

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ
ІННОВАЦІЙНОЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**на тему: «АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ
ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»**

**здобувача освіти за ОС «бакалавр»
денної форми навчання**

**галузі знань 07 «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»
спеціальності 073 «МЕНЕДЖМЕНТ»
освітньо-професійна програма «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЙ»**

ПЯДУХОВА АНДРІЯ СЕРГІЙОВИЧА

**Науковий керівник:
к.е.н., доцент Степанова Алла Адамівна**

Рекомендовано до захисту
на засіданні кафедри менеджменту
інноваційної та інвестиційної діяльності
протокол № 16 від «14» червня 2023 р.

Завідувач кафедри
д.е.н., професор Ситницький М.В.

Київ-2023

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Економічний факультет
Кафедра менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності

"Затверджую"

Завідувач кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності, д.е.н. **Ситницький М.В.**
«25» листопада 2022 р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу бакалавра
здобувача освіти за ОС «бакалавр» денної форми навчання
галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
спеціальність 073 «Менеджмент»
освітньо-професійна програма «Менеджмент організацій»
ПЯДУХОВА АНДРІЯ СЕРГІЙОВИЧА

1. Тема роботи: «Аналітичне забезпечення оцінювання інвестиційної привабливості підприємства»
затверджена на засіданні кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності, протокол №5 від 25.11.2022 р.

2. Строк завершення роботи: 05.06.2023

3. Підсумковий передзахист роботи: 29.05.2023

4. Предмет дослідження: виступають теоретичні основи щодо оцінювання інвестиційної привабливості, практичний аналіз та оцінка рівня інвестиційної привабливості, а також шляхи вдосконалення привабливості для підприємства.

5. Об'єкт дослідження: є процес дослідження інвестиційної стратегії на ринку телебачення на прикладі ТОВ «СЛМ Новини»

6. Мета і завдання дослідження:

метою роботи є дослідження рівня інвестиційної привабливості підприємства у сфері телебачення на прикладі ТОВ «СЛМ Новини» та розробка рекомендацій щодо її покращення.

Завдання:

6.1 дослідити теоретичні основи оцінювання інвестиційної привабливості підприємства;

6.2 проаналізувати основні показники діяльності підприємства ТОВ «СЛМ Новини» у сфері телебачення;

6.3 провести оцінку конкурентних позицій підприємства на ринку телебачення;

6.4 оцінити рівень інвестиційної привабливості підприємства ТОВ «СЛМ Новини»;

6.5 розробити рекомендації щодо посилення інвестиційної привабливості підприємства.

Календарний план виконання завдання

№	Зміст виконаної роботи	Строки виконання	Відмітка керівника про виконання
1.	Вибір теми бакалаврської роботи	жовтень 2022	
2.	Затвердження теми бакалаврської роботи	листопад 2022	
3.	Розробка плану виконання роботи і узгодження його з науковим керівником	листопад - грудень 2022	
4.	Пошук інформаційних та наукових джерел для написання першого розділу, робота над першим розділом	грудень 2022 -лютий 2023	
5.	Оформлення першого розділу та подання його на розгляд науковому керівникові	лютий - березень 2023	
6.	Пошук інформаційних матеріалів і робота над другим розділом	березень - квітень 2023	
7.	Оформлення другого розділу та подання його на розгляд науковому керівникові	квітень 2023	
8.	Підготовка третього (конструктивного) розділу	травень 2023	
9.	Попередній передзахист роботи	10.05.2023	
10.	Доопрацювання та остаточне оформлення роботи з урахуванням пропозицій попереднього захисту і зауважень наукового керівника	травень 2023	
11.	Підсумковий передзахист роботи Остаточне затвердження змісту та структури роботи.	31.05.2023	
12.	Усунення зауважень, що були зроблені на підсумковому передзахисті роботи	травень-червень 2023	
13.	Завершення написання роботи	05.06.2023	
14.	Перевірка роботи на плагіат	червень 2023	
15.	Зовнішнє рецензування бакалаврської роботи	червень 2023	
16.	Рекомендація бакалаврської роботи до захисту на засіданні кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності	червень 2023	

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.	8
1.1 Інвестиційна привабливість підприємства: сутність та фактори формування	8
1.2 Методичний інструментарій оцінки інвестиційної привабливості підприємства.....	14
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СЛМ НОВИНИ»	19
2.1 Аналіз фінансово-економічних показників діяльності підприємства ТОВ "СЛМ Новини"	19
2.2 Конкурентні позиції підприємства на ринку телебачення України.	30
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТОВ «СЛМ НОВИНИ» ТА НАПРЯМИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ.	40
3.1 Оцінка рівня інвестиційної привабливості підприємства ТОВ «СЛМ Новини».....	40
3.2 Рекомендації щодо покращення рівня інвестиційної привабливості підприємства.	53
ВИСНОВКИ.....	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	64
ДОДАТКИ.....	73

ВСТУП

Сучасний ринок України налічує не одну тисячу підприємств які працюють у найрізноманітніших сферах діяльності. Функціонування підприємств – це надважливе завдання, яке повинно регулюватися державою, адже саме компанії сплачують податки до бюджету країни, створюють продукцію, надають робочі місця громадянам та рухають нашу економіку вперед. Проте кожне підприємство потребує інвестицій для подальшого розвитку та зміцнення, що у свою чергу збільшує його фінансовий потенціал та процвітання.

У сучасних умовах, з посиленням конкуренції та швидким розвитком ринку, оцінка інвестиційної привабливості підприємства є актуальною задачею для багатьох інвесторів та бізнесменів, які прагнуть збільшити свій капітал.

Для отримання інвестицій від кредиторів підприємство детально аналізується за багатьма показниками діяльності і в кінцевому підсумку інвестору надається повна інформація про рівень інвестиційної привабливості, конкурентоспроможності та ресурсного потенціалу, фінансово-економічних показників тощо.

Важливим завданням, що стоїть перед інвестором – є вибір галузі інвестування і відповідне підприємство, що має найкращі перспективи розвитку і може забезпечити найвищу ефективність інвестицій. Основою такого вибору є оцінка їх інвестиційної привабливості. Все це потребує інформації про поняття оцінки інвестиційної привабливості об'єктів інвестування, методичних підходів її визначення. Інвестиційна привабливість визначається такими аспектами, як наявність значних ринків збуту; наявність дешевої робочої сили; сприятливе стратегічне розміщення тощо [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення теоретичних та методичних аспектів інвестицій та інвестування, а також проблем та перешкод у практичному застосуванні, знайшли відбиття у наукових працях різних

дослідників та економістів: Абалкіна А.І., Овчаренко Т.С., Степанова А.А., Кузьміна О.І., Брюховецька, Н.Ю., Андраш О.А., Єпіфанов А.О та інших.

Метою роботи є дослідження рівня інвестиційної привабливості підприємства у сфері телебачення на прикладі ТОВ «СЛМ Новини» та розробка рекомендацій щодо її покращення.

Для досягнення поставленої мети у роботі, були поставлені наступні **завдання**:

- ✓ дослідити теоретичні основи оцінювання інвестиційної привабливості підприємства;
- ✓ проаналізувати основні показники діяльності підприємства ТОВ «СЛМ Новини» у сфері телебачення;
- ✓ провести оцінку конкурентних позицій підприємства на ринку телебачення;
- ✓ оцінити рівень інвестиційної привабливості підприємства ТОВ «СЛМ Новини»;
- ✓ розробити рекомендації щодо посилення інвестиційної привабливості підприємства.

Об'єктом дослідження є процес дослідження інвестиційної стратегії на ринку телебачення на прикладі ТОВ «СЛМ Новини».

Предметом дослідження виступають теоретичні основи щодо оцінювання інвестиційної привабливості, практичний аналіз та оцінка рівня інвестиційної привабливості, а також шляхи вдосконалення привабливості для підприємства.

Методи дослідження. При написанні дослідницької роботи та для представлення опрацьованих даних було використано такі методи: діалектичний метод пізнання, порівняння та узагальнення, метод систематизації, аналізу та синтезу, статистичні методи, планування та прогнозування.

Інформаційна база дослідження складається зі статей, науково-економічної літератури, аналітичних документів підприємств, періодичних

видань з даної проблематики, а також наукові статті вітчизняних та зарубіжних авторів. Для проведення практичних розрахунків використана фінансова звітність ТОВ «СЛМ Новини».

Практичне значення отриманих результатів дослідження полягає у визначенні напрямків вдосконалення та рекомендацій щодо посилення інвестиційної привабливості підприємства у сфері телебачення.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.

1.1 Інвестиційна привабливість підприємства: сутність та фактори формування

Інвестиційна привабливість може розглядатися на різних рівнях: країна, регіон, область, підприємство. Підприємство у цьому списку є останнім рубежем, проте дуже важливим, адже з компаній та підприємств утворюється економіка та функціонує держава. Інвестиційна привабливість підприємства є одним з ключових понять, яке відображає його здатність залучати та утримувати інвестиції. Тому вкрай важливо постійно аналізувати та реагувати на зміну рівня інвестиційної привабливості.

Проте спочатку варто розібратися із самим визначенням інвестиційної привабливості підприємства, з його сутністю. Згідно із методикою інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та суб'єктів господарювання, інвестиційна привабливість підприємства трактується як «рівень задоволеності фінансових, виробничих, економічних та інших показників для інвестора щодо окремо взятого підприємства, яке аналізується та оцінюється рівень його привабливості».

Насправді, як би часто не використовувалося це поняття (термін), точного визначення просто не існує. Безумовно багато вітчизняних та закордонних фахівців намагалися вивести одне поняття, яке б цілком і повно описувало що з самер означає інвестиційна привабливість підприємства (ІПП). Пропонуємо розглянути декілька різних понять ІПП. (табл 1.1).

Як бачимо, кожне із зазначених понять має право на існування і певною мірою розкриває саму сутність інвестиційної привабливості підприємства. Проте жодне з цих понять не може вважатися основним та повним, тому, спираючись на визначення з таблиць, спробуємо вивести своє тлумачення поняття ІПП.

Тлумачення поняття «інвестиційна привабливість підприємства» в
економічній літературі*

Автор/Джерело	Тлумачення поняття «інвестиційна привабливість підприємства»
«Методики інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємства та організації» [3]	Рівень задоволеності фінансових, організаційних чи виробничих вимог або інтересів інвестора щодо обраного підприємства, яке може визначатися чи оцінюватися на основі певних показників, зокрема інтегрального показника.
Економічна енциклопедія / відп. ред. С.В. Мочерний [4, С. 53]	Характеристика обраного суб'єкта господарювання (підприємства), яка враховує різні прагнення інвестора та його очікування: максимальний прибуток з мінімальними ризиками від діяльності св'єкта. Визначається на засадах системаного підходу, що ґрунтується на єдності та взаємодії його аспектів: технічного, географічного, організаційного, фінансово-економічного тощо.
Андраш О.А. [2]	<ol style="list-style-type: none"> 1. Відносне поняття, що відображає думку інвестора чи об'єднання інвесторів відносно співвідношення рівнів ризику та прибутковості (вартості фінансових ресурсів) у галузі, на підприємстві; 2. Сукупність об'єктивних ознак, властивостей, засобів, можливостей економічної системи, яка обумовлює потенційний платіжний попит на інвестиції; 3. Показник, що визначає масимальну генерацію прибутку для кредитора.
Брюховецька Н.Ю. [6]	Інвестиційна привабливість підприємства – це збалансована система інтегральних та комплексних показників, що відображають доцільність вкладення коштів інвестора чи групи інвесторів у підприємство, відображає сукупність об'єктивних та суб'єктивних умов, що сприяють чи перешкоджають процесу інвестування.
Задорожня Я.Є., Дядечко Л.П. [8]	Інвестиційна привабливість – це комплекс різноманітних факторів, перелік і вага яких може змінюватись в залежності від: цілей інвесторів; виробничо-технічних особливостей підприємства, у яке інвестуються кошти; економічного розвитку підприємства у минулому, на теперішній час, а також очікуваного у майбутньому економічного розвитку.
Євтушенко С.О. [7]	Інвестиційна привабливість підприємства – це сукупність характеристик його виробничої, комерційної, фінансової і у правлінської діяльності та особливостей інвестиційного клімат, що свідчать про доцільність вкладення коштів інвестора.

* розроблено автором на основі джерел: [10], [12], [5, С. 53], [3], [8], [2].

Отже, *інвестиційна привабливість підприємства* – це суб'єктивна оцінка підприємства інвестором чи групою інвесторів, яке включає аналіз

фінансових показників, виробничих можливостей, трудових ресурсів та загальну оцінку особливостей інвестиційного клімату, а також оцінка інтегральних та комплексних показників, що певною мірою підтверджують доцільність вкладення коштів кредиторів з урахуванням внутрішніх особливостей підприємства.

Наступним важливим питанням при розгляді інвестиційної привабливості підприємства є фактори фомування. Зважаючи на велику кількість різноманітних тлумачень щодо поняття інвестиційна привабливість підприємства немає і загальних факторів які безпосередньо впливають на її рівень. Різні дослідники виділяють різні фактори, до прикладу Т.В. Майорова [9] виділяє п'ять, на її думку, основних факторів: місце розташування підприємства, сфера у якій працює підприємство, його фінансовий стан, потенційні можливості виходу на зарубіжний ринок та політичні відносини.

Ю.В. Буднікова у своїх дослідженнях рознесла фактори у дві групи: опосередковані фактори та безпосереднього впливу. Опосередковані фактори, на думку Т.В. Майорової, це фактори, що регулюються не у межах підприємства, а на державному рівні і лише на ньому. А другий тип факторів – безпосереднього впливу – на які підприємство може вплинути: показники діяльності, характеристика товарів чи послуг тощо. [14]

Буднікова визначила загалом 34 фактори, які так чи інакше впливають на інвестиційну привабливість підприємства (табл 1.2.). Проте, пропонуємо звужити коло цих факторів та виділити по 7 факторів, які, на нашу думку, мають найбільший вплив.

Фактори опосередкованого впливу мають не аби який вплив на загальне функціонування підприємства та можуть кардинально впливати на його діяльність і навіть призвести до краху компанії. Тому ці фактори варті значної уваги, а одні з найголовніших таких факторів є економічна стабільність в країні. Інфляція, політичні конфлікти, дефляція, валютні коливання, податкові ризики або навіть дефолт країни – все це неаби як впливає на діяльність підприємства. Тому варто бути готовим до таких коливань, розробити

покроковий план дій аби якомога легше та безпечніше пережити ці зміни і в короткі терміни відновити діяльність об'єкта господарювання.

Таблиця 1.2

Фактори впливу на інвестиційну привабливість підприємства [9]

Фактори опосередкованого впливу	Фактори безпосереднього впливу
Економічна стабільність України	Конкурентоспроможність
Темпи інфляції	Маркетингова діяльність
Конкуренція в галузі	Наявність плану стратегії розвитку
Рівень доходів населення	Стан майна і фінансових ресурсів
Соціально-політична стабільність	Розмір витрат на виробництво
Географічне місце розташування	Унікальність об'єкту
Розвинута інфраструктур	Платіжна дисципліна

*Розроблено автором

Рівень доходів населення – надважливий фактор, сокільки саме завдяки споживачам підприємство може успішно функціонувати. Дослідження ринку, впровадження спеціальних пропозицій, пошуки можливостей зменшення затрат на виробництво і відповідно зменшення кінцевої ціни – все це повинно враховуватися та аналізуватися аби не втрати споживачів, а відповідно до цього і прибуток.

Географічне розташування підприємства чи країни, де воно функціонує теж впливають на діяльність, а отже варто максимально пристосовуватися до умов, знаходити нові можливості і вчасно реагувати на будь-які зміни.

Рівень інфраструктури в країні чи окремо взятому місті завжди був актуальним для підприємств, адже саме інфраструктура допомагає доставляти продукцію до кінцевої точки. Важливим у цьому випадку є аналіз найкоротшого, найшвидшого і зсно найвигіднішого шляху, тому підприємство має розрахувати затрати часу, палива та іншого та обрати оптимальний маршрут. У випадку, коли під визначенням інфраструктура

мається на увазі споруди самого підприємства, то тут варто вчасно реагувати на зношеність споруд і відповідно проводити загальний аналіз їх стану.

Більш цікавими, на нашу думку, є фактори безпосереднього впливу, які залежать від вдалого, оперативного та ефективного втручання підприємства. Першим фактором є конкурентоспроможність. Це дійсно важливо аби підприємство мало змогу конкурувати на ринку з іншими, покращувати виробництво товарів та послуг, і вдосконалюватися загалом.

Наступним фактором є маркетингова діяльність – один із головних, адже рекламування та просування компанією своєї продукції надважливе завдання для функціонування.

Стан майна та фінансових ресурсів – ще один фактор, який визначає загалом на що спроможне підприємство та на скільки ефективно воно діє. Унікальність об'єкту – якщо на ринку не має аналогічних підприємств то воно автоматично стає надважливим.

Розмір витрат на виробництво та платіжна дисципліна – останні два фактори які також мають не аби яке значення. Якщо затрати підприємства занадто високі, воно не зможе успішно функціонувати, оскільки не буде отримувати достатній рівень прибутку і відповідно не зацікавить інвесторів. Теж саме щодо платіжної дисципліни, у разі невчасної оплати за надані послуги чи матеріали рейтинг підприємства буде знижуватися, що, у свою чергу, також вплине на його інвестиційну привабливість.

