

УДК 330.3  
JEL G31, F21, L82, O29  
DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2023/223-2/17>

Алла СТЕПАНОВА, канд. екон. наук, доц.  
ORCID ID: 0000-0002-1711-7948  
e-mail: [stepanova\\_alla@knu.ua](mailto:stepanova_alla@knu.ua)

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

Сергій КАЛЬНИЙ, канд. екон. наук, доц.  
ORCID ID: 0000-0002-0966-9320  
e-mail: [sergkalnyi@knu.ua](mailto:sergkalnyi@knu.ua)

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

## ІНСТРУМЕНТАРІЙ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ В ОЦІНЮВАННІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**Вступ.** Основними критеріями для обрання об'єкта інвестування виступає рівень його інвестиційної привабливості. За наявності різноманітних методик проведення оцінювання рівня інвестиційної привабливості існує ризик суб'єктивного оцінювання, що може призвести до фінансових втрат. Аналіз підприємства з використанням методів стратегічного і фінансового аналізу демонструє результат, який сприяє максимально повно оцінити перспективність інвестування в обраний об'єкт, галузь, територію. Метою дослідження є визначення рівня інвестиційної привабливості підприємства у сфері телебачення та розгляд можливих напрямів щодо її підвищення для забезпечення конкурентоспроможності на вітчизняному ринку. Об'єктом дослідження є процес визначення інвестиційної привабливості підприємства медіасфери.

**Методи.** Для розкриття мети і завдань дослідження використано методи аналізу і синтезу (аналіз медіаринку та виокремлення головних гравців на ньому), стратегічного аналізу для позиціонування об'єкта дослідження через побудову багатофакторного конкурентоспроможності та матриці стратегічних орієнтирів для підприємства медіаринку, методи фінансового аналізу для розрахунку інтегрального показника інвестиційної привабливості підприємства.

**Результати.** Досліджено підходи до оцінювання інвестиційної привабливості підприємства та особливостей застосування інтегрального показника в цьому процесі. Виокремлено переваги і недоліки цього методу. Застосовано інтегральний показник оцінювання інвестиційної привабливості підприємства сфери телебачення. Проаналізовано стан ринку медіа та проведено оцінювання конкурентоспроможності головних його учасників за такими факторами, як: кадровий потенціал, ресурсний потенціал, виробничі можливості, інвестиційний потенціал, пізнаваність та адаптованість до нових умов.

**Висновки.** Визначено конкурентні переваги підприємства та розроблено матрицю стратегій для підвищення його інвестиційної привабливості через виявлення основних проблем у діяльності підприємства в таких сферах: людський капітал, інноваційний капітал, виробничі та технічні можливості. Робота над усуненням визначених прогалин у діяльності компанії сприятиме просуванню виробленого продукту на вітчизняному ринку та перспективному, східно-європейському згідно з стратегічними планами підприємства.

**Ключові слова:** інвестиційна привабливість підприємства, конкурентоспроможність, інтегральний показник оцінювання, стратегії.

### Вступ

**Актуальність дослідження.** Сучасний український ринок налічує понад тисячу підприємств, які діють у різноманітних сферах. Діяльність цих компаній надзвичайно важлива і має бути регульована державою. Саме через ці підприємства відбувається сплата податків до бюджету країни, виробництво товарів, створення робочих місць та підтримка зростання економіки. Необхідність інвестицій для подальшого розвитку та зміцнення кожного підприємства є невід'ємною (Binda et al., 2020). Це сприяє підвищенню фінансового потенціалу та загального успіху підприємства. У сучасних умовах зі зростанням конкуренції та швидким розвитком ринку оцінювання привабливості для інвестицій є актуальною задачею для багатьох інвесторів і підприємців, які прагнуть збільшити свій капітал. Для залучення інвестицій від кредиторів підприємство проводить детальний аналіз за різними показниками діяльності (Майорова, 2009). Інвесторам надається повна інформація щодо рівня привабливості для інвестицій, конкурентоспроможності, ресурсного потенціалу, фінансово-економічних показників та інших аспектів (Носова, 2007).

Одним з основних завдань інвестора є вибір галузі для інвестування та підприємства з найбільшими перспективами. Для такого вибору важливе оцінювання інвестиційної привабливості, зокрема, оцінювання ринків збуту, доступність робочої сили, стратегічне розташування. Основні здобутки оцінювання інвестиційної при-

вабливості підприємств було втілено групою дослідників у 80-х роках ХХ ст., а саме: Джей Е. Фішманом, Шенноном П. Праттом, Вільямом Дж. Моррісоном (Fishman, Pratt, & Morrison, 2006), де в основі був фінансовий результат та оцінювання грошових потоків, що ускладнювалося формуванням прогнозних даних діяльності підприємств. А. Найдовська та Я. Андрієнко (Найдовська, & Андрієнко, 2023) провели систематизацію підходів оцінювання інвестиційної привабливості підприємства та запропонували розширити його з урахуванням ретроспективної особливості, а автори Г. Філюк та К. Акуленко (Fyliuk, & Akulenko, 2018) – через особистісне сприйняття інвестором значущості обраного об'єкта для інвестування. О.В. Ястремська у своїх дослідженнях акцентує увагу на важливості застосування багатокритеріального аналізу з подальшим врахуванням прогнозних даних для оцінювання інвестиційної привабливості підприємства (Ястремська, 2003).

