-ційних програм операто-рів систем розподілу														

Продовження Таблиці 2.3.

Функції	Назва підпорядкованого органу													
	Державна аудиторська служба Украни	Агентство з управління державним боргом України	Державна фіскальна служба України	Державне агентство розвитку туризму	Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України	Державна авіаційна служба України	Державне агентство відновлення та розвитку інфраструктури України	Державна служба України з питань геодезії, картографії та кадастру	Державне агентство України з розвитку меліорації, рибного господарства та продовольчих програм	Державна інспекція енергетичного нагляду України	Адміністрація Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України	Державна служба України з питань праці	Державна екологічна інспекція України	Державна служба екології та надр України
Бере участь у реалізації державного замовлення на виконання робіт і поставок продукції для державних потреб, сприяння залученню інвест. діяльн.											+			

Продовження Таблиці 2.3.

Бере участь у проведенні державної експертизи інвестицій-них програм												+		
Орган інвес-тиційну дія-льність													+	
Організовує інвестиційну діяльність														+

Джерело: Сформовано автором на основі джерел [68-102]

Таблиця 2.4..

Функції служб, агентств, Центральних органів виконавчої влади з особливим статусом, колегіальних органів щодо здійснення інвестиційної діяльності

Служби, агентства. Центральні органи виконавчої влади з особливим статусом, колегіальні органи								
Функції	Державна служба надзвичайних ситуацій	Державне агентство України з питань кіно	Державне космічне агентство україни	Комісія з регулювання азартних ігор та лотерей	Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв'язку	Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг	Фонд державного майна україни	Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку
Організовує провадження інвестиційної діяльності	+							
Бере участь в організації конкурсу з відбору інвестиційних та інноваційних проєктів у сфері кінематографії		+						

Продовження Таблиці 2.4.

Функції	Служби, агентства. Центральні органи виконавчої влади з особливим статусом, колегіальні органи							
	Державна служба надзвичайних ситуацій	Державне агентство України з питань кіно	Державне космічне агентство україни	Комісія з регулювання азартних ігор та лотерей	Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв'язку	Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг	Фонд державного майна україни	Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку
Організовує інвестиційну діяльність			+					
Займається створенням сприятливих організаційних та економічних умов для залучення інвестицій у сферу організації та проведення азартних ігор				+				

Продовження Таблиці 2.4.

Функції	Служби, агентства. Центральні органи виконавчої влади з особливим статусом, колегіальні органи							
	Державна служба надзвичайних ситуацій	Державне агентство України з питань кіно	Державне космічне агентство україни	Комісія з регулювання азартних ігор та лотерей	Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв'язку	Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг	Фонд державного майна україни	Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку
Забезпечує покращення інвестиційної привабливості розвитку інфраструктури, ринків у сферах електронних комунікацій та надання послуг поштового зв'язку					+			
Створює сприятливі умови для залучення інвестицій у регіони						+		

Продовження Таблиці 2.4.

Функції	Служби, агентства. Центральні органи виконавчої влади з особливим статусом, колегіальні органи							
	Державна служба надзвичайних ситуацій	Державне агентство України з питань кіно	Державне космічне агентство україни	Комісія з регулювання азартних ігор та лотерей	Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв'язку	Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг	Фонд державного майна україни	Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку
Сприяє залученню недержавних інвестицій .							+	
Захищає права інвесторів								+

Джерело: Сформовано автором на основі джерел [68-102]

ДОДАТОК Е

АКТ ВПРОВАДЖЕННЯ

результатів дисертації на здобуття наукового
ступеня доктора з філософії аспіранта
Національного Університету біоресурсів і природокористування України
Корнійчука Тимофія Андрійовича
«Маркетингові дослідження інвестиційної привабливості
сільськогосподарських підприємств в процесі відбудови економіки України»

Даний акт складений про те, що розроблені в дисертацій роботі Корнійчука Т.А. теоретико-методичні засади та практичні рекомендації щодо розробки методики підвищення інвестиційної привабливості підприємства, використані у ТОВ «БІЗНЕС АГРО ПОДІЛЛЯ», що призначені для підвищення інвестиційної привабливості підприємствапри інвестиційному плануванні.

Впроваджений економічний механізм надає інформаційно-аналітичну підтримку процесу інвестиційного планування та визначає сукупність принципів, методів і процедур оцінювання та управління факторами інвестиційної привабливості підприємства.

Впровадження цієї методики дає можливості для вирішення проблеми з підвищенням інвестиційної привабливості підприємства та дозволяє пов'язати стратегічні цілі розвитку підприємства з параметрами інвестиційних проєктів та очікуваннями потенційних інвесторів.

Надана автором методика використовується на підприємстві в маркетинговому відділі, а також може використовуватись в департаменті фінансів та закупівель.

Директор
ТОВ «БІЗНЕС АГРО ПОДІЛЛЯ» Іван ТОМАШУК