Якщо розглядати Україну, то можна з упевненістю говорити про інвестиційну привабливість нашої держави загалом та окремих підприємств для багатьох інвесторів із-за кордону. Для початку пропонуємо ознайомитися із загальними положеннями інвестиційного ринку України. Адже перш ніж розглядати можливість для інвестора вкласти гроші у певний суб'єкт господарювання, йому варто проаналізувати інвестиційний клімат країни загалом, а також політичну, економічну та інші сфери обраної держави [16].

Прямі іноземні інвестиції в Україну за 2018-2022 рр., млн. дол. США

Рік	ПІІ в Україну		ПІІ з України		Сальдо	
2018	4455	+ 763	-5	- 13	+4460	+ 21.1%
2019	5860	+ 1405	648	+ 653	+5212	+ 16.9%
2020	-868	- 6728	82	- 566	-950	- 118.2%
2021	6687	+ 7555	-198	- 280	+6885	+824.7%
2022	838	- 5849	344	+ 542	+494	- 92.8%

*Розроблено автором на основі даних [16].

З табл. 1.3 видно, що загалом тенденція вливання коштів в Україну є позитивною і досить показовою для потенційних інвесторів. Проте наразі, у 2022 році бачимо значний спад, який пов'язано з повномасштабною війною України проти росії. Але незважаючи на це, багато інвесторів зацікавлені в інвестуванні в нашу країну і вважають її досить привабливою.

Отже, підбиваючи підсумки можемо стверджувати наступне: на інвестиційну привабливість підприємства впливають фактори опосередкованій та безпосереднього впливу. Підприємствам вкрай необхідно вчасно аналізувати ці фактори, а також можливі ризики, та максимально ефективно сприяти їх покращенню. Вплив на безпосередні фактори та готовність до опосередкований факторів позитивно впливає на саме підприємство і в частості на його рівень інвестиційної привабливості. Також варто пам'ятати, що і на інвестора чи групу інвесесторів може вплинути різні фактори – політичні, економічні, фінансові тощо. Тому інвестор має право обирати підприємство за своїми критеріями відбору та показниками які цікавлять саме його, а суб'єкту господарювання у свою чергу важливо зацікавити кредитора, створити такі умови, за яких воно буде максимально привабливим.

1.2 Методичний інструментарій оцінки інвестиційної привабливості підприємства

На сьогоднішній день існує багато різних інструментів щодо оцінки рівня інвестиційної привабливості які запропонували як вітчизняні дослідники так і зарубіжні. Проте аби звести ці методи у певний вигляд їх варто класифікувати на окремі групи, де визначаються та розраховуються різні підходи.

До першої групи дослідники зазвичай відносять показники які ґрунтуються на даних фінансової звітності підприємства, тобто являють собою загальну оцінку фінансового стану суб'єкта. Ці показники включають ринкову стійкість, коефіцієнт рентабельності та ліквідності підприємства, що допомагають визначити його стан. Варто зазначити також і показники платоспроможності, фінансової стійкості та оборотності активів, які також є надважливими для інвестора при оцінці рівня інвестиційної привабливості. Відносна простота розрахунків цих коефіцієнтів та наявна у відкритому доступі інформація – це головні переваги таких методик розрахунків. Проте є й недоліки, які проявляються у неповному аналізі діяльності суб'єкта господарювання і відповідно не можуть повною мірою відображати всю картину функціонування для інвестора, а лише відображають стан фінансовий стан організації.

До другої групи входять вже комплексні показники, які відображають більш розширену картинку інвестиційної привабливості підприємства. Сюди відносяться середньозважені оцінки локальних показників, а також інтегральний показник. Проте ця група також не може повною мірою відобразити всі аспекти діяльності компанії, а лише частково відкриває уяву щодо діяльності.

В зарубіжних країнах, зокрема європейських, оцінка інвестиційної привабливості є досить популярною та важливою. Для цього європейці створили метод рейтингу, де відображається коротка інформація про

діяльність певної компанії. Fortune 500, Global 1000, Business Week 1000 – це списки, які щорічно, щоквартально чи щотижнево надають список корпорацій та підприємств які мають найвищий рівень інвестиційної привабливості, спираючись на їх фінансов-господарські показники, обсяги збуту (виробництва), доходів та прибутку, наявних активів тощо [17, 18].

Заверсією журналу «Forbes», ІІІ компанії варто розраховувати на основі чотирьох показників:

- ✓ Виручка
- ✓ Ціна акції компанії
- ✓ Чиста ретабельність
- ✓ Прибутковість компанії

A. Chandra і A. Reinstein запропонували додати до методики оцінки ІІІ ряд показників, які додатково висвітлюють ступінь інвестиційної привабливості підприємства з точки зору вкладання коштів в суб'єкт, темпи чистого прибутку компанії та зростання виручки, прибуток на одну акцію, коефіцієнт «Ціна/прибуток», частка коштів, що були запозичені, а також загальна вартість компанії на ринку. При цьому у даній моделі не беруться до уваги якісні показники, оскільки останні не маю значного впливу на рішення кредитора [19].

Проте, варто зазначити, що методи які запропонували зарубіжні дослідники мають певні недоліки. По-перше вони спрямовані більше на фінансові, а не на реальні інвестиції; для реальних інвестицій економіка повинна знаходитися в повній стабільності та бути передбачуваою. По-друге більшість методів пропонують розглядати інвестиційну привабливість на теперішній час і зазвичай це окремо проаналізовані показники. Для інвестора основним завданням у цьому питанні є прорахувати подальшу діяльність підприємства і визначити доцільність інвестування, тобто зрозуміти чого чекати у майбутньому. По-третє більшість методів базується на оцінці шляхом експертних оцінок, що у свою чергу відображає більш суб'єктивну думку групи експертів.

Отже, у підсумку можемо зазначити, що оцінку рівня інвестиційної привабливості підприємства варто визначати, використовуючи різні методи яких наразі існує досить багато. Їх кількість та змістовність обирається в залежності від глибини аналізу підприємства та поставлених цілей конкретним інвестором. А також слід сказати, що коефіцієнти мають більшу інформативність у тому випадку, коли вони аналізуються за певний період часу.(не менше 4 років).

В Україні для визначення інвестиційної привабливості підприємства використовується Положення "Про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації", затверджене Наказом Міністерства фінансів України та Фонду державного майна України від 26.01.2001 р. Відповідно до цього Положення оцінка підприємства проводиться у двох площинах: горизонтальний та вертикальний аналіз. Перший включає визначення питомої ваги, окремих статей фінансових звітів, а другий включає порівняння величин відповідних показників за один або кілька періодів, їх тенденцію до зростання чи спаду та інше. Основний документ який використовується при горизонтальному та вертикальному аналізі – фінансова звітність підприємства.

Отже, як бачимо, всі вище зазначені методики мають свої вади, оскільки засновані на даних фінансової звітності підприємства і не враховують інші аспекти діяльності та мають універсальний підхід, без врахування особливостей окремо взятого суб'єкта господарювання.

Проте існує більш комплексний підхід щодо оцінки рівня ІПП – розрахунок інтегрального показника на основі показників майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності, прибутковості й ділової активності підприємства, скорегувавши дані показники та коефіцієнти на вагові коефіцієнти на які впливають різні зовнішні фактори. Оцінка майнового стану підприємства допоможе визначити абсолютні і відносні зміни статей балансу за досліджуваний період та їх тенденції, визначити структуру фінансових ресурсів підприємства.

Аналіз фінансової діяльності суб'єкта господарювання передбачає дослідження динаміки та результатів його функціонування, а також надає можливість визначити, які фактори впливають на формування прибутку чи збитку. Основним завданням фінансового аналізу є дослідження господарської діяльності підприємства, визначення чинників, що впливають на неї та аналіз щодо прогнозування майбутніх доходів.

Показники оцінки фінансового стану підприємства на основі яких відбувається розрахунок інтегрального показника представлені у табл. 1.4

Таблиця 1.4

Показники оцінки фінансового стану підприємства

Група показників	Показник
Показник ліквідності	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Коефіцієнт покриття ➤ Коефіцієнт швидкої ліквідності ➤ Коефіцієнт абсолютної ліквідності
Показник фін. стійкості	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Коефіцієнт автономії ➤ Коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів ➤ Коефіцієнт фінансової стійкості ➤ Коефіцієнт маневреності власного капіталу ➤ Коефіцієнт забезпеченості власним оборотними коштами
Показник ділової активності	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Коефіцієнт оборотності активів ➤ Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості ➤ Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості ➤ Коефіцієнт оборотності запасів ➤ Фондовіддача ➤ Коефіцієнт оборотності власного капіталу

Показник прибутковості	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Рентабельність капіталу ➤ Рентабельність власного капіталу ➤ Рентабельність реалізованої продукції ➤ Рентабельність продажу
-----------------------------------	--

*Розроблено автором на основі [55]

Отже, підсумовуючи може зазначити, що аналіз фінансовго стану підприємства допомагає отримати інформацію щодо чистого прибутку (або збитку), оцінити показники які впливають на діяльність компанії, отримати дані щодо майбутніх змін, а також на основі груп показників, що розраховуються у фінансовому аналізі, розрахувати інтегральний показник. Варто зазначити, що до розрахунку ІПП часто додають також аналіз показників акцій підприємства, до них включають:

- ✓ Рентабельність акціонерного капіталу;
- ✓ Показники впливу дивідендів;
- ✓ Коефіцієнт котирування акцій;
- ✓ Прибуток на одну акцію.

Отже, у розділі 1 було визначено сутність інвестиційної привабливості підприємства яке може трактуватися як суб'єктивна оцінка підприємства інвестором чи групою інвесторів, яке включає аналіз фінансових показників, виробничих можливостей, трудових ресурсів та загальну оцінку особливостей інвестиційного клімату, а також оцінка інтегральних та комплексних показників, що певною мірою підтверджують доцільність вкладення коштів кредиторів з урахуванням внутрішніх особливостей підприємства. Розглянуто трактування цього поняття різними дослідниками та економістами, а також досліджено трактування в економічній літературі. Розглянуто фактори опосередковані та безпосереднього впливу, досліджено стан прямих іноземних інвестицій в Україну та з неї. А також розглянуті різні методики та інструменти для глибокого аналізу діяльності суб'єкта господарювання.

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СЛМ НОВИНИ»

2.1 Аналіз фінансово-економічних показників діяльності підприємства ТОВ «СЛМ Новини»

На ринку України працює велика кількість компаній, що працюють у сфері телебачення. Кожна з них розвивається та накопичує базу телеглядачів, які переглядають ТБ щоденно. Найпопулярнішими медіа групами на сьогодні є такі:

- ✓ *1+1 Media Group* - один з великих медіахолдингів в Україні і власником телеканалу 1+1, який є одним з найпопулярніших каналів в країні. Крім того, вони також володіють іншими телеканалами, такими як 2+2, ТЕТ, UNIAN TV та Бігуді.
- ✓ *Inter Media Group* - Inter Media Group є іншим важливим українським медіахолдингом, який володіє популярним каналом Inter. Цей канал відомий своїми новинами, серіалами та розважальними шоу.
- ✓ *NTKU* - Національна телекомпанія України (NTKU) є державною телекомпанією, яка пропонує широкий спектр програм, включаючи новини, культурні передачі, спорт та багато іншого
- ✓ *Ukrainian Media Group* - Українська медіагрупа (Ukrainian Media Group): Українська медіагрупа є власником каналу ZIK, який спеціалізується на політичних та новинних програмах.
- ✓ *StarLightMedia* - є однією з провідних медіахолдингів в Україні, яка володіє декількома каналами, такими як ICTV, Новий канал, СТБ та М1. Вони пропонують широкий спектр телевізійних програм і розважальних шоу.

Пропонуємо звернути увагу саме на StarLightMedia, оскільки, наразі це найбільший медіахолдинг в Україні, який відомий своїми трьома телеканалами. ICTV, Новий канал та СТБ входять у топ-6 каналів за кількістю

глядачів щоденно. Контент для цих телеканалів виробляє підприємство ТОВ «СЛМ Новини», керівником якої є Болгуцьки Олександр.

Приватне товариство з обмеженою відповідальністю «СЛМ Новини» створене та зареєстроване відповідно до законодавства України 29 січня 2019 року. Місцем ведення діяльності підприємства є місто Київ, вул. Паньківська, буд.11, 01033. Станом на 1 січня 2022 року 100% статутного капіталу ТОВ «СЛМ Новини» належить STARLIGHT MEDIA.

Основними нормативно-правовими документами, які регулюють діяльність компанії StarLightMedia в Україні, є:

- Закон України "Про телебачення і радіомовлення", що регулює відносини, які виникають у сфері теле- та радіомовлення на території України, визначає правові, економічні, соціальні, організаційні умови їх функціонування;
- Закон України "Про захист персональних даних". Регулює правові відносини, пов'язані із захистом і обробкою персональних даних, і спрямований на захист основоположних прав свобод;
- Кодекс законів про працю України;
- Податковий кодекс України;
- Цивільний кодекс України.

ТОВ «СЛМ Новини» проводить діяльність у сфері телевізійного мовлення, займається виробництвом телевізійних програм та має право на їх розповсюдження. «СЛМ Новини» входить до групи компаній «Старлайт Медіа» та є одним з найбільших виробників новинного та суспільно-політичного контенту в Україні. Компанія об'єднала команди професіоналів, що створили та працюють над виробництвом програм новин «Факти» та «Вікна-Новини», проєкту «Факти тижня», політичного ток-шоу «Свобода слова», кримінальних новин «Надзвичайні новини», публіцистичних програм «Антизомбі» та «Громадянська оборона», інформаційно-розважального ранкового шоу «Ранок у Великому Місті». ТОВ «СЛМ Новини» також

забезпечують роботу діджитал-редакцій новинного сайту fakty.com.ua. та vikna.tv.

Новинні та суспільно важливі продукти, які виробляє СЛМ Новини, призначені для Телеканалу ICTV та Телеканалу СТБ. В ефір загальнонаціональних телеканалів ICTV та СТБ за 2021 рік вийшло більше 3 500 годин суспільно важливого контенту виробництва СЛМ Новини. Ефірний програмний продукт створений підприємством займає лідерські позиції за показниками телеперегляду. Телеканали ICTV та СТБ входять у топ 6 каналів українського телебачення за показниками кількості глядачів (рис. 1.1).



Рис. 2.1 Частка рейтингу топ 6 каналів України

«Факти» (ICTV) та «Факти тижня» (ICTV) в 2021 році загально подивилися 27,5 млн глядачів та за результатами 2021 року – це новини №2 в країні з часткою 10,05% та 11,4% відповідно. Аудиторія глядачів, що дивляться новини – це люди від 18 до 54 років у містах з населенням понад 50 тис. «Вікна-новини» третій рік поспіль нарощують показники, приріст частки зріс на 17% у 2021 році порівняно з даними за той же період у 2020 році. Вікна-новини у 2021 міцно займають третє місце в жанрі щоденних новин з часткою

9,35% з аудиторією віком від 18 до 54 років. З проєктом «Ранок у великому місті» щодня свій день розпочинали понад 1 млн. українців, а охоплення за рік склало 14,4 млн глядачів.

Підприємство щороку нарощує обсяги споживання продукту на власних та загальних Digital майданчиках. Так в 2021 році перегляди сторінок сайту Факти в 2021 становили 88 мільйонів переглядів.

- У листопаді відбувся запуск інформаційного сайту Вікна-новини. Відео виробництва СЛМ Новини на YouTube отримало **437 мільйонів** переглядів.
- У 2021 році лінійка регулярного виробництва поповнилася публіцистичною програмою «Прихована небезпека», що виходить на телеканалі ICTV. Новий документальний спецпроект МН17 «Роки брехні», присвячений роковинам катастрофи Boeing 777 в Донецькій області, став найуспішнішим документальним проєктом українського телебачення з 2019 року (частка прем'єри 10,5%);
- За 2021 році було реалізовано проєкт підвищення візуальної якості продукту: проведено повне техніко-технологічне основного знімального павільйону. Павільйон відповідає найвищим сучасним стандартам оснащення: впроваджені надсучасні інструменти виробництва телевізійного продукту в режимах доповненої та віртуальної реальності. Графічні пакети усіх продуктів СЛМ Новини оновлено відповідно до нових стандартів та технологічних рішень.

Підприємство «СЛМ Новини» має досить велику лінійно-функціональну організаційну структуру. Головним директором ТОВ «СЛМ Новини» являється Богуцьки О.А. Йому підпорядковуються 1 департамент та 6 керівників різних відділів. У підпорядкування Богуцького підпадає головний редактор інформаційного, керівник інформаційно-аналітичного, виробничого департаментів, а також директор з розвитку та продюсер ТОВ «Ранок у великому місті».