На рівні країни затверджено методику інтегрального оцінювання інвестиційної привабливості підприємств та організацій, де інвестиційну привабливість підприємств визначено як рівень задоволення визначених інвестором потреб та інтересів у фінансових, матеріальних та інших ресурсах по визначеному підприємству з використанням відповідних показників та інтегрального оцінювання також. На макrorівні дослідження інвестиційної привабливості галузей національної економіки, а саме систематизація методичних підходів, відображено в

© Степанова Алла, Кальний Сергій, 2023

працях Т.С. Овчаренко та А.А. Степанова (Овчаренко, & Степанова, 2017), а визначення основних індикаторів інвестиційної привабливості економіки в цілому досліджувала Г.М. Харламова (Харламова, 2009). Г.В. Мисака та А.І. Дерун (Мисака, & Дерун, 2018) у своїх дослідженнях звертають увагу на вплив ринкової капіталізації компанії, на її інвестиційну привабливість, що підтверджують використанням коефіцієнта Тобіна і запропонованій економетричній моделі оцінювання інвестиційної привабливості компанії.

**Метою дослідження** є визначення рівня інвестиційної привабливості підприємства у сфері телебачення та розгляд можливих напрямів щодо її підвищення для забезпечення конкурентоспроможності на вітчизняному ринку. **Завдання дослідження** полягають у проведенні розрахунку інтегрального показника інвестиційної привабливості підприємства на основі аналізу його майнового стану та визначення стратегічних орієнтирів у сучасних умовах господарювання. **Об'єктом дослідження** є компанія медіаринку України – ТОВ "СЛМ Новини".

### Методи

Головними методами дослідження стали методи: аналізу і синтезу (узагальнення та виокремлення основних позицій інвестиційної привабливості підприємства); статистичний (опрацювання статистичної інформації щодо поточного стану інвестиційного ринку країни та досліджуваного об'єкта); метод стратегічного аналізу (матриця стратегічних орієнтирів); математичний метод (інтегральний показник інвестиційної привабливості підприємства).

### Результати

Зважаючи на повномасштабну війну в Україні, однак можемо впевнено стверджувати про загальну привабливість країни для інвестицій, а також окремих підприємств, адже стратегічний інвестор у своїх діях розглядає довгостроковий часовий горизонт, де поточний стан речей нівелюється, незважаючи на високі ризики та очікувані високі доходи. Поточний стан інвестиційного ринку України демонструє негативні тенденції в цьому сегменті, причиною яких є війна в Україні, зниження ділової активності суб'єктів господарювання та інших бізнес-процесів (рис. 1).

