

УДК 339.13:330.322:658

М. М. Дєліні,

д. е. н., професор, професор кафедри виробничого та інвестиційного менеджменту,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1016-2305>

К. А. Алексеєва,

д. е. н., доцент, доцент кафедри виробничого та інвестиційного менеджменту,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1129-0771>

О. В. Перчук,

к. е. н., доцент, член Фермерського господарства "Родень-4"

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3549-5544>

DOI: 10.32702/2306-6792.2026.7.94

РОЛЬ ТА НАПРЯМКИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В ОЦІНЦІ ТА ФОРМУВАННІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

M. Dielini,

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor of the Department of Production and Investment Management,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

K. Alekseeva,

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the
Department of Production and Investment Management, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

O. Perchuk,

PhD in Economics, Associate Professor, Member of a farming enterprise "Roden-4"

THE ROLE AND DIRECTIONS OF MARKETING RESEARCH IN ASSESSING AND FORMING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF UKRAINIAN ENTERPRISES

Стаття присвячена дослідженню ролі та напрямків маркетингових досліджень в оцінці та формуванні інвестиційної привабливості підприємства. Досягненню цього сприяло характеристика понять "інвестиційна привабливість" та "маркетингові дослідження". Обґрунтовано, що маркетингові дослідження можуть проводитись як з метою оцінки інвестиційної привабливості підприємства, так й для її формування чи покращення. Залежно від мети проведення маркетингових досліджень визначено суб'єкти цього процесу та основні результати. Ідентифіковано інвестора як суб'єкта проведення маркетингових досліджень у випадку оцінки інвестиційної привабливості підприємства, який в результаті приймає відповідне інвестиційне рішення щодо фінансування підприємства. Встановлено, що у разі використання маркетингових досліджень для формування інвестиційної привабливості підприємства суб'єктом виступає підприємство, яке аналізує результати дослідження та приймає відповідне управлінське рішення щодо подальшого розвитку.

The article is devoted to the study of the role and directions of marketing research in the assessment and formation of the enterprise's investment attractiveness, which forms the purpose of the scientific research. The relevance of the research is justified by the importance for domestic enterprises under modern conditions of supporting and fulfilling their development and vital activity. For this, external financing of activities may be necessary to ensure new projects of the enterprise or scaling up existing ones. In order to attract investors, it is important to demonstrate an investment attractiveness, which includes both the efficiency of financial and economic activities and a stable production process, a positive image of the company, the stability of the organizational structure, etc. Marketing research can play a significant role in the process of forming and assessing investment attractiveness.

The research methods were analysis, synthesis, generalization, extrapolation, graphical and tabular methods.

The results of the study were an analysis of theoretical approaches to the interpretation of the concept of "investment attractiveness" and the author's definition of this category. Taking into account the characteristics of marketing research, the importance of this process in relation to the investment attractiveness of the enterprise is substantiated. The directions of application of marketing research for investors as a subject who assesses the investment attractiveness of the enterprise and as a result has the opportunity to make a well-founded investment decision are determined. Directions for manufacturing and agricultural enterprises are also proposed. On the other hand, the enterprise can also act as a subject of marketing research in order to form its own investment attractiveness, which ultimately allows for making effective management decisions.

The practical results of the study are the opportunity for investors, on the one hand, and business owners and managers, on the other, to implement marketing research directions in their activities when making management decisions, which will contribute to a more favorable outcome from investment activities.

Ключові слова: інвестиційна привабливість, інвестиції, маркетингові дослідження, стратегія, виробничі підприємства, сільськогосподарські підприємства.

Key words: investment attractiveness, investments, marketing research, strategy, manufacturing enterprises, agricultural enterprises.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Сучасні умови невизначеності українсько-го та світового бізнес-середовища вимагають від підприємств значних зусиль по збереженню своїх позицій на ринку. Деякі з них потребують додаткових зовнішніх фінансових ресурсів для забезпечення своєї діяльності, інші мають можливість розвинути існуючу та масштабуватись або реалізувати нові проекти, що також вимагає пошук інвесторів. Вирішальну роль в пошуку інвесторів та прийнятті ними позитивних рішень відіграє інвестиційна привабливість підприємства, яка є результатом діяльності компанії та проявляється у стабільних фінансово-економічних результатах та виробничих процесах, налагодженій та ефективній організаційній структурі підприємства, а також позитивному іміджу компанії. Зазначене й обґрунтовує актуальність даного наукового дослідження.