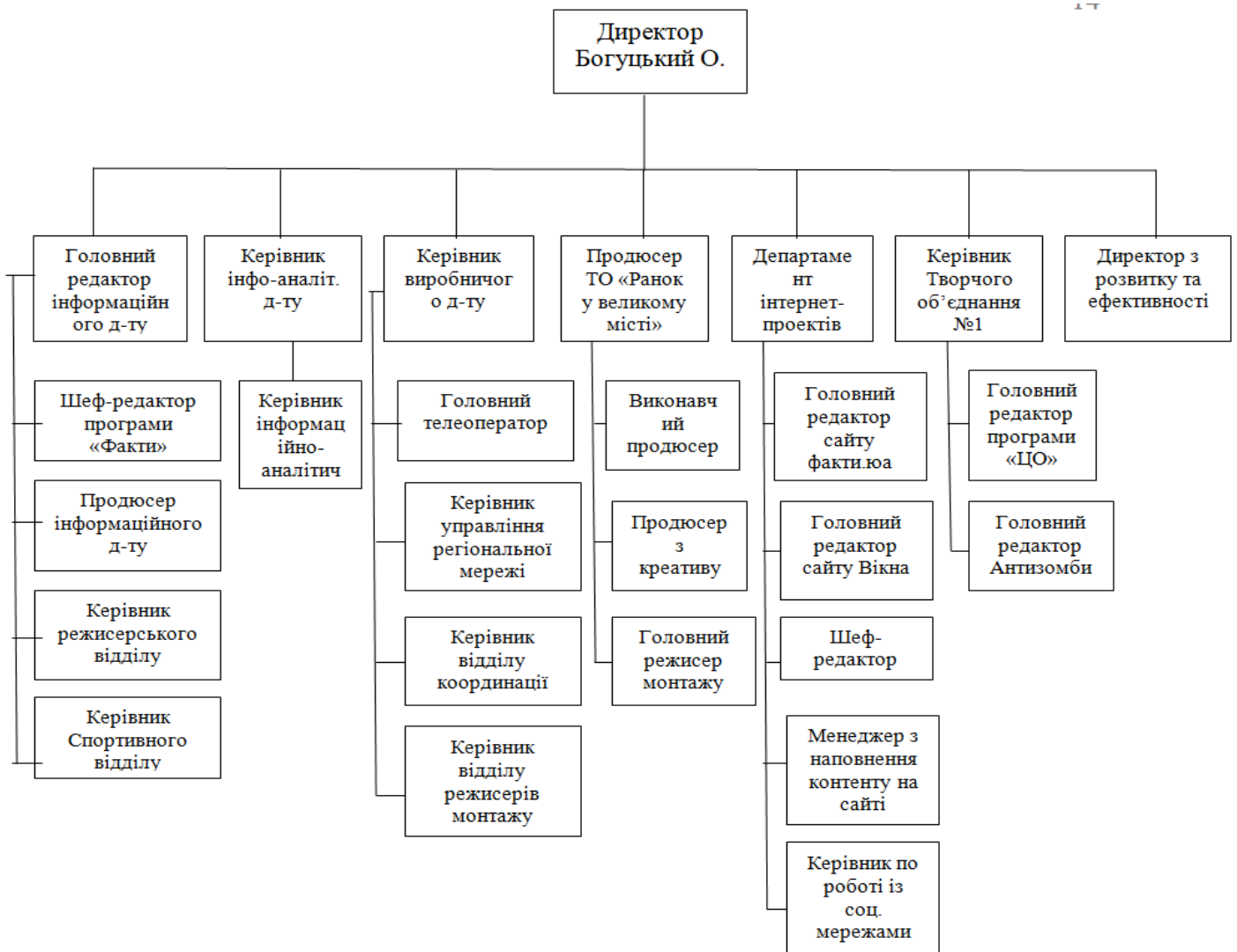


Рис. 2.2 Організаційна структура ТОВ «СЛМ Новини»

За результатами 2021 року ТОВ «СЛМ Новини» отримало **чистий дохід у розмірі 467,1 млн. грн.**, що вище ніж в 2020 році на *93,6 млн. грн.* або *25,1%* відповідно. Основною причиною такого зростання (на *23,3%*) стало збільшення доходу від продажу виготовлених на замовлення аудіовізуальних творів, за рахунок того, що у 2021 році підприємство впродовж року в результаті перемовин з ключовими замовниками підтримувало оптимальний рівень вартості реалізації комерційної години.

Собівартість реалізації за 2021 рік склала *322,0 млн. грн.*, що порівняно з 2020 роком більше на *11,5%* або *33,3 млн. грн.* При цьому, суттєвих змін в

структурі собівартості реалізації в 2021 році не відбулось. Зростання собівартості реалізації в основному відбулось за рахунок:

- збільшення витрат на оплату праці на *23,9 млн. грн.* або *12,5%* (що становить *71,8%* від загальної суми зростання собівартості)
- та збільшення сум амортизаційних відрахувань на *3,9 млн. грн.* або *33,9%* (що становить *11,7%* від загальної суми зростання собівартості).

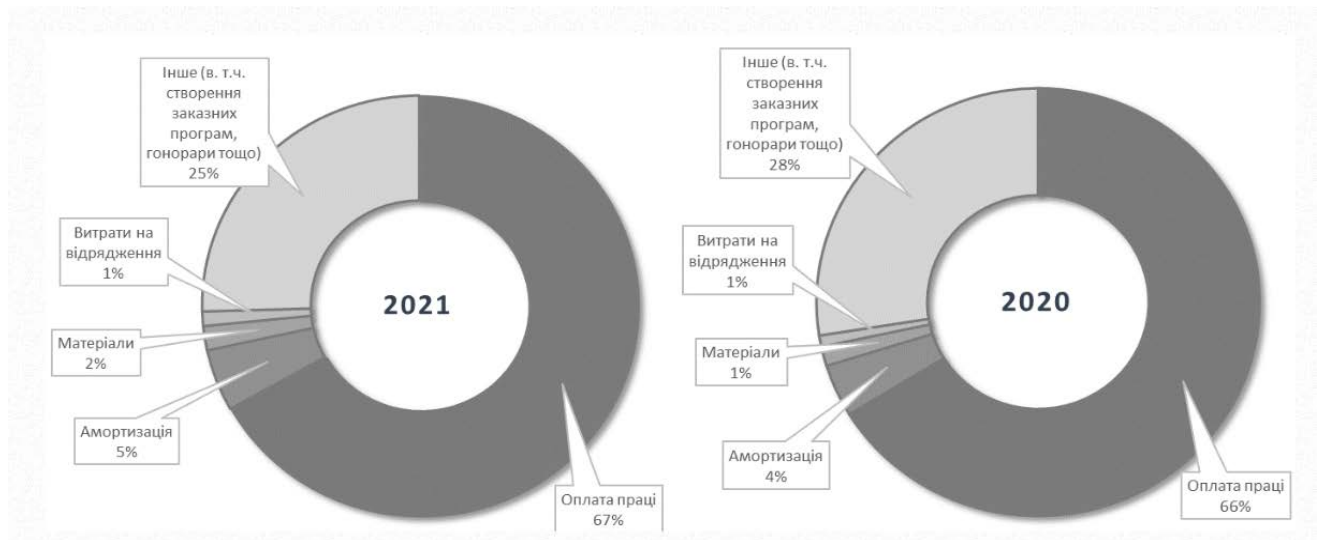


Рис. 2.3 Структура собівартості реалізації ТОВ «СЛМ Новини»

Валовий прибуток підприємства за результатами 2021 року становить *145,1 млн. грн.*, що більше ніж в 2020 році на *71,1%* та валова рентабельність зросла на *8,4* процентні пункти та за 2021 рік складає *31,1%*.

Основні показники фінансово-господарської діяльності

ТОВ «СЛМ Новини» 2019-2021 рр., тис. грн.*

Показники	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення		Теми приросту	
				2020/ 2019	2021/ 2020	2020/ 2019	2021/ 2020
Оборотні активи	58 809	42 181	45 091	-16 628	2 910	-28,3%	6,9%
Необоротні активи	51 465	56 561	77 331	5 096	20 770	9,9%	36,7%
Власний капітал	20 503	11 161	86 103	-9 342	74 942	-45,6%	671,5%
Поточні зобов'язання	89 771	87 581	36 319	-2 190	-51 262	-2,4%	-58,5%
Чистий дохід від реалізації продукції (послуг)	252 894	373 494	467 106	120 600	93 612	47,7%	25,1%
Собівартість реалізованої товарної продукції	(187 378)	(288 704)	(322 038)	101 326	33 334	54,1%	11,5%
Валовий дохід							
прибуток	65 516	84 790	145 068	19 274	60 278	29,4%	71,1%
збиток							
Адміністративні витрати	(35 638)	(86 344)	(103 029)	50 706	16 685	142,3%	19,3%
Витрати на збут	(9 059)	(15 868)	(26 974)	6 809	11 106	75,2%	70,0%
Чистий фінансовий результат							
Прибуток	17 721		14 942	-26 212	23 433	-147,9%	276,0%
збиток		8 491					

*Джерело: складено автором на основі даних фінансової звітності підприємства «СЛМ Новини»

Пропонуємо провести аналіз діяльності підприємства ТОВ «СЛМ Новини» використовуючи фінансову звітність, яка представлена у публічному доступі та розрахувати необхідні показники для подальшої роботи.

Аналізуючи дані, отримано наступні показники: оборотні активи підприємства у 2020 році знизилися на 28,3% (56 809 тис. грн. до 42 181 тис. грн.). Необоротні активи навпаки трохи зросли (на 9,9%) і становлять 56 561 тис. грн. порівняно з 2019 роком – 51 465 тис. грн. Власний капітал ТОВ «СЛМ Новини» у 2020 році зменшився на 45,6% або на 9 342 тис. грн. у порівнянні з попередній роком. Що стосується поточних зобов'язань – то у 2020 році їх частка практично не змінилась і становить 87 581 тис. грн або зменшилась на 2,4%.

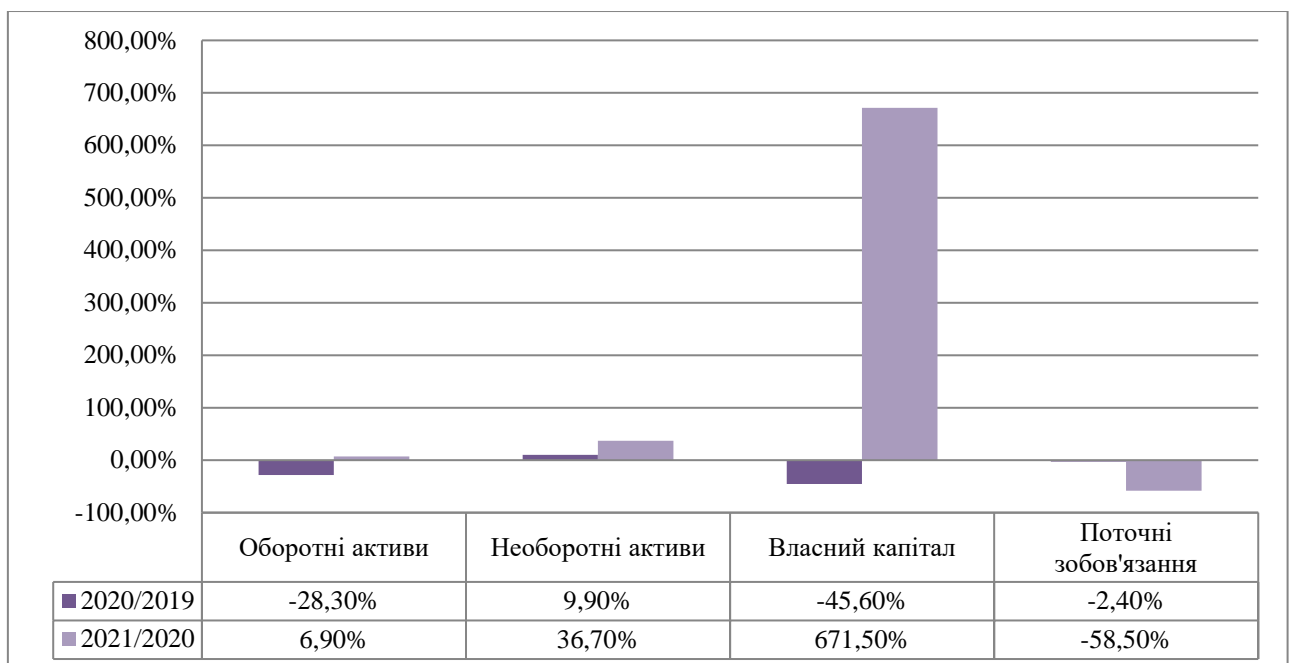


Рис. 2.4. Динаміка зміни темпів приросту показників виробничо-господарської діяльності ТОВ «СЛМ Новини» за 2019 – 2021 рр.*

*Джерело: складено на основі даних фінансової звітності підприємства «СЛМ Новини»

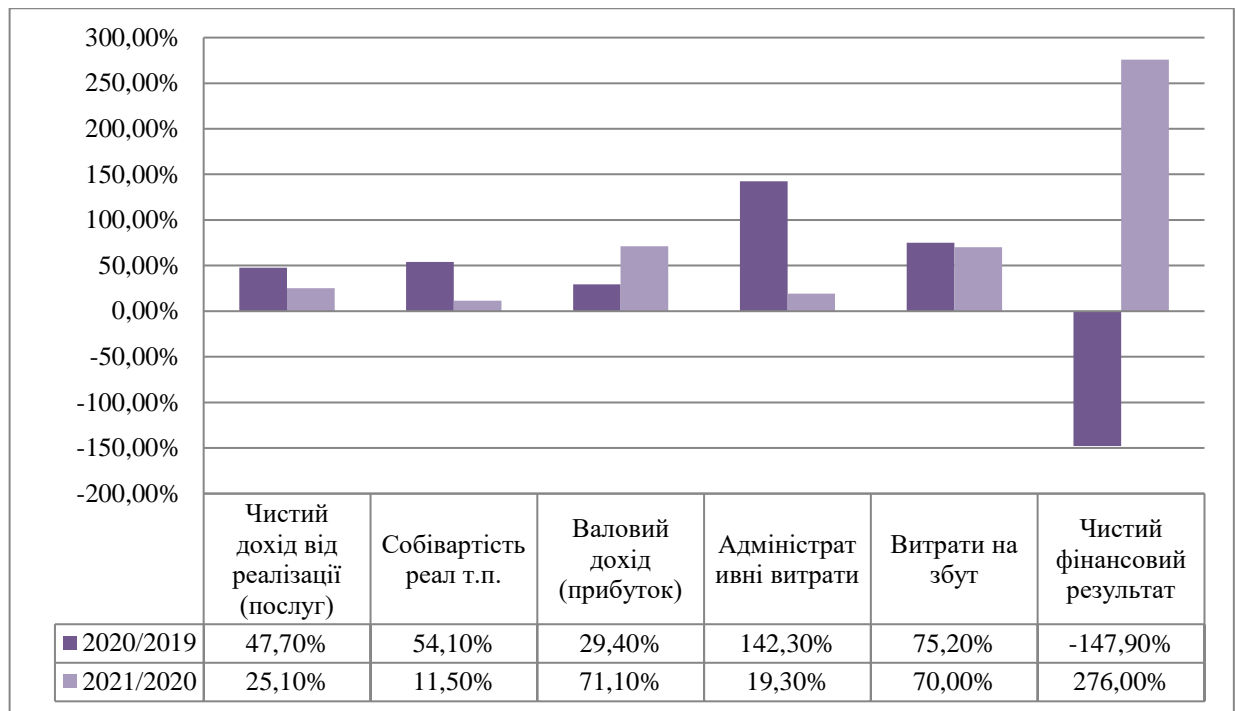


Рис. 2.2 Динаміка зміни темпів приросту показників виробничо-господарської діяльності ТОВ «СЛМ Новини» за 2019 – 2021 рр.

*Джерело: складено на основі даних фінансової звітності підприємства «СЛМ Новини»

Дані, що представлені на графіку 2.2 показують, що чистий дохід від реалізації послуг у 2020 році зріс на 47,7% або на 120 600 тис. грн. порівняно з 2019 роком. Собівартість реалізованої товарної продукції у 2020 році зріс на 54,1% порівняно з 2019 роком. Також бачимо, що валовий дохід (прибуток) підприємства має тенденцію до зростання, що обумовлено більшою кількістю замовлень і відповідно виробленими продуктами. При цьому у 2021 році валовий дохід (прибуток) зріс ще на 71,1% порівняно з попереднім роком (або на 60 278 тис. грн.).

Адміністративні витрати у 2020 році значно зросли у порівнянні з 2019 роком і становлять 50 706 тис. грн. (або +142,3% у порівнянні з 2019р.).

Витрати на збут за даними графіку 2.2 майже не змінилися. А чистий фінансовий результат зменшився на 147,9%, або на - 26 210 тис. грн. у

порівнянні з 2019 роком. При цьому у 2021 році фінансовий результат зріс на 276% або на 23 433 тис. грн.