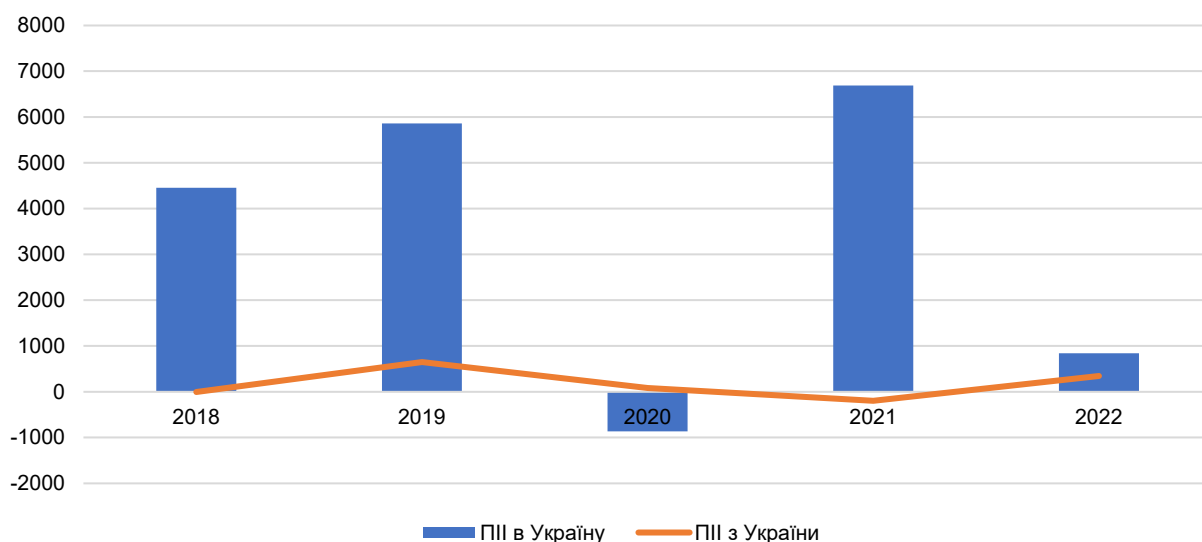
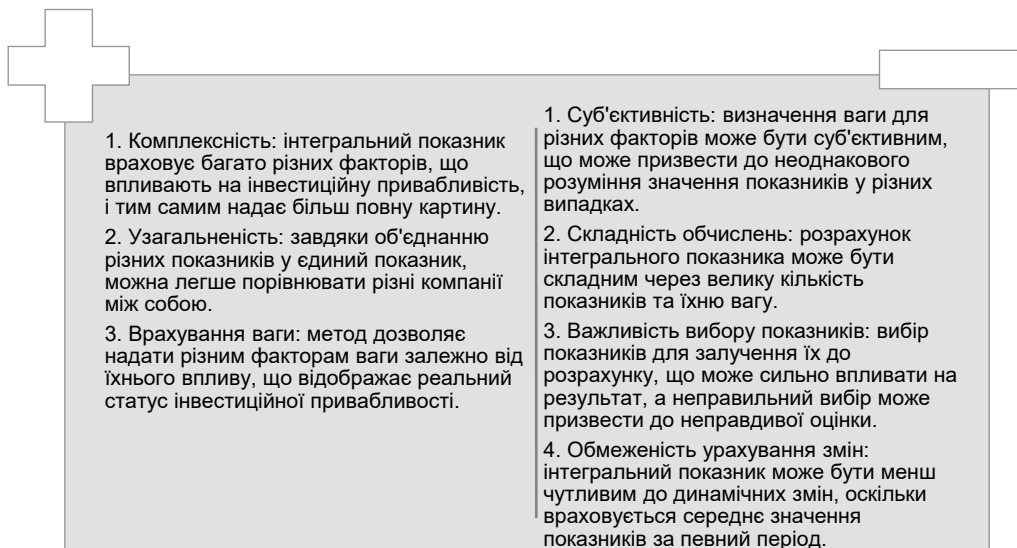


Рис. 1. Прямі іноземні інвестиції в Україну за 2018–2022 рр., млн дол. США

Джерело: розроблено авторами на основі даних Міністерства фінансів України (Прямі іноземні..., б. д.).

Для оцінювання рівня інвестиційної привабливості підприємства варто підходити системно, адже від поставлених цілей конкретного інвестора визначатиметься глибина аналізу підприємства. Відповідно до Положення "Про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації", яке затверджене Наказом Міністерства фінансів України та Фонду державного майна України від 26 січня 2001 р., оцінювання підприємства проводиться за допомогою горизонтального та вертикального аналізів. Горизонтальний аналіз передбачає визначення питомої ваги окремих статей фінансових звітів, тоді як вертикальний аналіз використовує порівняння величин відповідних показників за один

або декілька періодів, їхню тенденцію до зростання або спадання тощо. Проте також існує більш складний підхід до оцінювання рівня інвестиційної привабливості, який містить розрахунок інтегрального показника на основі різних показників, що визначаються на основі фінансових документів підприємства. Розрахунок інтегрального показника оцінювання інвестиційної привабливості дозволяє поєднати різні аспекти та показники в єдиний числовий показник. Інтегральний показник – це корисний інструмент, але його застосування вимагає обережності та врахування його обмежень і недоліків (рис. 2).



**Рис. 2. Особливості методики розрахунку інтегрального показника оцінювання інвестиційної привабливості підприємства**

*Джерело:* розроблено авторами (Методика інтегральної..., 1998).

Найпоширенішими показниками для розрахунку інтегрального показника оцінювання інвестиційної привабливості є показники ліквідності, фінансової стійкості, ділової активності та прибутковості, а також проводиться аналіз показників акцій підприємства, а саме: рентабельність акціонерного капіталу; показники впливу дивідендів; коефіцієнт котирування акцій; прибуток на одну акцію.

На сучасному українському ринку маємо багато підприємств, які діють у сфері медіа. Кожен рік супроводжується новими цифровими трансформаціями, які потребують відповідних заходів. Це приводить до зростаючої конкуренції між провідними компаніями медійної сфери, оскільки кожен прагне підтвердити своє право бути лідером. На сьогодні український телевізійний ринок налічує понад 30 різноманітних компаній, які діють у сфері телебачення. Ці підприємства розробляють різноманітний продукт: дитячі програми – політичні шоу та інші програми.