АНАЛІЗ ОСТАННІЙ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Предметом своїх наукових досліджень інвестиційну привабливість підприємств, регіонів, країни зробили низка українських вчених, які на глибокому теоретичному рівні досліджували сутність даного поняття, чинники, які впливають на неї, методичні підходи до оцінки. Та-

кими вченими є Гуткевич С.О., Пулій О.В. [2], Крамаренко К.М. [3], Погребняк А.Ю., Лопатюк В.С. [4], Скрипник Ю.В. [5], Яськов Є.О. [6]. Маркетинговим дослідженням присвячені наукові доробки Багорки М.О., Юрченко Н.І., Абрамович І.А. [7].

Крім того, питання інвестиційної привабливості підприємств стають предметом вивчення й законотворців, що знайшло своє відображення в Методиці інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій [1]. Питанням маркетингових досліджень, напрямків їх реалізації присвячені роботи відомих аналітичних компаній таких як Pro-Consulting [8].

Таким чином, ми бачимо великий науковий доробок вчених та практиків в частині дослідження інвестиційної привабливості підприємств, регіонів та країни, а також місця та ролі маркетингових досліджень в діяльності підприємств. Втім нерозкритим залишається питання ролі маркетингових досліджень саме в формуванні інвестиційної привабливості підприємств та при її оцінці. Важливим є виділення суб'єктів цього процесу та визначення відповідно до цього напрямів проведення маркетингових досліджень.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є визначення ролі маркетингових досліджень в оцінці та формуванні інвестиційної привабливості підприємств України.

Досягненню мети сприятиме теоретичне висвітлення понять "маркетингові дослідження", "інвестиційна привабливість підприємств", а також вивчення сучасних трансформацій в оцінці привабливості з боку інвесторів та ролі маркетингових досліджень в цьому.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

В сучасних умовах господарювання в Україні для підприємств важливим є збереження своєї фінансової стійкості та можливості ведення основної діяльності. Деякі підприємства орієнтовані на розвиток та масштабування навіть в умовах війни. В обох випадках одним з ресурсів досягнення цього стають інвестиційні, які допомагають акумулювати капітал для реалізації планів та стратегій підприємства. Ймовірність знаходження інвестиційних коштів зростає в залежності від інвестиційної привабливості підприємства, яка відіграє значну роль в позиціонуванні підприємства й є наслідком його діяльності.

Теоретичні підходи до визначення поняття "інвестиційна привабливість підприємства" наведемо в табл. 1.

Таким чином, аналіз трактувань вчених інвестиційної привабливості як підприємства, так й інших об'єктів, дозволяє побачити певні відмінності в самій характеристиці категорії. Проте, узагальнюючи наведені поняття, можемо визначити інвестиційну привабливість підприємства як комплексний показник результатів діяльності підприємства, який включає в себе оцінку фінансового стану, організаційної структури, виробничого та ресурсного потенціалу, що дозволяє досягти цілей підприємства та інвестора.

Виходячи з цього зрозумілим є те, що процес оцінки інвестиційної привабливості підприємства є системною, глибокою діяльністю, яка спрямована на ґрунтовний аналіз результатів діяльності підприємства з боку інвестора з метою прийняття певного управлінського та інвестиційного рішення. Також складовою оцінки інвестиційної привабливості підприємства може бути не тільки аналіз діяльності конкретного підприємства, але й ринку взагалі та місця даного підприємства на даному ринку. Основну роль в такій оцінці можуть відігравати маркетингові дослідження, які Багорка М.О., Юрченко Н.І. та Абрамович І.А. визначають як "вивчення існуючих потреб ринку в конкурентному середовищі, при цьому

здійснюється аналіз поведінки конкурентів і споживачів, зниження витрат при веденні бізнесу, прийняття та коригування управлінських рішень щодо екстраполювання ситуації з метою адекватного реагування на її зміну" [7]. Тобто, це процес дослідження з метою аналізу зовнішнього середовища підприємства. Якщо ми говоримо з позиції інвестора, то результатом маркетингових досліджень можуть бути: розуміння кон'юнктури ринку, місце на ньому підприємства — потенційного об'єкта інвестування, актуальність продукції, яка виробляється даним підприємством та ін.