За проаналізований період діяльності підприємства, бачимо (графік 2.3), що оборотні активи підприємства поступово знижуються (з 58 809 тис. грн. до 45 091 тис. грн.). У той же час необоротні активи мають стімкий приріст (з 51 465 тис. грн. до 77 331 тис. грн.) Це обумовлено зменшенням витрат на знос та інших необоротних активів

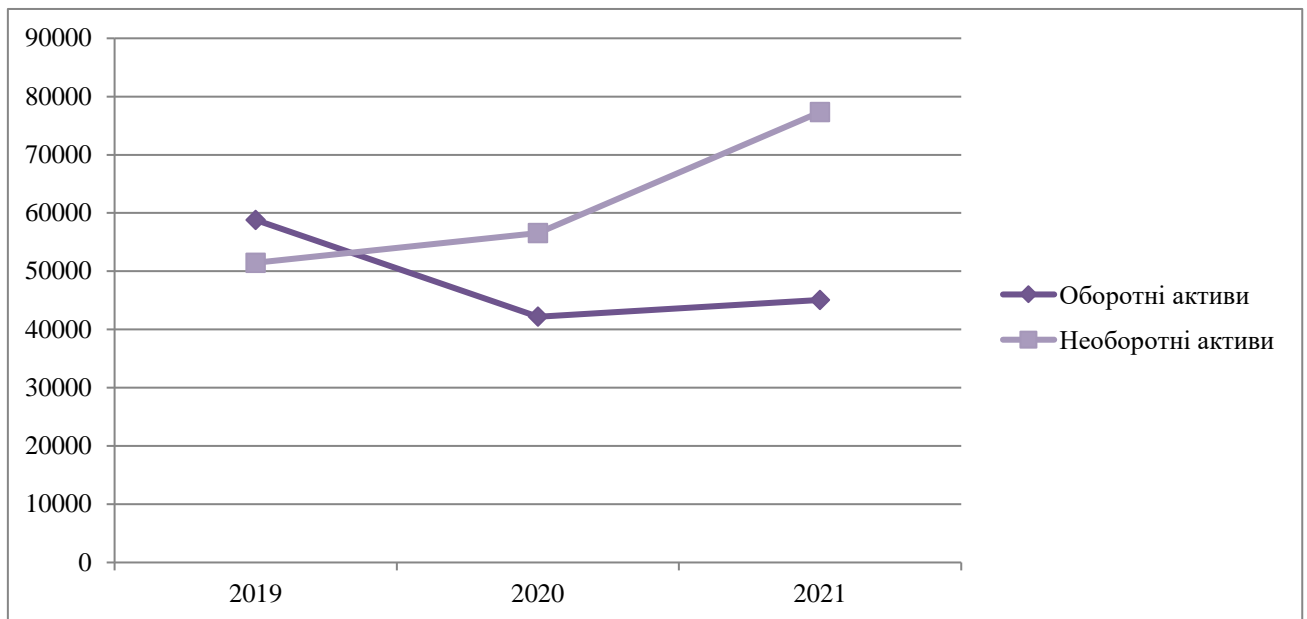


Рис. 2.3. Динаміка зміни оборотних і необоротних активів ТОВ «СЛМ Новини», 2019-2021 рр.

*Джерело: складено на основі даних фінансової звітності підприємства «СЛМ Новини»

Власний капітал підприємства у 2020 році трохи впав (з 20 503 тис. грн. до 11 161 тис. грн.), оскільки зменшився нерозподілений прибуток (непокритий збиток). При цьому у 2021 році він значно зріс (на 671,5% або на 74 942 тис. грн.) і становить 86 103 тис. грн.

Щодо поточних зобов'язань, спостерігається значний спад у 2021 році (на 58,5% або 51 262 тис. грн.), що обумовлено зменшенням поточних зобов'язань та інших поточних зобов'язань (графік 2.4).

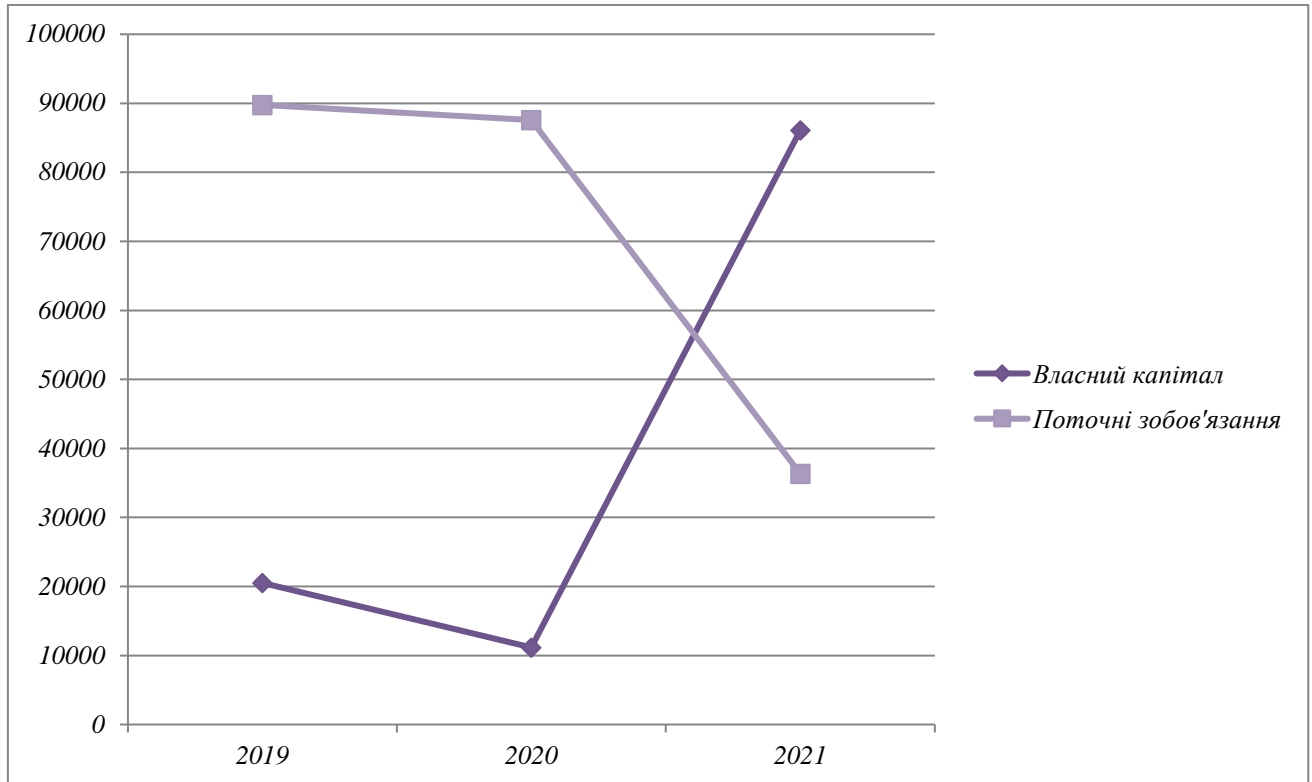


Рис. 2.4. Динаміка зміни власного капіталу та поточних зобов'язань підприємства «СЛІМ Новини», 2019-2021 рр.

*Джерело: складено на основі даних фінансової звітності підприємства «СЛІМ Новини»

Отже, після проведеного аналізу фінансово-економічних показників діяльності підприємства ТОВ «СЛІМ Новини» маємо наступне: підприємство має достатньо непогані результати за фінансовою звітністю у період з 2019-2021 рр. Незважаючи на пандемію, яка випала практично на період створення та початкове функціонування підприємства, воно змогло розвинутися без значних втрат, хоч і мало чистий фінансовий результат у 2020 році з позначкою мінус. Але з аналізу можемо стверджувати, що ТОВ «СЛІМ Новини» має гарний потенціал до подальшого збільшення як власного капіталу, так і отримання більшого чистого фінансового прибутку.

2.2 Конкурентні позиції підприємства на ринку телебачення України.

Конкурентоспроможність підприємства є одним з найважливіших показників фінансово-економічної діяльності, оскільки вона демонструє можливості успішного функціонування підприємства у своїй галузі. Конкурентоспроможність компанії оцінюється за багатьма показниками її діяльності: фінансові показники, умови праці для співробітників, відносини з державою, введення інновацій, інвестиційна привабливість тощо.

Також важливим фактором конкурентоспроможності є наявність у галузі інших подібних компаній, що проводять свою діяльність в тій самій сфері та охоплюють ту ж аудиторію споживачів. Боротьба між підприємствами відбувається як на зовнішньому полі: випуск нової продукції чи послуги, покращення її, найвигідніше місце розташування виробництва, додаткові привілеї для споживача. Так і всередині самої компанії – це створення більш комфортних умов праці для робітників, у порівнянні з конкурентами, вищий рівень соціального забезпечення (медична страховка, корпоративне авто чи тимчасове житло), заробітна плата тощо. В загальному, для конкурентоспроможності, підприємство повинно мати конкурентні переваги. Конкурентні переваги підприємства – це такі характеристики, які вирізняють конкретне підприємство від собі подібних, надаючи кращі умови або те, що не можуть запропонувати інші.

На сучасному українському ринку функціонує багато підприємств, що працюють у медіа сфері. І з кожним роком відбуваються нові цифрові трансформації, які потребують відповідних дій. Саме тому з кожним роком посилюється конкурентція між провідними компаніями медіасфери. Адже кожен хоче довести, що він заслуговує бути лідером. На сьогодні український ринок телебачення налічує понад 30 різних компаній, що працюють у сфері телебачення. Ці компанії створюють різноманітний контент: від дитячих програм до політичних шоу та програм. Проте пропонуємо звзвити коло

підприємств і зупинитися на основних які займають провідні місця на ринку. (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Найпопулярніші компанії України у сфері телебачення станом на 2023 рік

№ в рейтингу	Назва компанії	Спрямування мовлення	Кількість глядачів, щоденно
1	StarLightMedia (СЛМ Новини)	Розважальний та інформаційний контент	Понад 7,5 млн.
2	1+1 Media Group (1+1 Production)	Виробництво серіалів та фільмів, новини	9 млн
3	Media Group Ukraine (Media Production)	Виробництво власних програм та серіалів	5,3 млн.
4	Inter Media Group (Inter Production)	Політичне та інформаційне спрямування	4,8 млн.
5	NTKU (Національна телекомпанія України)	Інформаційне, освітнє та культурно-розважальне	4,6 млн.

*Розроблено автором

Як бачимо, найбільш популярними в Україні є такі підприємства: StarLightMedia, 1+1 Media Group, Media Group Ukraine, Inter Media Group, NTKU (Національна телекомпанія України). Кожна з цих компаній бореться за право стати першою у рейтингу та завоювати більшу частину аудиторії.

Пропонуємо надати коротку характеристику кожному підприємству аби мати уявлення про компанії та їх діяльність. StarLightMedia (СЛМ Новини) є однією з провідних медіа-компаній в Україні. Вона спеціалізується на виробництві телевізійного контенту, розвитку телеканалів, кінотеатральних релізів та інших медіа-проектів. Компанія була заснована у 2005 році. Статутний капітал наразі становить 2,9 млрд. грн. StarLightMedia (СЛМ Новини) володіє різноманітним портфелем медіа-активів, включаючи кілька телеканалів з різними жанрами та спрямуваннями, такі як розважальні, новинні, музичні та інші. Крім того, компанія займається виробництвом кінофільмів, серіалів та іншого телевізійного контенту. Компанія займає

впливову позицію на українському медіа-ринку і є визнаним лідером в своїй галузі.

1+1 Media Group (1+1 Production) - це одна з найбільших медіа-компаній в Україні. Вона оперує на телевізійному ринку і має різноманітні медіаактиви, які охоплюють телевізійні канали, кіностудії, виробництво контенту, цифрові медіаплатформи та інші медійні проекти. Компанія була заснована в 1996 році і протягом свого існування зарекомендувала себе як провідний гравець українського медіа-ринку. 1+1 Media Group володіє такими популярними телевізійними каналами, як "1+1", "2+2", "ТЕТ" та "ПЛЮСПЛЮС". Вони пропонують різноманітний контент, включаючи новини, розважальні шоу, серіали, фільми та спортивні трансляції. Компанія також активно розвиває цифрові платформи та онлайн-сервіси для доступу до свого контенту, веде розвиток та модернізацію своїх медіаактивів, а також встановлює партнерські відносини з іншими медійними компаніями для розширення своєї аудиторії та досягнення нових висот у медіа-індустрії.

Media Group Ukraine (Media Production) є одним з провідних медіахолдингів в Україні. Компанія спеціалізується на виробництві, розповсюдженні та медійному бізнесі. MGU володіє широким портфелем медіаактивів, включаючи телеканали, радіостанції, онлайн-платформи та інші медійні активи. Основний напрямок діяльності Media Group Ukraine - це медійна продукція і телевізійне виробництво. Компанія володіє популярними телеканалами, такими як "Novyi Channel" та "Mega". Вони пропонують різноманітний контент, включаючи новини, розважальні шоу, серіали, фільми та спортивні передачі. Крім телеканалів, Media Group Ukraine також займається радіомовленням. Компанія володіє радіостанціями "Hit FM" та "Russkoe Radio Ukraine", які пропонують музичні програми та розважальний контент. Media Group Ukraine активно розвивається в онлайн-сфері і має власні інтернет-платформи та медійні ресурси: Oll.tv, Zoom TV, Megogo.

Inter Media Group (Inter Production) була створена у 2005 році у місті Дніпро. Наразі керівником організації є Богачов М.П., а статунний капітал

компанії становить – 51 тис. грн. Компанія спеціалізується на телебаченні та цифрових медіаресурсах. Група включає в себе декілька телеканалів, виробництво телевізійного контенту, онлайн-платформи та інші медійні активи. Один з найбільш відомих телеканалів у складі Inter Media Group - це "Inter" - один з найпопулярніших телеканалів в Україні, який пропонує широкий спектр програм, включаючи новини, розважальні шоу, серіали та фільми. Компанія також має власне виробництво телевізійних шоу та серіалів, що дозволяє створювати оригінальний контент для своїх глядачів. Inter Media Group активно розвиває свої цифрові медіаресурси, зокрема онлайн-платформу "Inter+" та відеохостинг "Inter.ua", що дає можливість глядачам переглядати телевізійні програми та контент в будь-який зручний для них час. Компанія має широку аудиторію та вплив на медійний простір України, надаючи високоякісний телевізійний контент та створюючи цікаві та популярні програми.

Національна телекомпанія України (НТКУ) є державним телерадіомовником України, що забезпечує мовлення національного обсягу. Основна мета НТКУ полягає у створенні та трансляції телевізійних та радіо програм, які сприяють популяризації української мови, культури, традицій та цінностей. Компанія пропонує широкий спектр телевізійних та радіо програм, які включають новини, розважальні шоу, документальні фільми та багато іншого. Компанія працює у відповідності до законодавства та регулюючих органів, забезпечуючи незалежне та об'єктивне мовлення. НТКУ відіграє важливу роль у формуванні громадської думки, сприяє розвитку української мови та культури, а також забезпечує доступ до інформації та розваг для широкої аудиторії на всій території країни.

Для дослідження конкурентних позицій кожної з компаній пропонуємо використовувати підхід бенчмаркінгу та інші методи оцінювання, включаючи графічне відображення – багатокутник конкурентоспроможності. Багатокутник конкурентоспроможності є досить дієвим методом оцінювання.

Він включає в себе бальні оцінки показників конкурентоспроможності досліджуваного підприємства та його основних конкурентів.

Для початку пропонуємо обрати фактори конкурентоспроможності на основі яких буде проводитися оцінка. Багато науковців сперечаються через обсяг цих факторів та їх першочерговість, проте на наш погляд головними є такі: кадровий потенціал (висококваліфіковані працівники), ресурсний потенціал, виробничий (наявність власних програм, виробництво контенту тощо), інвестиційний потенціал (власні фін. ресурси), популярність на ринку та пристосованість до нових умов.

Для зручності оціювання кожного з факторів та більшої наглядності, результати представлені у табл. 2.3

Таблиця 2.3

Бальна оцінка конкурентоспроможності підприємства

Показник конкурентоспроможності	Бальна оцінка				
	<i>StarLight Media (СЛМ Новини)</i>	1+1 Production	<i>Media Production</i>	<i>Inter Production</i>	<i>NTKU (Національна телекомпанія України)</i>
кадровий потенціал (висококваліфіковані працівники)	4	5	4	3	3
ресурсний потенціал	5	5	3	3	4
виробничий (наявність власних програм, виробництво контенту тощо)	4	5	3	5	5
інвестиційний потенціал (власні фін. ресурси)	5	3	3	4	5
популярність на ринку	5	5	4	4	3
пристосованість до нових умов	3	3	2	1	2

*Розроблено автором на основі методу експертних оцінок

Оскільки кожен фактор має різний вплив на загальний показник конкурентоспроможності, доцільно створити питому вагу для кожного фактора аби скорегувати оцінку. Методом екпертного оцінювання найбільшу вагомість отримали наступні фактори: виробничий потенціал (виробництво власних програм тощо), популярність серед споживачів та кадровий потенціал. Саме ці фактори найбільше впливають на конкурентоспроможність підприємств і відіграють ключову роль у конкурентних перевагах. Питома вага та скореговані оцінки конкурентоспроможності підприємств представлені у таблицю 2.4 та 2.5 відповідно.

Таблиця 2.4

Питома вага факторів

Фактори	Питома вага
кадровий потенціал (висококваліфіковані працівники)	0,23
ресурсний потенціал	0,11
виробничий (наявність власних програм, виробництво контенту тощо)	0,25
інвестиційний потенціал (власні фін. ресурси)	0,11
популярність на ринку (серед споживачів)	0,21
приспосованість до нових умов	0,09

*Розроблено автором

Скореговані оцінки конкурентоспроможності з урахуванням питомої ваги

Показник конкурентоспроможності	Бальна оцінка				
	<i>StarLight Media (СЛМ Новини)</i>	1+1 Production	<i>Media Production</i>	<i>Inter Production</i>	<i>NTKU (Національна телекомпанія України)</i>
кадровий потенціал (висококваліфіковані працівники)	0,92	1,15	0,92	0,69	0,69
ресурсний потенціал	0,55	0,55	0,33	0,33	0,44
виробничий (наявність власних програм, виробництво контенту тощо)	1	1,25	0,75	1,25	1,25
інвестиційний потенціал (власні фін. ресурси)	0,55	0,33	0,33	0,44	0,55
популярність на ринку	1,05	1,05	0,84	0,84	0,63
приспосованість до нових умов	0,27	0,27	0,18	0,09	0,18

*Розроблено автором

Для зрності графічного відображення результатів процесу оцінювання конкурентоспроможності пропонуємо помножити отримані показники на 10, а також вивести загальний бал, який можна отримати при ідеальних умовах. Результати розрахунків наведені у табл 2.6

Скореговані оцінки конкурентоспроможності з урахуванням питомої ваги та еталонного значення

Показник конкурентоспроможності	Бальна оцінка					
	<i>StarLightMedia</i> (СЛМ Новини)	1+1 Prod.	<i>Media</i> <i>Prod.</i>	<i>Inter</i> <i>Prod.</i>	<i>NTKU</i> (Національна телекомпанія України)	Еталонне значення
кадровий потенціал (висококваліфіковані працівники)	9,2	11,5	9,2	6,9	6,9	11,5
ресурсний потенціал	5,5	5,5	3,3	3,3	4,4	5,5
виробничий (наявність власних програм, виробництво контенту тощо)	10	12,5	7,5	12,5	12,5	12,5
інвестиційний потенціал (власні фін. ресурси)	5,5	3,3	3,3	4,4	5,5	5,5
популярність на ринку	10,5	10,5	8,4	8,4	6,3	10,5
пристосованість до нових умов (пандемія, війна)	2,7	2,7	1,8	0,9	1,8	4,5
Сума	43,4	46	33,5	36,4	37,4	50

*Розроблено автором

Отже, після проведених розрахунків бачимо двох лідерів, які значно випереджають конкурентів - *StarLightMedia* (СЛМ Новини) та *1+1 Media Group* (*1+1 Production*), також було визначено максимальне значення еталонного показника яке становить 50.

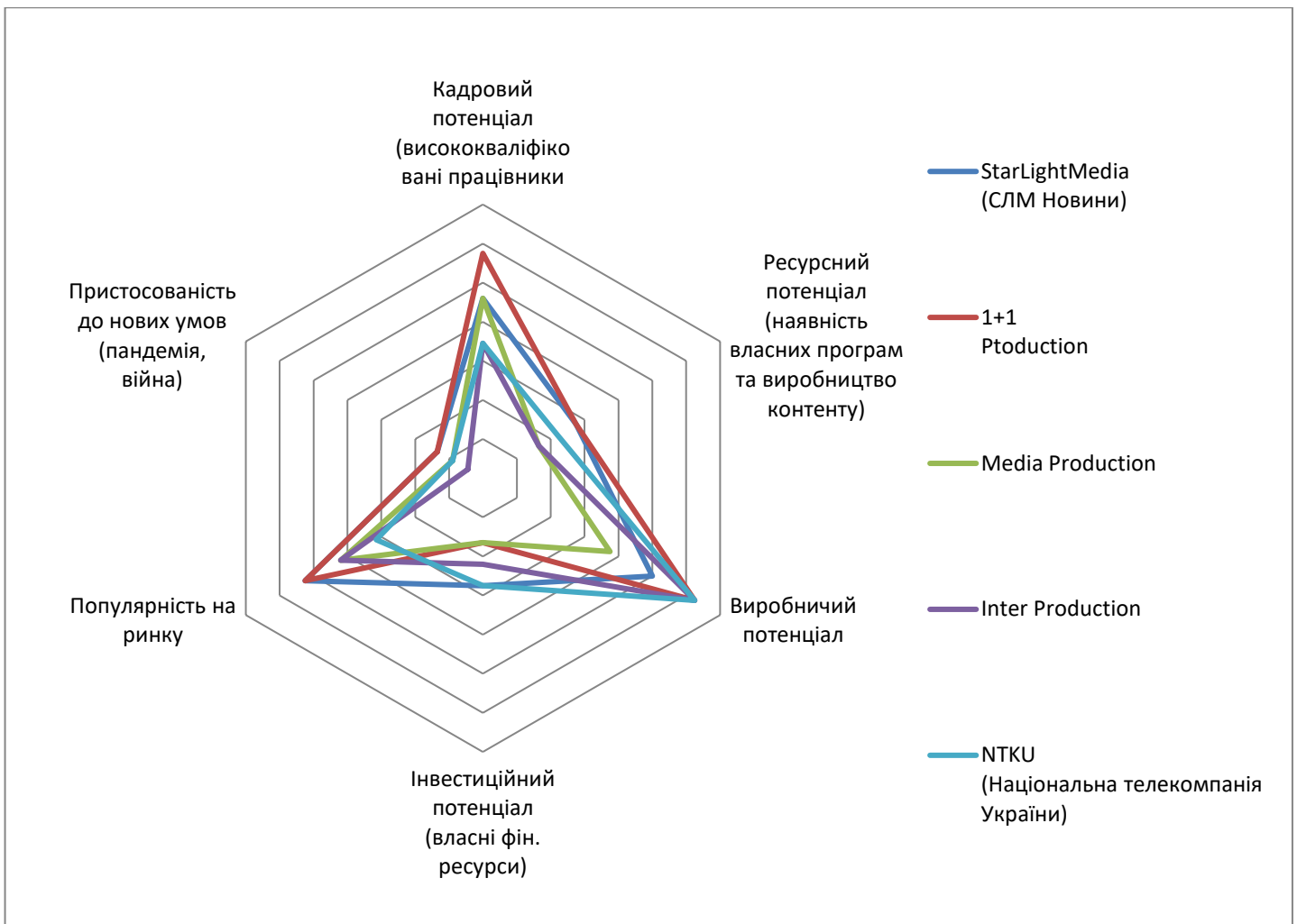


Рис. 1.5 Багатокутник конкурентоспроможності компаній у сфері телебачення

З огляду на отримані дані бачимо, що сильними сторонами всіх досліджуваних гравців є: кадровий потенціал, популярність на ринку та виробничий потенціал. Все це обумовлюється тим, що кожна з представлених на рисунку компаній відіграє провідну роль, тому ці показники є доволі великими. Кожен представник – це велике підприємство де працюють тисячі людей та виробляється гігабайти контенту для глядача, саме тому кадровий та виробничий потенціал компаній є значним.

Проте, маємо й інші проблемні місця, які виражені у показниках ресурсного потенціалу. ТОВ «СЛМ Новини» та 1+1 Production показують доволі непогані результати, адже в них налагоджене виробництво ексклюзивних передач та телешоу, до прикладу - Громадянська оборона у

СЛІМ Новини та Ліга Сміху у 1+1 Production. Непогані показники й NKTU, що обумовлено наявністю у компанії радіостанцій (Hit Fm), а також онлайн платформ де представлені фільми, серіали і прямі трансляції (Megogo). Inter Production та Media Production, мають найнижчі показники, що пов'язано з низькою популярністю їх телевізійного контенту.

Дещо інша ситуація з показниками інвестиційного потенціалу. ТОВ «СЛІМ Новини» показує доволі непогані результати, оскільки це приватне підприємство, яке постійно забезпечується коштами від головної компанії – StarLight Media. NKTU – це державна компанія, яка підтримується за рахунок державного бюджету і тому має також високі показники. Щодо інших компаній, то, до прикладу 1+1 Production хоч і є приватним підприємством і має розвинуту діяльність у сфері вироблення контенту, проте лише нещодавно стало відомо, що компанія почала отримувати прибуток (додати посилання на статтю).

Пристосованість до нових умов – останній показник з дослідження конкурентоспроможності підприємств, де всі гравці отримали низькі бали. За останні п'ять років у нашій країні відбулося чимало подій, спершу пандемія, яка на початку фактично паралізувала роботу компаній та досить сильно вплинула на подальшу роботу. Наразі йде війна з росією, яка також дуже сильно впливає на діяльність та виробництво підприємств. Саме тому жодна компанія не може вважатися як приклад гарної адаптацію до цих умов.

Таким чином, поєднання методів бенчмаркінгу та багатокутника конкурентоспроможності дало змогу проаналізувати конкурентні позиції п'яти підприємств та визначити сильні та слабкі сторони кожного з них використовуючи різні показники конкурентоспроможності. Так можемо стверджувати, що при дослідженні було визначено двох лідерів: СЛІМ Новини та 1+1 Production, оскільки ці компанії мають найбільш приближені данні до еталонного значення.

РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТОВ «СЛМ НОВИНИ» ТА НАПРЯМИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ.

3.1 Оцінка рівня інвестиційної привабливості підприємства

Інвестиційна привабливість враховує ступінь, в якому конкретний інвестор задовольняє інтереси "ризик - повернення інвестиційного капіталу - період володіння активом". Інвестиційна привабливість активу - суб'єктивне поняття кожного інвестора. Оскільки для одного інвестора показники можуть здаватися занадто низькими або занадто ризикованими, тоді як для іншого може бути привабливим розгляд можливого розподілу інвестиційних коштів між іншими партнерами чи кредиторами.

Більшість науковців зазначають, що оцінювати рівень інвестиційної привабливості підприємства необхідно на основі розрахунку інтегрального показника. Сутність даної методики полягає у тому, щоб поєднати у кінцевому показнику різні чинники, які відрізняються за одиницею виміру, вагомістю тощо. Інтегральний показник пропонується розраховувати на основі показників майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності, прибутковості й ділової активності підприємства, скорегувавши дані показники та коефіцієнти на вагові коефіцієнти на які впливають різні зовнішні фактори.

Для оцінки інтегрального показника, в першу чергу, необхідно розрахувати фінансові коефіцієнти (одиничні показники) для кожного показника, що враховує його нормування. Розрахунок проводиться за формулою:

$$K_i = P_i / P_{i_норм}$$

де K_i – нормований одиничний показник фінансового стану підприємства;

P_i – фактичне значення одиничного показника;

$P_{i_норм}$ – нормативне значення одиничного показника;

i – порядковий номер одиничного показника, фінансового коефіцієнта в блочній оцінці.

Дана формула використовується в тому випадку, якщо для стійкого фінансового стану фактичне значення перевищує нормативне. Якщо ж фактичне значення навпаки повинне бути меншим, то формулу використовують в оберненому вигляді. У разі якщо відсутнє нормативне значення коефіцієнта, то його нормування слід здійснювати на основі порівняння з найкращим значенням за досліджуваний період.

Наступним кроком необхідно розрахувати підсумкову блочну оцінку з урахуванням ваги одиничних показників:

$$K_j = \sum_{i=0}^n (K_i * a_i)$$

де a_i – вагомість одиничного фінансового коефіцієнта в блочній оцінці;

n – кількість показників у межах блоку, що характеризує окрему сторону фінансового стану підприємства;

j – номер блоку у проведенні комплексної оцінки фінансового стану підприємства.

Вагу фінансових коефіцієнтів можна визначати на основі статистичних спостережень, зокрема досить поширеним є метод оцінки вагомості коефіцієнтів експертним методом. Пропонуємо для розрахунку ваги фінансових коефіцієнтів використовувати коефіцієнт варіації фінансових показників господарської діяльності українських підприємств [23]. Для визначення інтегрального показника фінансового стану використаємо наступну формулу:

$$K_k = \sum_{j=0}^n (K_j * \beta_j)$$

де K_k – інтегральний показник фінансового стану підприємства;

β_j – вагомість аналітичних блоків фінансового стану в комплексній оцінці;
 m – кількість блоків оціночних показників.

Також, досить поширена є практика при комплексній оцінці фінансового стану використання рівнозначних вагових значень для кожного фінансового коефіцієнта в блочній оцінці.

Отже, можемо стверджувати, що рівень інвестиційної привабливості – це основний важіль залучення інвестицій у підприємство. А інтегральним показник інвестиційної привабливості підприємства допомагає інвесторам оцінити привабливість того чи іншого підприємства.

З розрахунків, що наведені у розділі 3 маємо наступне: діяльність підприємства ТОВ «СЛМ Новини» за проаналізовані роки (2019 - 2021рр.) мала як прибуток так і збиток (у 2020 році – 8 491 тис. грн.). Проте останій рік був прибутковий і ця тенденція залишається. Прибуток у 2021 році склав 23 433 тис грн. або зріс на 276% порівняно із 2020 роком.

Власний капітал підприємства у 2020 році склав 11 161 тис грн, що на 9 342 тис. грн. менше ніж за попередній рік, але при цьому зріс на 74 942 тис. грн. або на 671,5% у 2021 році порівняно із 2020 роком.

На підприємстві присутні також поточні зобов'язання, але вони поступово зменшуються (з 89 771 тис. грн. у 2019 році до 36 319 тис. грн. у 2021 році). Також бачимо тенденцію зростання витрат на збут (з 9 059 тис. грн. у 2019 році до 26 974 тис. грн. у 2021 році.), але вони не сильно впливають на загальну діяльність підприємства.

Отже загалом бачимо, що підприємство ТОВ «СЛМ Новини» має непогані результати щодо прибутку.

Далі розрахуємо коефіцієнти, які дадуть повне уявлення про інвестиційну привабливість нашого підприємства. При розрахунку інтегрального показника пропнуємо спиратися на узагальнюючі показники підприємства за рівнем майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності, прибутковості та ділової активності. Інформація щодо розрахунків показників

кожного блоку представлена у додатку А. У таблиці 3.1 наведені розрахунки показників майнового стану підприємства ТОВ «СЛМ Новини».

Таблиця 3.1

Показники майнового стану

Показник	Рік		
	2019	2020	2021
Сума господарських коштів, які підприємство має у розпорядженні, тис. грн.	110 274	98 742	122 422
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,0710	0,2393	0,2765
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,9289	0,7606	0,7234
Частка основних засобів в активах	0,3995	0,4449	0,5865
Коефіцієнт мобільності активів	1,1427	0,7457	0,5830

*Розроблено автором

Після аналізу показників майнового стану маємо наступне: сума господарських коштів, які підприємство має у розпорядженні дає загальну вартісну оцінку активів. Цей показник має тенденцію зростання за досліджуваний період, що свідчить про збільшення майнового потенціалу ТОВ «СЛМ Новини».

Коефіцієнт зносу основних засобів характеризує частку зношених основних засобів і з 2019 року показник поступово зменшується, це свідчить про збільшення його значення.

Коефіцієнт придатності основних засобів показує, що у 2019 році показник склав 0,39 частини від загальної кількості основних засобів, а у 2021 році показник збільшився до 0,58. Загалом спостерігається тенденція збільшення цього показника.

Частка основних засобів в активах має тенденцію спаду з 1,14 у 2019 році порівняно до 0,58 у 2021 році.

Коефіцієнт мобільності активів у 2021 році змінився порівняно з 2019 роком, що означає збільшення рівня мобільності активів та стабільного виробництва.

Таблиця 3.2

Показники фінансової стійкості підприємства

Показник	Рік		
	2019	2020	2021
Коефіцієнт автономії	0,1859	0,1130	0,7033
Коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів	0,2283	0,1274	2,3707
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,1859	0,1130	0,7033
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-1,5101	-4,0677	0,1018
Коефіцієнт забезпеченості власним оборотними коштами	-0,5265	-1,0763	0,1945

*Розроблено автором

Після проведеного аналізу фінансової стійкості підприємства ТОВ «СЛМ Новини», можемо побачити такі результати: коефіцієнт автономії, який показує питому вагу власного капіталу в загальній сумі засобів. У 2020 році показник зменшився на 60,7% порівняно із 2019 роком. А у 2021 році цей показник зріс на 0,5903 у порівнянні з 2020 роком.

Коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів показує, скільки одиниць власних коштів припадає на кожен одиницю позикових. Нормативне значення цього показника має бути >1 , з таблиці бачимо, що цей коефіцієнт лише у 2021 році перевищував нормативне значення. Найменше значення показник набуває у 2020 році, це пов'язано зі збитком чистого фінансового результату у цьому році.

Коефіцієнт фінансової стійкості показує, що у 2019 році частка від загальної частини активів, що підприємство здатне фінансувати за рахунок власного капіталу і капіталу, залученого на довгостроковій основі становить 0,1859. Найменше значення показник набуває у 2020 році, це пов'язано зі збитком чистого фінансового результату у цьому році. Найбільшого значення

показник набуває у 2021 році (0,7033), що пов'язане з покращенням власних оборотних коштів.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу підприємства, показує, яка частина власного оборотного капіталу перебуває в обороті, тобто у тій формі, яка дає змогу вільно маневрувати цими коштами. У компанії лише у 2021 році власний капітал перебував в обороті і показник становив всього 0,1019. За інші роки показник склав від'ємне значення. Це означає, що власні кошти як джерело забезпечення фінансування оборотних активів в повній мірі не виконує свою функцію, що вказує на низький рівень фінансової стійкості та стабільності підприємства.

Водночас забезпечення запасів власними оборотними коштами знаходиться ще на доволі низькому рівні, тобто підприємство ще не здатне повністю фінансувати виробничі запаси за рахунок власних джерел і залучає на такі цілі зовнішні джерела. Хоча варто зазначити, що напрямок зміни значень коефіцієнта забезпеченості запасів власними оборотними коштами поліпшується, адже у 2021 році показник склав 0,1945.

Коефіцієнт забезпеченості власними коштами показує, що рівень фінансування оборотних активів за рахунок довгострокових джерел фінансових ресурсів у 20 році мав позитивне значення і становив 0,1945.