Але, варто додати, що маркетингові дослідження також відіграють значну роль й в формуванні інвестиційної привабливості підприємства, що дозволяє побачити важливість даного процесу для обох сторін. З позиції підприємства, яке зацікавлено в формуванні свого іміджу як інвестиційно привабливого, маркетингові дослідження дозволяють так само вивчити ринок, проаналізувати основні запити на товари, їхню якість, проаналізувати поведінку потенційних споживачів. Це сприяє ефективній

Таблиця 1. Трактування поняття "інвестиційна привабливість" та "інвестиційна привабливість підприємства"

Автор/нормативна документація	Характеристика поняття
Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій [1]	«Інвестиційна привабливість підприємства – це рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного підприємства, яке може визначитися чи оцінюватися значеннями відповідних показників, у тому числі інтегральної оцінки»
Гуткевич С.О., Пулій О.В. [2]	«Інвестиційна привабливість – інтегральна оцінка переваг та недоліків об'єктів інвестування, яка визначає можливість та доцільність прийняття рішення інвестором щодо інвестування в певний економічний об'єкт»
Крамаренко К.М. [3]	«Інвестиційна привабливість – це інтегральний показник, що характеризує доцільність інвестування визначеного об'єкта з позицій конкретного інвестора»
Погребняк А.Ю., Лопатюк В.С. [4]	«Інвестиційна привабливість підприємства – це система економічних відносин між суб'єктами господарювання з приводу ефективного розвитку бізнесу та підтримання його конкурентоспроможності»
Скрипник Ю.В. [5]	«Інвестиційна привабливість сільськогосподарського підприємства – це здатність природного, виробничого та фінансового потенціалу підприємства ефективно освоїти вкладені кошти та забезпечити їх віддачу на протязі визначеного періоду»
Яськов Є.О. [6]	«Інвестиційна привабливість – це індикатор, який визначає привабливість ринку або регіону (країни) для інвесторів, ґрунтується на синтезі різноманітних чинників, включно з інвестиційним ризиком, потенціалом, наявністю ресурсів та іншими аспектами»

Джерело: сформовано авторами на основі [1; 2; 3; 4; 5, 6].

роботі підприємства, успіху його збутової діяльності та зростанні фінансових показників. Таким чином, маркетингові дослідження є необхідною складовою, яка використовується як при формуванні інвестиційної привабливості підприємства, так й під час її оцінки з боку інвестора. Це знаходить свого підтвердження й в практичній діяльності. Так, Pro-Consulting зазначає, що маркетингові дослідження дозволяють отримати інформацію стосовно різного кола питань, як-то: пошук нових ринків, вивчення нового напрямку діяльності, прийняття інвестиційного рішення щодо фінансування проекту, покращення ринкової позиції тощо [8].

Відповідно до цього можемо говорити про багатогранність та можливості маркетингових досліджень як при формуванні, так й оцінці інвестиційної привабливості підприємства. Унаочнимо на рис. 1 напрями маркетингових досліджень при оцінці інвестиційної привабливості підприємства інвестором.

Рисунок 1 узагальнено наводить основні напрями проведення маркетингових дослід-

жень з боку інвестора при оцінці інвестиційної привабливості підприємства. Логічним є, що ці напрями можуть також варіюватись в залежності від спрямування самого підприємства, галузі його діяльності. Якщо мова йде про виробничі підприємства, то також будуть аналізуватись стан технологічного озброєння галузі, ринку та самого підприємства, інноваційність технологій та самої продукції. Якщо оцінюються сільськогосподарські підприємства, то аналізуються додатково специфіка вирощуваної продукції, кліматичні та сезонні умови та інші дотичні до даної діяльності чинники. Крім того, при оцінці інвестиційної привабливості важливим є аналіз результатів фінансово-господарської діяльності самого підприємства. Проте, ці данні можуть надаватись самим підприємством й тому нами цей напрямок не було виокремлено на рис. 1.

Напрями маркетингових досліджень інвестиційної привабливості з боку самого підприємства ми наведемо на рис. 2.