Таблиця 3.3

Показники ліквідності підприємства

Показник	Рік		
	2019	2020	2021
Коефіцієнт покриття	0,6551	0,4816	1,2415
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6340	0,4652	1,2044
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2006	0,0979	0,2423

*Розроблено автором

Коефіцієнт покриття показує недостатність ресурсів підприємства, які можуть бути використані для погашення його поточних зобов'язань, оскільки нормативне значення цього має становити $>1,5-2,5$.

Коефіцієнт швидкої ліквідності показує, що платіжні можливості підприємства щодо сплати поточних зобов'язань за умови своєчасного проведення розрахунків з дебіторами за аналізованими роками в нормі і перевищує нормативне значення $>0,6-0,8$.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, що у 2019 році 0,2006 частина боргів підприємства може бути сплачена негайно. Значення даного коефіцієнта за аналізованими роками дорівнює нормативному значенню ($>0,2-0,35$). У 2020 році цей показник знизився до 0,098, але відбулося покращення значення даного коефіцієнту у 2021 році (0,2423).

Таблиця 3.4

Показники прибутковості підприємства

Показник	Рік		
	2019	2020	2021
Рентабельність капіталу	0,1607	-0,0812	0,1351
Рентабельність власного капіталу	0,8643	-0,5363	0,3072
Рентабельність реалізованої продукції	0,3496	0,2936	0,4504
Рентабельність продажу	0,0700	- 0,0227	0,0319

*Розроблено автором

Рентабельність капіталу свідчить про ефективність використання всього майна підприємства. Лише у 2020 році цей показник був від'ємний, оскільки компанія зазнала певний збитків. За інші роки показник залишався майже не змінним.

Рентабельність власного капіталу показує ефективність використання власного капіталу. У 2020 році показник становив -0,5363, що пов'язано зі збитком підприємства у цьому році. Загалом є тенденція до зменшення рентабельності власного капіталу (0,8643 у 2019р. і 0,3072 у 2021р.)

Рентабельність реалізованої продукції показує ефективність виробництва і реалізації продукції підприємства. У 2019 році він становить 0,3496. За роками спостерігається тенденція зростання значення даного коефіцієнта, що свідчить про збільшення ефективності даного виробництва.

Рентабельність продажу – це показник, який показує, скільки прибутку припадає на одиницю реалізованої продукції. У 2019 році він становить 0,0701. У 2020 році -0,0227, а у 2021р. – 0,032. Загальна тенденція свідчить про спад даного коефіцієнта.

Таблиця 3.5

Показники ділової активності підприємства

Показник	Рік		
	2019	2020	2021
Коефіцієнт оборотності активів	2,2933	3,5738	4,22407
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	6,5514	10,6503	14,1876
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	2,3707	6,2376	21,0613
Коефіцієнт оборотності запасів	133,877	224,861	336,289
Фондовіддача	5,7395	8,4885	8,0712
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	12,3345	23,5911	9,6049

*Розроблено автором

Коефіцієнт оборотності активів показує ефективність використання підприємством усіх наявних у нього ресурсів незалежно від джерел їх залучення. У 2019 році він становить 2,2933. За роками спостерігається тенденція збільшення значення даного коефіцієнта, що свідчить про збільшення ефективності використання підприємством усіх його ресурсів.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості показує, що у 2019 році 6,55 разів за рік обернулися кошти, вкладені в розрахунки, тобто 6,55

разів ця заборгованість утворювалася та погашається протягом року. За роками спостерігається тенденція зростання значення даного коефіцієнта

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості показує швидкість обертання кредиторської заборгованості підприємства за період, що аналізується. За аналізований період бачимо тенденцію значного зростання коефіцієнта кредиторської заборгованості.

Коефіцієнт оборотності запасів показує, що у 2019 році запаси обертаються з частотою 133,877 для забезпечення поточного обсягу продажу. З 2019 по 2021 рік спостерігається значне збільшення оборотності запасів підприємства.

Фондовіддача характеризує ефективність використання основних засобів і показує скільки отримано виручки на одиницю вкладених основних засобів. У 2019 році він становить 5,7395. У 2020 році показник був найвищим, у 2021 році трохи спав. Загалом підприємство ефективно використовує основні засоби.

Коефіцієнт оборотності власного капіталу показує ефективність використання власного капіталу підприємства. У 2019 році він становить 12,334. У 2021 році цей показник становив вже 9,6049. Це означає, що підприємство має труднощі з використанням власного капіталу.

Далі пропонуємо розрахувати інтегральний показник фінансового стану ТОВ «СЛМ Новини», спираючись на розрахунки вище, а саме на розрахунки за 2021 рік. Для цього необхідно спочатку розрахувати блочні інтегральні коефіцієнти для кожної групи показників. З цією метою ми спочатку розрахуємо нормований одиничний показник фінансового стану шляхом знаходження частки розраховано показника та його нормативного значення.

(табл. 3.6)

Таблиця 3.6

Розрахунок блочних інтегральних оцінок для груп фінансових показників

Показник	Фактичне значення одиночного показника, Рі	Нормативне значення одиночного показника, Рі_норм	Нормований одиночний показник фінансового стану підприємства, Кі	Вагомість одиночного фінансового коефіцієнта в блочній оцінці, аі	Блочна оцінка з урахуванням ваги одиночних показників, К _і
Показники майнового стану					
Сума господарських коштів, які підприємство має у розпорядженні, тис. грн.	122 422				
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,2765	0,3	1,383	0,3	0,277
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,7234	0,5	1,447	0,2	0,289
Частка основних засобів в активах	0,5865	0,1	5,866	0,2	1,173
Коефіцієнт мобільності активів	0,5830	0,1	5,831	0,3	1,749
Блочний інтегральний показник (К1)					3,488
Показники фінансової стійкості підприємства					
Коефіцієнт автономії	0,7033	>=0,5	2,344	0,25	0,3516
Коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів	2,3707	<1	2,371	0,15	0,3556
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,7033	<1	1,172	0,3	0,2109
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,1018	>0,3	0,204	0,05	0,0169
Коефіцієнт забезпеченості власним оборотними коштами	0,1945	>0,1	1,945	0,25	0,4863
Блочний інтегральний показник (К2)					1,422

Продовження таблиці 3.6

Показники ліквідності підприємства					
Коефіцієнт покриття	1,2415	>0,7	0,621	0,33	0,5912
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,2044	>1	1,204	0,33	0,401
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2423	>0,2	1,212	0,33	0,4038
Блочний інтегральний показник (К3)					1,397
Показники прибутковості підприємства					
Рентабельність капіталу	0,1351	0,15	0,965	0,1	0,0900
Рентабельність власного капіталу	0,3072	0,2	1,536	0,1	0,1536
Рентабельність реалізованої продукції	0,4504	>1	0,450	0,5	0,2252
Рентабельність продажу	0,0319	0,3	0,107	0,3	0,0319
Блочний інтегральний показник (К4)					0,501
Показники ділової активності підприємства					
Коефіцієнт оборотності активів	4,2240	0,3	14,0802	0,3	4,224
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	14,1876	3	4,7292	0,2	0,946
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	21,0613	2	10,5307	0,2	2,106
Коефіцієнт оборотності запасів	336,289	8	420,361	0,2	84,072
Фондовіддача	8,0712	3	2,6904	0,05	0,135
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	9,6049	8	1,2006	0,05	0,060
Блочний інтегральний показник (К5)					91,543

* Розроблено автором на основі даних фінансової звітності ТОВ «СЛМ

Новини»

Вагомість одиничного фінансового коефіцієнта в блочній оцінці (a_i) в кожній групі інтегральних показників була визначена методом експертних оцінок.

Для визначення питомої ваги кожної групи показників в інтегральному показнику фінансового стану підприємства ТОВ «СЛМ Новини» скористаємося методиками, наявними у фінансово-економічній літературі, а також у сучасній закордонній та вітчизняній практиці:

Таблиця 3.7

Оцінка інтегрального показника на основі п'яти груп показників

Група показників	Питома вага β
Показники майнового стану	0,275
Показники фінансової стійкості підприємства	0,275
Показники ліквідності підприємства	0,14
Показники прибутковості підприємства	0,11
Показники ділової активності підприємства	0,2

* Розроблено автором на основі попередніх розрахунків

Розрахуємо інтегральний показник фінансового стану підприємства ТОВ «СЛМ Новини»:

$$K_k = 3,488 * 0,275 + 1,422 * 0,275 + 1,397 * 0,14 + 0,501 * 0,11 + 91,543 * 0,2 = 0,9592 + 0,3909 + 0,1955 + 0,0551 + 18,3085 = \underline{\underline{19,91}}$$

Розрахований інтегральний показник фінансового стану підприємства має високе значення, адже блочна інтегральна оцінка за показниками ділової активності підприємства становить 91,543, а її питома вага в інтегральному показнику фінансового стану – 20%.

Найбільше вплинули на високий блочний інтегральний показник за показниками ділової активності ТОВ «СЛМ Новини» наступні коефіцієнти:

- ✓ коефіцієнт оборотності запасів - 84,072 з вагомістю в блочній оцінці 20%;

- ✓ коефіцієнт оборотності активів - 4,224 з вагомістю в блочній оцінці 30%;
- ✓ коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості - 2,106 з вагомістю в блочній оцінці 20%.

Високе значення коефіцієнту оборотності запасів свідчить про те, що підприємство ефективно управляє своїми запасами і збутом виготовленої продукції.

Коефіцієнт оборотності активів ТОВ «СЛМ Новини» демонструє ефективність використання всіх наявних у розпорядженні підприємства ресурсів.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості характеризує ефективність використання підприємством позикових коштів.

Усі зазначені коефіцієнти перевищують (а коефіцієнт оборотності запасів - суттєво перевищує) нормативні значення, що свідчить про те, що ТОВ «СЛМ Новини» в 2021 р. ефективно управляло наявними у її розпорядженні ресурсами, а також залученими кредитними коштами, що позитивно вплинуло на збільшення прибутковості підприємства.

Аналіз за узагальнюючими показниками діяльності підприємства ТОВ «СЛМ Новини» свідчить про покращення значень коефіцієнтів у 2021 році у порівнянні з 2020 роком, проте значення аналізованих коефіцієнтів у 2021 році має незначні зміни у порівнянні з 2019 роком. Загалом спостерігається тенденція зростання наступних фінансових коефіцієнтів: сума господарських коштів, що їх підприємство має у розпорядженні, коефіцієнт маневреності власного капіталу (що свідчить про збільшення оборотного капіталу в обороті), коефіцієнт співвідношення позикового капіталу і власного (що свідчить про посилення залежності підприємства від зовнішніх інвесторів і кредиторів), коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами (що свідчить про посилення рівня оборотних коштів для формування запасів), коефіцієнт покриття, який свідчить про спроможність ТОВ «СЛМ Новини» покрити свої борги, коефіцієнт швидкої ліквідності, коефіцієнт оборотності

активів, коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості (показує, що дане підприємство швидко розраховується з постачальниками) та коефіцієнт оборотності запасів.

Отже, загальна оцінка фінансового стану ТОВ «СЛМ Новини» за фінансовими коефіцієнтами за 2019-2021 рр. та розрахованими блочними інтегральними показниками за 2021 рік відповідає задовільному рівню. У 2021 році підприємство ТОВ «СЛМ Новини» покращило свій фінансовий стан у порівнянні з 2020 роком і це також свідчить про зростання інвестиційної привабливості даного підприємства.

3.2. Рекомендації щодо покращення рівня інвестиційної привабливості підприємства.

Аналіз рівня інвестиційної привабливості підприємства ТОВ «СЛМ Новини» показав досить непогані результати діяльності цієї компанії, проте аби максимально зацікавити інвесторів варто не лише проводити оцінки та аналізувати діяльність, а постійно впроваджувати нові методи та прийоми для покращення рівня ІПП. Тому пропонуємо розглянути таку складову як інтелектуальний капітал як один із способів покращення інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання.

У загальному розумінні інтелектуальний капітал підприємства – це система капіталізованих інтелектуальних знань та навичок, які надають можливість нових інтелектуальних благ та отримання додаткових доходів для підприємства. Одними з перших західних науковців, хто дослідив таке питання як «інтелектуальний капітал» був Л. Едвінсон та М. Мелоуном [38]. У своїй праці вони визначають інтелектуальний капітал як всі види ресурсів, які неможливо оцінити загальноприйнятими методами (нематеріальні ресурси). Вони розділяють два напрями інтелектуального капіталу: людський та структурний. При цьому якщо структурний капітал належить компанії і до нього входить торгівельна марка, програмне забезпечення тощо і

підприємство має право на продаж чи придбання цього. То людський капітал являє собою кваліфікацію робітників, їх певні навички та уміння, загальний підхід до виконання поставлених задач і не належить компанії жодним чином. Саме тому людський капітал дуже важливий для підприємства, хоч він і не додає вартості компанії, проте може значно підвищити її дохід.

Гарним прикладом є шведська компанія «Skandia» в якій її керівники розробили модель «Навігатор Skandia» для оцінки ринкової вартості цієї компанії з деталізованою структурою інтелектуального капіталу. Разом з Л. Едвінсоном управлінці розділили ринкову вартість компанії на: фінансовий капітал та інтелектуальний капітал, до якого входять: маркетинговий, інноваційний, людський та процес ний капітали.

Отже, пропонуємо адаптувати модель «Навігатор Skandia» для підприємства ТОВ «СЛМ Новини» аби оцінити його інтелектуальний капітал. Оскільки компанія працює у сфері створення контенту важливим є визначення відповідних показників для подальших розрахунків. Тож, для дослідження інтелектуального капіталу пропонуємо використовувати наступні показники, які будуть досліджені за певний період (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Система показників інтелектуального капіталу

Блок	Показник, од. виміру
Фінансовий капітал	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Чистий дохід від реалізації продукції, тис грн.; ✓ Чистий прибуток (збиток) тис. грн.; ✓ Частка власного капіталу у пасиві балансу, %;
Людський капітал	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Середньооблікова кількість робітників, осіб; ✓ Кількість виробників з повною вищою освітою, осіб; ✓ Кількість персоналу (у %) які пройшли навчання чи курси підвищення кваліфікації; ✓ Частка суми, що витрачається на навчання персоналу, %;
Маркетинговий капітал	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Кількість постійних глядачів, млн. осіб; ✓ Кількість реклами власного контенту за рік, тис. разів; ✓ Ставлення споживачів до контенту (оцінювання за 10-ти бальною шкалою);
Інноваційний капітал	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Кількість впроваджених проєктів, шт.; ✓ Частка інноваційного обладнання (освітлення, камери, борди тощо) ✓ Обсяг капітальних інвестицій, млн. грн.;

*Розроблено автором на сонові [42,38]

Дослідження показників у динаміці будемо проводити у період з 2019 року по 2021 рік.

Наступним кроком оцінки інтелектуального капіталу буде визначення та внесення даних по кожному показнику з блоків в окрему таблицю для більшої інформативності. Тож дані показників представлені у табл. 3.9.

Таблиця 3.9

Дані показників інтелектуального капіталу в період з 2019 по 2021 рр.

Показник	2019 рік	2020 рік	2021 рік
Фінансовий капітал			
Чистий дохід від реалізації продукції, тис грн.	252	373	467
	894	494	106
Чистий прибуток (збиток) тис. грн.	17 721	(8 491)	14 942
Частка власного капіталу у пасиві балансу	18,5%	11,3%	70,3%
Людський капітал			
Середньооблікова кількість робітників	493	530	600
Кількість робітників з повною вищою освітою	421	488	524
Кількість персоналу (у %) які пройшли навчання чи курси підвищення кваліфікації	21%	13%	37%
Частка суми, що витрачається на навчання персоналу, %	5%	7%	8%
Маркетинговий капітал			
Кількість постійних глядачів, млн. осіб	8,7	8,9	9,5
Кількість реклами власного контенту за рік, тис. разів.	329	351	392
Ставлення споживачів до контенту (оцінювання за 10-ти бальною шкалою)	7	7	7,8
Інноваційний капітал			
Кількість впроваджених проєктів, шт.	2	0	3
Частка інноваційного обладнання (освітлення, камери,борди тощо),%	32,7%	35,8%	48,7%
Обсяг капітальних інвестицій, млн. грн.	8,3	10,6	44,4

*Розроблено автором на основі джерел [20,23,21]

У таблиці 3.9 присутні показники з різних сфер діяльності, кожна з яких так чи інакше впливає на діяльність компанії. За результатами аналізу певних показників використання інтелектуального капіталу, підприємство висвітлює наявні проблеми і може ефективно протидіяти цим перешкодам аби покращувати інвестиційну привабливість. Так, створення більшої кількості програм та шоу для телеканалів може суттєво вплинути на кількість глядачів та нових споживачів. При цьому створення нового контенту приверне увагу

рекламодавців, які можуть бути зацікавлені в рекламуванні свого товару саме для нового телешоу. Також компанії варто звернути увагу на відсоток співробітників, що пройшли навчання та курси по підвищенню кваліфікації, адже від цього залежить ефективність роботи, професіональні аспекти у зйомках та монтажу. Загалом підприємство ТОВ «СЛІМ Новини» досить непогано використовує інтелектуальний капітал, хоч і має деякі недоліки.