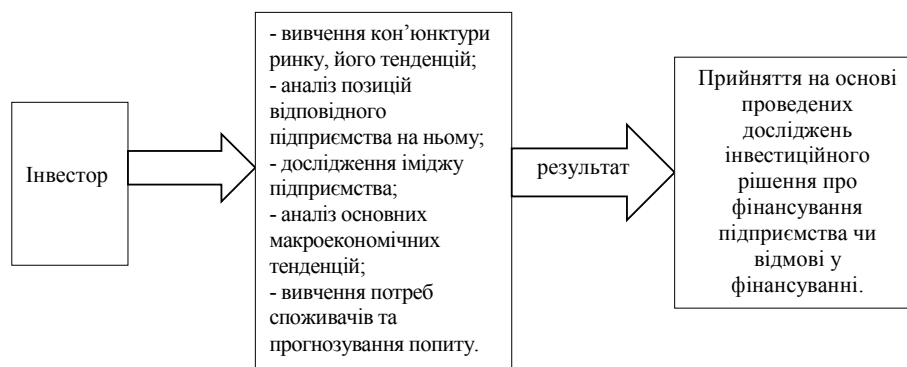


Рис. 1. Напрями маркетингових досліджень при оцінці інвестиційної привабливості підприємства

Джерело: сформовано авторами.

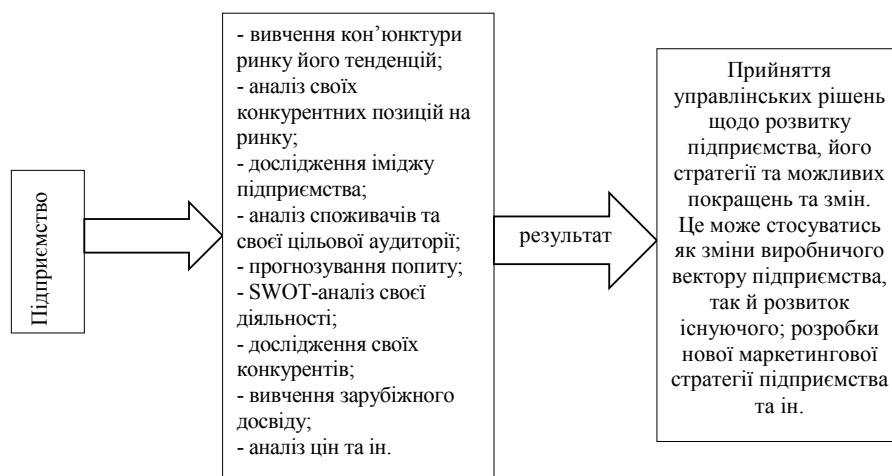


Рис. 2. Напрями маркетингових досліджень при формуванні інвестиційної привабливості підприємства

Джерело: сформовано авторами.

Таким чином, на рис. 2 ми унаочнили напрями маркетингових досліджень інвестиційної привабливості підприємства при її формуванні чи покращенні. Отримані результати досліджень та співставлення з показниками діяльності підприємства, його планами є важливим при визначенні правильності вектору свого подальшого розвитку. При наявності потреби залучення інвестиційних коштів підприємство має розуміти важливість підвищення своєї інвестиційної привабливості. Досягненню цього буде сприяти орієнтація на існуючі потреби ринку та запити споживачів, що дозволить виробляти ту продукцію, яка буде користуватись попитом.

Якщо підприємство вже є економічно ефективним та потребує інвестиційних коштів для свого подальшого розвитку та масштабування, то так само маркетингові дослідження дозволяють оцінити свої реальні позиції на ринку та сформувані в найкращий спосіб свою комерційну пропозицію для потенційного інвестора, побудувати імідж компанії в залежності від запиту ринку.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Таким чином, проведене дослідження дозволило визначити роль та напрями маркетингових досліджень при оцінці чи формуванні інвестиційної привабливості підприємств. Актуальність та важливість інвестиційної привабливості для підприємства обґрунтовується необхідністю в сучасних умовах пошуку додаткових зовнішніх джерел для фінансування своєї діяльності. Підприємства можуть потребувати зовнішніх коштів з різних причин, але в будь-якому випадку компанія має продемонструвати позитивний результат своєї діяльності та бути інвестиційно привабливим для потенційного інвестора. Одним з компонентів як формування, так й оцінки інвестиційної привабливості є маркетингові дослідження, які дозволяють оцінити підприємство з позиції визначення його привабливості та доцільності інвестування. Для самого підприємства маркетингові дослідження можуть стати чинниками формування та підвищення власної інвестиційної привабливості, що стає можливим завдяки результатам проведених досліджень.

В межах даного наукового дослідження нами було визначено напрями маркетингових досліджень інвестиційної привабливості з позиції двох суб'єктів: 1. Інвестора, який оцінює підприємство — потенційного об'єкта інвесту-

вання — з позиції вивчення кон'юнктури ринку, основних тенденцій на ньому, місця даного підприємства та ін. Це дозволить більш обґрунтовано приймати інвестиційне рішення; 2. Підприємства, яке оцінює власну інвестиційну привабливість з метою визначення можливостей розвитку, співставлення отриманих результатів з планами компанії та пошуку шляхів для зростання. Це дозволяє приймати ефективні управлінські рішення в межах компанії, що сприятиме покращенню фінансово-економічних результатів, формуванню позитивного іміджу компанії, підвищенню конкурентоспроможності, що, в свою чергу, результується у зростанні інвестиційної привабливості підприємства. Таким чином, маркетингові дослідження відіграють значну роль в розвитку підприємництва України, забезпечуючи можливості для пошуку інвесторів, підвищення конкурентоспроможності та зростання ефективності діяльності вітчизняних підприємств.

Література:

1. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій. Верховна рада України. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98/ed19980331/find?text=%B2%ED%E2%E5%F1%F2%E8%F6%B3%E9%ED%E0+%EF%F0%E8%E2%E0%E1%EB%E8%E2%B3%F1-F2%FC+%EF%B3%E4%EF%F0%E8%BA%-EC%F1%F2%E2%E0#Text> (дата звернення: 20.02.2026).
2. Гуткевич С.О., Пулій О.В. Інвестиційна привабливість: сутність, показники і чинники впливу. Інтелект XXI. 2019. №2. С. 88-93. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d8ee05dd-6d8d-426e-8ebd-b00ca-996405d/content> (дата звернення: 20.02.2026).
3. Крамаренко К.М. Інвестиційна привабливість підприємства та методичні підходи до її визначення. Причорноморські економічні студії. 2016. №10. С. 101—104. URL: <https://bses.in.ua/journals/2016/10-2016/22.pdf> (дата звернення: 20.02.2026).
4. Погребняк А.Ю., Лопатюк В.С. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства. Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут". 2023. №26. С. 79—83. <https://doi.org/10.20535/2307-5651.26.2023.287411>
5. Скрипник Ю.В. Рейтингово-аналітична оцінка інвестиційної привабливості сільськогосподарського підприємства. Економіка і суспільство. 2016. №3. С. 477—484. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/3_ukr/82.pdf (дата звернення: 21.02.2026).

6. Яськов Є.О. Категоріальна оформленість понять "інвестиційна привабливість" та "інвестиційний клімат". Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2024. № 1. С. 44—53. <https://doi.org/10.33271/ebdut/85.044>

7. Багорка М.О., Юрченко Н.І., Абрамович І.А. Формування системи маркетингових досліджень та інформаційного забезпечення аграрних підприємств. Економіка та суспільство. 2024. № 60. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-11>

8. Структура маркетингових досліджень: все, що потрібно клієнту. Pro-Consulting. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/struktura-marketingovyh-issledovaniy-vse-chto-nuzhno-klientu> (дата звернення: 22.02.2026).

References:

1. Agency for the Prevention of Bankruptcy of Enterprises and Organizations (1998), "Methodology for integrated assessment of investment attractiveness of enterprises and organizations", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98/ed19980331/find?text=%B2%ED%E2%E5%F1%F2%E8%F6%B3%E9%ED%E0+%EF%F0%E8%E2%E0%E1%EB%E8%E2%B3%F1%F2%FC+%EF%B3%E4%EF%F0%E8%BA%EC%F1%F2%E2%E0#Text> (Accessed February 20, 2026).