Для покращення рівня інвестиційної привабливості, підприємство має постійно розвиватися та пропонувати нові ідеї аби привернути увагу інвесторів. Інтелектуальний капітал це досить важливий момент у розвитку, хоч на перший погляд здається по-іншому. Проте, окрім покращення показників інтелектуального капіталу, підприємство потребує стратегії розвитку та вдосконалення у цьому питанні. Оскільки підприємство є лідером у своїй галузі діяльності, пропонується створити загальний вектор розвитку на найближчі роки. Для висвітлення недоліків та запропонованих варіантів їх усунення пропонуємо створити матрицю стратегічних орієнтирів табл. 3.10.

Зазначені недоліки у матриці свідчать про недосконалу систему інтелектуального капіталу підприємства через різні економічні та політичні фактори в країні, зокрема основним з яких є повномасштабне вторгнення росії на територію України. Запропоновані вдосконалення мають на меті покращити становище компанії через різні аспекти інтелектуального капіталу.

Наразі однією з проблем, з якою стикнулося підприємство ТОВ «СЛІМ Новини» – це втрата частини прибутку від продажу контенту та зменшення доходів. Запропоновані покращення у вигляді аналізу прибутковості програм може покращити цю ситуацію. Підприємство займається створенням контенту для трьох каналів, що є досить великим навантаженням на працівників. Зазвичай основними програмами є новини та програми з політичним нахилом. Проте не всі телепрограми можуть показати такі ж високі результати. Тому підприємству варто спочатку переглянути ефірні години і визначити які проекти варто поставити на паузу, до покращення фінансової ситуації або взагалі припинити їх виробництво, якщо програми є збитковими.

**Матриця стратегічних орієнтирів підприємства ТОВ «СЛІМ Новини» для
підвищення рівня інвестиційної привабливості**

Проблема/недолік діяльності	Пропозиції щодо вирішення проблеми та підвищення ІПП			
	Вдосконалення в людському капіталі	Вдосконалення в інноваційному капіталі	Вдосконалення у виробничому капіталі	Вдосконалення в технічному капіталі
1. Зниження зацікавленості споживачів до контенту через зменшення доходів		Привернення уваги зарубіжних інвесторів та зниження роялті для провайдерів. Завдяки інвестиціям компанія зможе знизити ціни на платний контент на діджитал ресурсах, а провайдери, відповідно, для кінцевих споживачів.	Створення абсолютно нових програм з новими ідеями, адаптація зарубіжних шоу для українського ринку телебачення.	
2. Опір до змін, зниження ефективності роботи та незацікавленість робітників	Впровадження мотиваційних заходів та створення відповідних комфортних умов для роботи. Створення системи оцінки персоналу та виплат премій на основі досягнутих результатів		Проведення аналізу щодо рівномірного розподілу обов'язків виробництва та створення контенту, делегування повноважень та реформування відділів для більш ефективної роботи	Забезпечення працівників новим технічним обладнанням, проведення навчання щодо експлуатації нових технічних засобів

Продовження таблиці 3.11

Проблема/недолік діяльності	Пропозиції щодо вирішення проблеми та підвищення ІПП			
	Вдосконалення в людському капіталі	Вдосконалення в інноваційному капіталі	Вдосконалення у виробничому капіталі	Вдосконалення в технічному капіталі
3. Повільне входження на східно-європейський ринок	Залучення вітчизняних та закордонних висококваліфікованих спеціалістів для аналізу та створення контенту на зарубіжному ринку телемовлення	Пошук зарубіжних інвесторів та компаній-партнерів для просування українського контенту на території сусідніх країн та західної Європи	Відкриття нового офісу у Східній Європі та підвищеної інтеграції українського контенту закордоном як для української діаспори так і для іноземців (мовою країни)	
4. Втрата частини прибутку з продажу контенту через війну в Україні			Припинення виробництва та транслявання економічно не вигідного контенту або контенту що має низький рейтинг переглядів	Зменшення витрат на оренду приміщень. Зміна офісу компанії та приміщення для вироблення контенту на більш дешевше та менше
5. Значене скорочення працівників через зменшення прибутків компанії	Проведення оцінки навичок та ефективності роботи персоналу і на основі результатів, проведення відповідних скорочень та переведень в інші департаменти	Перерозподіл та скорочення витрат компанії StarLight Media і перенаправлення частини заощаджених коштів у підрозділ «СЛМ Новини»		

*Розроблено автором

Наступною, не менш важливою, проблемою є скорочення персоналу та опір працівників щодо змін. У такому випадку важливим є створення мотивації працівників через премії чи підвищення у посаді, хоча компанія і має певні труднощі з отриманням прибутку. Оцінювання ефективності роботи також є дуже важливим аби контролювати роботу співробітників і звільняти

тільки тих, хто не може виконувати всіх поставлених цілей. Такі заходи вкрай необхідні адже скорочення неефективних працівників може значно знизити затрати підприємства і надати можливість розділити ці кошти на премії тих працівників, хто постійно показує відмінні результати.

Також варто звернути увагу і на зниження зацікавленості глядачів до створеного контенту. Хоч показники переглядів свідчать про непогані результати, проте зазвичай перегляд програм, які виходять не перший рік може відбуватися «на фоні». Тобто коли глядач займається своїми справами паралельно слухаючи передачу. Варіантом вдосконалення та повернення уваги як вже наявних глядачів так і нових може стати створення абсолютно нового формату чи нового шоу. Наприклад можливо адаптувати телешоу «The Tonight Show Starring Jimmy Fallon»: суть цієї програми полягає у проведенні інтерв'ю з відомою особою, з елементами жартів та розповіддю цікавих історій від зірки. Чи американська телепередача та новинна сатира «The Daily Show», де ведучий розповідає новини дня у сатиричній формі та зі своїми коментарями. На українському ринку такі передачі присутні тільки на платформі You Tube, але є досить популярними. Тому адаптація американських шоу для українського ринку може стати дуже гарною ідеєю, яка допоможе привернути увагу глядачів і відповідно підвищити рейтинг.

Останнім проблемним питанням є повільний вихід на східноєвропейський ринок. Попри війну в Україні та зниження прибутку компанії ТОВ «СЛІМ Новини», головний офіс, у вигляді StarLight Media, має звернути увагу на цю проблему. Адже український ринок розважальних шоу та гумористичних передач є досить насиченим та різностороннім. І має потенційно високі шанси сподобатися глядачам інших країн. Перешкодою у цьому питанні може стати переклад, оскільки часто гумор перекладають на іншу мову не досить коректно і це може вплинути на всю гумористичну програму. Тому варто шукати спонсорів-партнерів які будуть зацікавлені в використанні наших програм для своїх ринків і відтворенні максимально правильно весь сенс телепрограми.

Отже, для покращення інвестиційної привабливості підприємства ТОВ «СЛІМ Новини», було розглянуто такий фактор як інтелектуальний капітал, у вигляді показників фінансового капіталу, людського капіталу, маркетингового капіталу та інноваційного капіталу. На основі цих 4 блоків, була створена матриця орієнтирів для підвищення інвестиційної привабливості підприємства, де були запропоновані вдосконалення по кожній з виділених проблем чи недоліків. А також розглянуто можливість адаптації американських розважальних шоу під український ринок телемовлення.

ВИСНОВКИ

Під час написання бакалаврської роботи та детального аналізу підприємства ТОВ «СЛМ Новини», яке спеціалізується на виробленні контенту для телебачення було розглянуто певні питання щодо інвестиційної привабливості підприємства, загального функціонування «СЛМ Новини» розрахований рівень привабливості компанії для інвесторів та запропоновані покращення, які допоможуть підприємству посилити свої позиції на конкурентному ринку телебачення.

У першому розділі кваліфікаційної роботи було досліджено сутність інвестиційної привабливості підприємства та, на основі економічної літератури, статей та праць науковців, таких як Андраш О.А., Брюховецька Н.Ю, Євтушенко С.О та інших. запропоновано власне визначення, яке, на нашу думку, детально та у повній мірі розкриває головний зміст цього поняття та допомогло проводити подальшу роботу у наступних розділах. Також були розглянуті фактори опосередкованого та безпосереднього впливу на формування інвестиційної привабливості підприємства, запропоновані Будніковою Ю.В., і на основі цього виділені головні фактори. Проаналізовано їх вплив на діяльність суб'єкта господарювання, а також коротко розглянута ситуація на ринку інвестицій в Україні для ознайомлення із загальною картиною інвестиційного клімату держави. Наступним кроком було розкрито питання щодо методичного інструментарію оцінки інвестиційної привабливості підприємства, на який зазвичай звертає увагу потенційний інвестор. Були розглянуті методи проведення оцінювання як вітчизняних так і зарубіжних компаній. Після ознайомлення з різноманітними методами було обрано показники оцінки фінансового стану підприємства, які у подальшому були використані при розрахунках.

Другий розділ роботи був присвячений діагностиці результатів діяльності ТОВ «СЛМ Новини». Для дослідження функціонування компанії були розглянуті основні документи, які регулюють діяльність підприємства,

перераховані основні конкуренти на ринку діяльності та зазначена коротка інформація щодо показників успіху кожної компанії. Після чого була надана загальна інформація щодо чистого доходу ТОВ «СЛІМ Новини», собівартості реалізації та валовий прибуток підприємства. Надалі були сформовані основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства, які базуються на фінансовій звітності за період 2019 по 2021 роки. Після аналізу створено графічні рисунки, де наглядно зазначені зміни щодо кожного з показників за досліджуваний період та надана коротка характеристика залежності змін.

Також у цьому розділі проведено аналіз конкурентних позицій між п'ятьма провідними компаніями на українському ринку телебачення. Під час дослідження була створена бальна оцінка конкурентоспроможності, де проведено оцінювання, методом експертних оцінок, по кожній з досліджуваних компаній. Після чого за допомогою багатокритеріального конкурентоспроможності графічно зазначені проблемні місця та сильні сторони усіх гравців. В кінці дана коротка характеристика по кожному підприємству щодо результатів конкурентних позицій

Третій розділ роботи включає в себе оцінку рівня інвестиційної привабливості підприємства та напрями її підвищення. Для аналізу інвестиційної привабливості підприємства було використано інтегральний показник, що розраховувався на основі показників майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності, прибутковості й ділової активності підприємства. Далі, використовуючи формули, були розраховані окремі коефіцієнти по кожній з груп. Після цього у таблиці проведено розрахунки та проведені порівняння з нормативний та нормованим значеннями та розраховано блочний інтегральний показник для груп фінансових показників. Спираючись на ці дані розраховано інтегральний показник фінансового стану підприємства та коротко зазначено, що саме вплинуло на його формування найбільше.

Останнім етапом бакалаврської роботи були запропоновані рекомендації щодо покращення рівня інвестиційної привабливості. Початковим кроком

запропонованих рекомендацій стало ознайомлення з поняттям інтелектуальний капітал, як один із способів покращення інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання. З'ясовано, що інтелектуальний капітал науковці розділяють на людський та структурний капітали. Для подальших дій було обрано зарубіжну компанію «Skandia» та її досвід оцінки ринкової вартості з деталізованою структурою інтелектуального капіталу. На основі цього була запропонована адаптована модель оцінки досліджуваного підприємства ТОВ «СЛМ Новини» та визначені відповідні показники для наступних розрахунків, які сформовано у чотири основні блоки інтелектуального капіталу, які включають: людський, фінансовий, маркетинговий та інноваційний капітали. Для більш детального аналізу ці показники аналізувалися за певний період (2019-2021 рр.). На основі розрахованих показників створено матрицю стратегічних орієнтирів підприємства ТОВ «СЛМ Новини», які допоможуть підвищити рівень інвестиційної привабливості. Як виявилось, компанія має п'ять основних проблем/недоліків: зниження зацікавленості споживачів до контенту через зменшення їх доходів, опір до змін, зниження ефективності роботи та незацікавленість робітників, повільне входження на східноєвропейський ринок, втрата частини прибутку з продажу контенту через війну в Україні та значене скорочення працівників через зменшення прибутків компанії. Після визначення недоліків та створення матриці щодо вдосконалення, надана коротка характеристика з більш детальними пропозиціями щодо вдосконалення. А також додатково запропоновано адаптація американських шоу для українського ринку, як іще один варіант покращення інвестиційної привабливості ТОВ «СЛМ Новини» для потенційних інвесторів.

Такі зміни допоможуть підприємству «СЛМ Новини» покращити своє становище на ринку та привернути увагу як нових глядачів так й потенційних кредиторів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Урванцева С. В. Інвестиційна привабливість підприємства: сутність та фактори її формування / С. В. Урванцева // Молодий вчений. - 2014. - № 7(2). - С. 85-89. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2014_7\(2\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2014_7(2)_24).
2. Андраш О.А. Оцінка інвестиційної привабливості підприємств туристичної галузі / О.А. Андраш // Вісник НТУ «ХПІ». Тематичний випуск: «Технічний прогрес і ефективність виробництва». – 2010. –№ 8. – С. 3-12.
3. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій», затверджена Наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій 22 від 23.02.1998 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98>.
4. Польова В.В. Теоретико-методичні основи дослідження економічної конкуренції підприємств-роботодавців на ринку праці в Україні. Науковий Журнал «Молодий вчений». 2018. № 57. С. 52-57. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/5.1/11.pdf>
5. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т. 3 / Відп. ред. С.В. Мочерний. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
6. Михайловська О.В. Сучасний стан інвестиційної привабливості України [Електронний ресурс] / О.В. Михайловська // Збірник наукових праць Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Економіка/4. Інвестиційна діяльність і фондові ринки. – С 10. – Режим доступу: <http://www.ukrnauka.com/economics/66417>;
7. Семикіна М. В. Конкурентоспроможність у сфері праці: сутність та методологія визначення. Наукові Праці КНТЕУ «Економічні науки». 2009. № 15. С. 11-20. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2009_15_4
8. Брюховецька Н. Ю. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства: визначення недоліків деяких існуючих методик [Електронний

ресурс] / Н. Ю. Брюховецька, О. В. Хасанова // ISSN 1562-109X. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: [st_44_15.pdf](#).

9. Пічкурова З. В. розвиток медіагалузі України в контексті глобальної цифрової трансформації / З. В. Пічкурова. // Стратегія розвитку України. – 2019. – С. 140–147с.

10. Євтушенко С.О. Організаційно-економічні фактори підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук за спеціальністю 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент і маркетинг» /С.О. Євтушенко. – Харків, 2001. – 20 с.

11. Коляда К. Г. методика оцінки інвестиційної привабливості іт-компанії за допомогою показників аналізу акцій та інтегрального показника інвестиційної привабливості / К. Г. Коляда, Т. В. Пуліна, І. А. Нечаєв. // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – С. 41–45с.

12. Задорожня Я.Є., Дядечко Л.П. Підвищення інвестиційної привабливості підприємництва як напрямок залучення інвестиційних ресурсів // Інвестиції: практика та досвід № 2. – 2007. – С. 32-35.

13. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність [навчальний посібник] / Майорова Т.В. – К. : «Центр навчальної літератури», 2004. – 376 с.

14. Буднікова Ю.В. Інвестиційна привабливість підприємства та фактори впливу на неї/ Ю.В. Буднікова // Інноваційна економіка. – С. 194-197

15. Кривов'язюк І.В. Інвестиційна діяльність підприємства: сутність, методика аналізу та шляхи підвищення її ефективності [Електронний ресурс] / Кривов'язюк І.В. // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. – 2018. – Вип. 31. – С. 83-90 – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2018_31_19

16. Прямі іноземні інвестиції (ПІІ) в Україну [Електронний ресурс] // minfin.ua. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/>.

17. MURPHY A. The Global 2000 [Електронний ресурс] / A. MURPHY, I. CONTRERAS // 2023 Forbes Media LLC. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.forbes.com/lists/global2000/?sh=77c2b34f5ac0>.
18. THE BUSINESS WEEK GLOBAL 1000 [Електронний ресурс] // 2023 Yumpu.com. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.yumpu.com/en/document/view/4950031/the-business-week-global-1000>.
19. Akhilesh Chandra. Investment appeal of small growth stocks / Akhilesh Chandra, Alan Reinstein // Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting. — 2011. — № 27 (2). — P. 315.
20. Stewart G. The Quest for Value: a Guide for Senior Managers. New York: Harper Collins Publishers, 1991
21. T. KOUPLAND, T. COLLER, J. MURRIN: Value of company–assessment and management, Olimp-Business, 2005.
22. Бланк И.А. Основы инвестиционного менеджмента. — Т. 2. — Киев: Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. — 448 с.
23. Структура виробництва контенту на телеканалі Новини 24 [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: [schorohova_fuifzh_2021.pdf](#).
24. Фінансова звітність ТОВ "СЛІМ Новини" за 2021 рік [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://starlight.media/finansova-zvitnist-starlight-news/finansova-zvitnist-vidpovidno-do-mizhnarodnih-standartiv-finansovoi-zvitnosti-za-rik-shho-zakinchivsja-31-grudnja-2021-ta-zvit-nezalezhnogo-auditora-tovaristva-z-obmezheniju-vidpovidalnistju-tov-slm-n/>
25. Офіційний сайт телеканалу ICTV [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://ictv.ua/ua/>.
26. Офіційний сайт телеканалу СТБ [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.stb.ua/ua/>.
27. Starlight Production [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://starlight.media/business/starlight-production/>

28. Starlight Production [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://starlight.media/finansova-zvitnist-starlight-news/zvit-pro-upravlinnja-tov-slm-novini-za-2021-rik/>

29. Короткова О.В. Інвестиційна привабливість підприємства та методики її оцінювання [Електронний ресурс] / Короткова О.В. // Ефективна економіка. – 36 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2132>.