2. Hutkevych, S.O. and Pulyi, O.V. (2019), "Investment attractiveness: essence, indicators and influence factors", Intelkt XXI, vol. 2, pp. 88—93, available at: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d8ee05dd-6d8d-426e-8ebd-b00ca996405d/content> (Accessed February 20, 2026).

3. Kramarenko, K.M. (2016), "Investment attractiveness of enterprises and methodological approaches to its valuation", Prychornomors'ki ekonomichni studiyi, vol. 10, pp. 101—104, available at: <https://bses.in.ua/journals/2016/10-2016/22.pdf> (Accessed February 20, 2026).

4. Pohrebnyak, A.YU. and Lopatyuk, V.S. (2023), "Assessment of the investment attractiveness of the enterprise", Ekonomichnyy visnyk NTUU "Kyiv's'kyi politekhnichnyy instytut", vol. 26, pp. 79—83. <https://doi.org/10.20535/2307-5651.26.2023.287411>

5. Skrypnyk, YU.V. (2016), "Rating and analytical evaluation of the investment appeal of agricultural enterprises", Ekonomika i suspil'stvo [Online], vol. 3, pp. 477—484, available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/3_ukr/82.pdf (Accessed February 21, 2026).

6. Yas'kov, YE.O. (2024), "Categorical formulation of the concepts of "investment attracti-

veness" and "investment climate", Ekonomichnyy visnyk Dniprov's'koyi politekhniki, vol. 1, pp. 44—53. <https://doi.org/10.33271/ebdut/85.044>

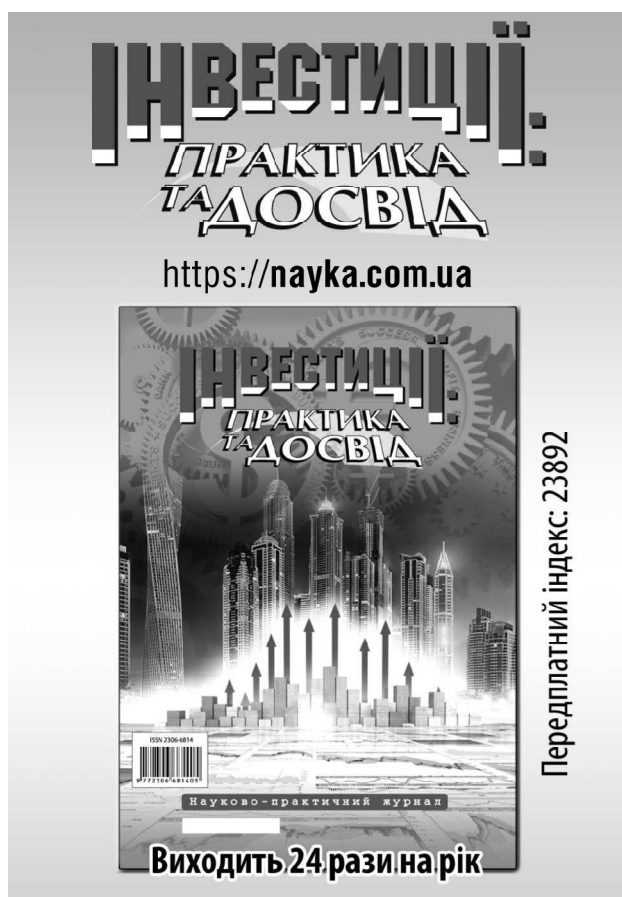
7. Bahorka, M.O., Yurchenko, N.I. and Abramovych, I.A. (2024), "Formation of a system of marketing research and information supply of agricultural enterprises", Ekonomika ta suspil'stvo [Online], vol. 60. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-11>

8. Pro-Consulting (2021), "Structure of marketing research: everything the client needs", available at: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/struktura-marketingovyh-issledovaniy-vse-chto-nuzhno-klientu> (Accessed February 22, 2026).

Отримано редакцією журналу / Received: 30.03.26

Прорецензовано / Revised: 06.04.26

Схвалено до друку / Accepted: 09.04.26



Журнал включено до переліку наукових фахових видань України (Категорія «Б») з

ЕКОНОМІЧНИХ НАУК та ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

(Наказ Міністерства освіти і науки України № 886 від 02.07.2020)

Спеціальності - 051, 071, 072, 073, 075, 076, 281, 292