30. Коренюк П. Концептуальні підходи та методи визначення інвестиційної привабливості національної економіки [Електронний ресурс] / Коренюк П., Копил О. // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2018_2_10.

31. Коренюк П. Концептуальні підходи та методи визначення інвестиційної привабливості національної економіки [Електронний ресурс] / Коренюк П., Копил О. // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2018_2_10.

32. A. DAMODARAN: Investment appraisal. Tools and techniques for evaluating any assets, Alpina Business Books, 2012.

33. You Control — повне досьє на компанії [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/33295632/.

34. You Control — повне досьє на компанії [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/35016538/.

35. Inter Media Group [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://groupdf.com/uk/nash-biznes-2/mediyniy-biznes/>.

36. 1+1 media Group [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://media.1plus1.ua/>.

37. Кошельок Г. В. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства / Г. В. Кошельок, О. С. Царьов. // Одеський національний економічний університет. – 2020р.

38. Edvinsson, L. and Malone, M.S. (1997) Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. Harper Business, New York.

39. Данькова Н. І їх лишилось троє. Як виживають медіагрупи «Інтер», StarLightMedia і «1+1 media» під час війни [Електронний ресурс] / Наталя Данькова. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/rinok/article/203660/2022-10-12-i-ikh-lyshylos-troie-yak-vyzhyvayut-mediagrupy-inter-starlightmedia-i-11-media-pid-chas-viyny/>.

40. The Tonight Show Starring Jimmy Fallon [Електронний ресурс] // Wikimedia Foundation, Inc.. – 25. – Режим доступу до ресурсу: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Tonight_Show_Starring_Jimmy_Fallon.

41. The Daily Show [Електронний ресурс] // Wikimedia Foundation, Inc.. – 30. – Режим доступу до ресурсу: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Daily_Show.

42. Павлова О. С. інтелектуальний капітал як фактор підвищення інвестиційної привабливості підприємств (на прикладі підприємств виноробної промисловості) / О. С. Павлова. // Економічні інновації Випуск 47 – 2012р. – С. 214–221.

43. Drucker P. F. The Discipline of Innovation / Peter F. Drucker.. – 8 с. – (Harvard Business Review). – (98604).

44. Булеєв І.П., Берсуцький А.Я., Бриль І.В. Стратегія управління інтелектуальним капіталом підприємств: монографія / НАН України, Ін-т економіки промисловості. Донецьк: ДонУЕП, 207 с.

45. Брюховецька Н. Ю., Хасанова О. В. Моделювання інвестиційної привабливості публічного акціонерного товариства як основа прийняття управлінських рішень. Бізнес Інформ. 2018. №1. С. 307–313.

46. Ядранський Д. М. Облік людського капіталу: відповідь на виклики сучасності / Д. М. Ядранський // Економічний часопис-XXI. – 2019. – № 1 – 2. – С. 21 – 23.
47. Степанова А. (2016). Інвестиційно-інноваційний розвиток економіки України: проблеми та перспективи. *Схід: Аналітично-інформаційний журнал*. Донецьк. №4. С. 41-46.
48. Степанова А. (2014). Інвестування в людський капітал – сучасні тенденції постіндустріального суспільства. *Формування ринкової економіки в Україні: Наук. збірник ЛНУ ім. Івана Франка*. Вип. 31. Ч.2 С. 292-297.
49. Агеєва І.М. Перспективні напрями стратегічного планування на підприємствах виноробної галузі України / І.М. Агеєва, О.Ю. Мандро // Економіка харчової промисловості. – 2017. – №2(6). – С. 26-31
50. Dobija D. Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa / Dorota Dobija – Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, 2004. – 246 [1] s.
51. Bratnicki M. Dylematy i pułapki współczesnego zarządzania / Mariusz Bratnicki; Polska Akademia Nauk Oddział w Katowicach. – Katowice: Wydawnictwo Gnome, 2016. – 214 s
52. Hudson W. J. Intellectual Capital: how to build it, enhance it, use it / William J. Hudson. – Toronto: John Wiley&Sons Ins., 1993. – 256 p
53. . Petty R. Intellectual Capital Literature Review. Measurement, reporting and management / Richard Petty, James Guthrie. // *Journal of Intellectual Capital*. – Vol. 1. – № 2. – P. 155–176
54. Shultz T. Investment in Human Capital / T. Shultz. – N.Y.; L., 1971. – 272 p
55. Носова Є. Система показників оцінки фінансового стану підприємств / Є. Носова. // *ВІСНИК Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. – 2016. – С. 53–56 с.
56. Vashkiv O.P. Social Responsibility of Business as a Sign of His Maturity. Сучасні тенденції в економіці та управлінні : збірник матеріалів V

Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 17 листопада 2018 року) : У 2-х ч. Ч. 2. Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2018. С. 21-23.

57. Собко О. М. Інтелектуальний капітал і креація вартості підприємства: моногр. / О. М. Собко. – Тернопіль: ТНЕУ, 2016. – 444 с

58. Притуляк Н. М. Інтелектуальний капітал суб'єктів інноваційної діяльності / Н. М. Притуляк // Фінанси України. – 2019. – № 12. – С. 30 – 40.

59. Мартишевська Г. М. Обґрунтування підходів до формування механізму оцінки інтелектуального капіталу підприємств залізничного транспорту / Г. М. Мартишевська // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Збірник наукових праць. – 2015. – № 21. – С. 3 – 9.

60. Ілляшенко С. М. Актуальні проблеми управління інтелектуальним капіталом підприємства / С. М. Ілляшенко // Механізм регулювання економіки. – 2018. – № 2. – С. 92–102.

61. Должанський І.З., Загорна Т.О. конкурентоспроможність підприємства.– К., 2016. – С. 76-79.

62. Nechaieva, I.A. (2018), "Determination of factors of investment development of metallurgical enterprises in crisis conditions", Nauka moloda, vol. 13, pp. 46—52.

63. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність : підруч. / Т.В. Майорова. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 472 с

64. Коваленко Н.В. Інвестиційна привабливість підприємств у реаліях глобалізації / Н.В. Коваленко, М.М. Мархайчук, І.А. Фесенко // Науковий вісник НГУ. Економіко-правові умови діяльності підприємств. – 2017. – С. 21-27.

65. A. DAMODARAN: Investment appraisal. Tools and techniques for evaluating any assets, Alpina Business Books, 2019.

66. Харламова Г.О Оцінювання привабливості об'єктів інвестування // Актуальні проблеми економіки – 2017. – №9. – с. 73-79.

67. Білошайка В. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства//Цінні папери України.-2018.-№20

68. Терещенко О. Дискримінантна модель інтегральної оцінки фінансового стану підприємства//Економіка України
69. Малова Т. Л., Сільверстова Л. С. Розвиток методичних засад рейтингової оцінки інвестиційної привабливості акціонерних підприємств//Актуальні проблеми економіки.-2015.-№2(20)
70. Kovalenko, N.V., & Markhaichuk, M.M. (2017). Zabezpechennia balansu interesiv subiektiv investytsiinoho protsesu yak factor pidvyshshennia investytsiinoi pryvablyvosti pidpriemstva [Provision of investment process subjects' interests balance as a factor of enterprise investment attractiveness increase]. *Ekonomichnyi Visnyk Donbasu – Economic Bulletin of the Donbas*, 1, 162-167 [in Ukrainian].
71. Shultz T. *Investment in Human Capital* / T. Shultz. – N.Y.; L., 1971. – 272 p.
72. Ястремська О.М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади : монографія / О.М. Ястремська. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2016. – 488 с
73. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія. Одеса: Атлант, 2017. 470 с.
74. Економіка підприємства : навч. посіб. Білецький Є. О. та ін. ; за ред. Є. О. Білецького. Суми : ДВНЗ «АБС НБУ», 2014. 154 с
75. Литвинюк О.П. Основні чинники впливу на конкурентоспроможність підприємств хлібопекарської галузі. Вісник Запорізького національного університету: Збірник наукових праць. Економічні науки. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2015. № 2 (18). С. 56 – 63.
76. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств: монографія. Львів : Український бестселер, 2016. 427 с
77. Кулицький С. Український ринок праці під впливом пандемії COVID-19: стан та оцінка перспектив розвитку. Україна: події, факти,

<http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2020/ukr12.pdf>

78. Левченко Ю. Г. Інтелектуальний капітал та його роль у господарській діяльності підприємства / Ю. Г. Левченко // Бізнес та інтелектуальний капітал. – 2014. – № 1. – С. 92-97.

79. Управління інвестиціями на підприємстві /Козаченко Г.В., Антіпов О.М., Ляшенко О.М. та ін. – К.: Лібра, 2019. – 510 с.

80. Бриль І.В. Формування та використання нематеріальних активів підприємств для підвищення їх капіталізації: моногр. / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2015. 84 с. 32.

81. Штанько Л.О. Оцінка інвестиційної привабливості промислових підприємств. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2017. Вип. 3(30). С. 399–414

82. Vashkiv O.P. Social Responsibility of Business as a Sign of His Maturity. Сучасні тенденції в економіці та управлінні : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 17 листопада 2018 року) : У 2-х ч. Ч. 2. Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2018. С. 21-23

83. Управління інтелектуальною власністю як складова бюджетування на рівні держави, регіонів і суб'єктів господарювання монографія ; [за ред. д-ра екон. наук, проф. А. В. Череп]; Держ. вищ. навч. заклад «Запорізький нац. унт». – Запоріжжя: ЗНУ, 2022. – 276 с.

ДОДАТКИ

ПОКАЗНИКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Таблиця А-4

Показники майнового стану підприємства

Показник	Розрахунок	Зміст
Сума господарських коштів, що їх підприємство має у розпорядженні	підсумок балансу	Дає загальну вартісну оцінку активів, які перебувають на балансі підприємства. Зростання цього показника свідчить про збільшення майнового потенціалу підприємства.
	(ф. 1 р. 1300)	
Коефіцієнт зносу основних засобів	відношення зносу основних засобів до первісної вартості основних засобів	Характеризує частку зношених основних засобів у загальній їх вартості. Позитивним є зменшення значення показника.
	ф. 1 р. 1012/ ф. 1 р. 1011	
Коефіцієнт придатності основних засобів	відношення залишкової вартості основних засобів до первісної	Показує, яка частина основних фондів придатна для експлуатації в процесі господарської діяльності.
	ф. 1 р. 1010/ ф. 1 р. 1011	
Частка основних засобів в активах	відношення залишкової вартості основних засобів до загальної суми активів	Динаміка зменшення показника протягом певного періоду є позитивною в умовах стабільного або зростаючого обсягу виробництва.
	ф.1 р. 1010/ ф.1 р. 1300	
Коефіцієнт мобільності активів	співвідношення оборотних та необоротних активів підприємства	Характеризує рівень мобільності активів підприємства, його підвищення є позитивним фактором.
	ф.1 р. 1195/ ф.1 р. 1095	

Показники фінансової стійкості підприємства

Показник	Розрахунок	Зміст
Коефіцієнт автономії	відношення власного капіталу підприємства до підсумку балансу	Показує питому вагу власного капіталу в загальній сумі засобів, авансованих у його діяльність нормативне значення $> 0,5$
	$\phi 1 \text{ p.1495} / \phi 1 \text{ p.1900}$	
Коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів	відношення власного капіталу до позикових і залучених джерел	Показує, скільки одиниць власних коштів припадає на кожну одиницю позикових і залучених нормативне значення > 1
	$\phi 1 \text{ p. 1495} / (\text{p.1595} + \text{p.1695} + \text{p.1700})$	
Коефіцієнт фінансової стійкості	відношення суми власного капіталу і довгострокових зобов'язань до підсумку балансу	Показує, яку частку активів підприємство здатне фінансувати за рахунок власного капіталу і капіталу, залученого на довгостроковій основі і свідчить про його здатність залишатися платоспроможним в довгостроковій перспективі.
	$\phi 1 (\text{p.1495} + \text{p.1595}) / \phi 1 \text{ p.1900}$	
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	відношення власного оборотного капіталу підприємства до власних джерел фінансування	Показує, яка частина власного оборотного капіталу перебуває в обороті, тобто у тій формі, яка дає змогу вільно маневрувати $\phi 1 (\text{p.1195} - \text{p.1695}) / \phi 1 \text{ p.1495}$ цими коштами, а яка капіталізована
	$\phi 1 (\text{p.1195} - \text{p.1695}) / \phi 1 \text{ p.1495}$	
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	відношення власного оборотного капіталу підприємства до оборотних активів	Показує рівень фінансування оборотних активів за рахунок довгострокових джерел фінансових ресурсів
	$\phi 1 (\text{p.1195} - \text{p.1695}) / \phi 1 \text{ p.1195}$	

Таблиця А-6

Показники ліквідності підприємства

Показник	Розрахунок	Зміст
Коефіцієнт покриття	відношення оборотних активів до поточних зобов'язань підприємства	Показує достатність ресурсів підприємства, які можуть бути використані для погашення його поточних зобов'язань. Нормативне значення >1,5-2,5
	$\phi 1 \text{ p.1195} / \phi 1 \text{ p.1695}$	
Коефіцієнт швидкої ліквідності	відношення найбільш ліквідних оборотних активів (грошових засобів та їх еквівалентів, поточних фінансових інвестицій та дебіторської заборгованості) до поточних зобов'язань підприємства	Характеризує платіжні можливості підприємства щодо сплати поточних зобов'язань за умови своєчасного проведення розрахунків з дебіторами. Нормативне значення >0,6-0,8.
	$\phi 1 (\text{p.1195} - \text{p.1100} - \text{p.1110}) / \phi 1 \text{ p.1695}$	
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	відношення грошових засобів та їхніх еквівалентів і поточних фінансових інвестицій до поточних зобов'язань	Показує, яка частина боргів підприємства може бути сплачена негайно. Нормативне значення >0,2-0,35
	$\phi 1 (\text{p.1160} + \text{p.1165}) / \phi 1 \text{ p.1695}$	

Таблиця А-7

Показники прибутковості підприємств

Показник	Розрахунок	Зміст
Рентабельність капіталу	відношення чистого прибутку до середньорічної вартості капіталу	Свідчить про ефективність використання всього майна підприємства
	$\phi 2 \text{ p.2350} \text{ або } \text{p.2355} // \phi 1 (\text{p.1300} (\text{гр.3}) + \text{p.1300} (\text{гр.4})) / 2$	
Рентабельність власного капіталу	відношення чистого прибутку до середньорічної вартості власного капіталу	Показує ефективність використання власного капіталу
	$\phi 2 \text{ p.2350} \text{ або } \text{p.2355} / \phi 1 (\text{p.1495} (\text{гр.3}) + \text{p.1495} (\text{гр.4})) / 2$	
Рентабельність реалізованої продукції	відношення валового прибутку до собівартості реалізованої продукції	Показує ефективність виробництва і реалізації продукції підприємства.
	$\phi 2 \text{ p.2090} \text{ або } \text{p.2095} / \phi 2 \text{ p.2050}$	
Рентабельність продажу	відношення чистого прибутку до чистої виручки від реалізації	Показник, який показує, скільки прибутку припадає на одиницю реалізованої продукції.
	$\phi 2 \text{ p.2350} \text{ або } \text{p.2355} / \phi 2 \text{ p.2000}$	

Показники ділової активності підприємства

Показник	Розрахунок	Зміст
Коефіцієнт оборотності активів	відношення чистої виручки від реалізації до середньорічної вартості активів	Характеризує ефективність використання підприємством усіх наявних у нього ресурсів незалежно від джерел їх залучення.
	$\text{ф2 п.2000} / \text{ф1(п.1300(гр.3) + п.1300(гр.4))} / 2$	
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	відношення чистої виручки від реалізації до середньорічного розміру дебіторської заборгованості	Показує, скільки разів за рік обернулися кошти, вкладені в розрахунки, тобто скільки разів ця заборгованість утворюється та погашається протягом року..
	$\text{ф2 п.2000} / \text{ф1((п.1125 \div \text{п.1155) гр.3} + (\text{п.1120} \div \text{п.1155}) \text{гр.4})} / 2$	
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	розраховується як відношення собівартості реалізованої продукції (робіт, послуг) до середньорічної величини кредиторської заборгованості	Показує швидкість обертання кредиторської заборгованості підприємства за період, що аналізується, розширення або зниження комерційного кредиту, що надається підприємству
	$\text{ф2п.2050} / \text{ф1((п.1610 \div \text{п.1650}) \text{гр.3} + (\text{п.1610} \div \text{п.1650}) \text{гр.4})} / 2$	
Коефіцієнт оборотності запасів	відношення чистої виручки від реалізації до середньорічного розміру запасів	Показує, як часто обертаються запаси для забезпечення поточного обсягу продажу.
	$\text{ф2 п.2000} / \text{ф1(п.1100гр.3} + \text{п.1100гр.4}) / 2$	
Фондовіддача	відношення чистої виручки від реалізації до середньорічної вартості основних засобів	Характеризує ефективність використання основних засобів і показує скільки отримано виручки на одиницю вкладених основних засобів.
	$\text{ф2 п.2000} / \text{ф1(п.1010гр.3} + \text{п.1010гр.4}) / 2$	
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	відношення чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) до середньорічної величини власного капіталу підприємства	Показує ефективність використання власного капіталу підприємства.
	$\text{ф2 п.2000} / \text{ф1(п.1495(гр.3) + п.1495(гр.4))} / 2$	