Досліджуючи ринок телебачення, варто зазначити найпопулярніші на сьогодні медіагрупи, а саме:

- **1+1 Media Group** – один із найбільших медіахолдингів в Україні, власник телеканалу 1+1 і керує каналами 2+2, TET, UNIAN TV, Бірюді;
- **Inter Media Group** – власник каналу Inter;
- **Національна телекомпанія України (NTKU)** – державна телекомпанія;
- **Українська медіагрупа (Ukrainian Media Group)** – власник каналу ZIK;
- **StarLightMedia** – провідний медіахолдинг в Україні, у власності якого перебувають такі канали, як: ICTV, Новий канал, СТБ, М1 (рис. 3).

За охопленістю найширшої аудиторії є канали ICTV, Новий канал та СТБ, контент для яких виробляє підприємство ТОВ "СЛМ Новини".

|   |                                         |                                                                    |
|---|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 1 | StarLightMedia (СЛМ Новини)             | Розважальний та інформаційний контент<br>Понад 7,5 млн глядачів    |
| 2 | 1+1 Media Group (1+1 Production)        | Виробництво серіалів і фільмів, новини<br>9 млн глядачів           |
| 3 | Media Group Ukraine (Media Production)  | Виробництво власних програм і серіалів<br>5,3 млн глядачів         |
| 4 | Inter Media Group (Inter Production)    | Політичне та інформаційне спрямування<br>4,8 млн глядачів          |
| 5 | NTKU (Національна телекомпанія України) | Інформаційне, освітнє та культурно-розважальне<br>4,6 млн глядачів |

**Рис. 3. Найпопулярніші компанії України у сфері телебачення станом на 2023 р.**

*Джерело:* систематизовано авторами.

Для початку рекомендуємо обрати ті фактори конкурентоспроможності, на яких ґрунтуватиметься подальший процес оцінювання. Щодо кількості та значущості цих факторів ведеться дискусія серед вчених (Bashynska et al., 2022), проте, на нашу думку, найважливіші такі:

кадровий потенціал (з висококваліфікованими співробітниками), ресурсний потенціал, виробничі можливості (включаючи власні програми та контент), інвестиційний потенціал (фінансові ресурси), ринкова популярність та адаптованість до нових умов (табл. 1).

Таблиця 1

Бальне оцінювання конкурентоспроможності підприємства

| Показник конкурентоспроможності | Бальне оцінювання |                |                  |                  |                                  |
|---------------------------------|-------------------|----------------|------------------|------------------|----------------------------------|
|                                 | СЛМ Новини        | 1+1 Production | Media Production | Inter Production | Національна телекомпанія України |
| Кадровий потенціал              | 4                 | 5              | 4                | 3                | 3                                |
| Ресурсний потенціал             | 5                 | 5              | 3                | 3                | 4                                |
| Виробничий потенціал            | 4                 | 5              | 3                | 5                | 5                                |
| Інвестиційний потенціал         | 5                 | 3              | 3                | 4                | 5                                |
| Пізнаваність                    | 5                 | 5              | 4                | 4                | 3                                |
| Адаптивність                    | 3                 | 3              | 2                | 1                | 2                                |

Джерело: розроблено авторами на основі методу експертних оцінок.

Зважаючи на різний вплив кожного фактора на загальний рівень конкурентоспроможності, було б цілеспрямовано привласнити кожному фактору відповідну вагу, щоб належним чином зробити корекцію під час оцінювання. За допомогою методу експертного оцінювання виявилось, що ці фактори мають найбільше значення, а саме: виробничі можливості (створення власних програм

тощо), популярність серед споживачів і кадровий потенціал та мають найвищий вплив у процесі формування конкурентоспроможності підприємства та його конкурентних переваг. Для візуалізації результатів процесу оцінювання конкурентоспроможності було збільшено показники вдвідесятеро та виведено загальний бал, який можна отримати за ідеальних умов (табл. 2).

Таблиця 2

Скореговане оцінювання конкурентоспроможності з урахуванням питомої ваги та еталонного значення

| Показник конкурентоспроможності | Бальна оцінка |           |             |             |                                  |                   |
|---------------------------------|---------------|-----------|-------------|-------------|----------------------------------|-------------------|
|                                 | СЛМ Новини    | 1+1 Prod. | Media Prod. | Inter Prod. | Національна телекомпанія України | Еталонне значення |
| Кадровий потенціал              | 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 потенціал            | 10            | 12,5      | 7,5         | 12,5        | 12,5                             | 12,5              |
| Інвестиційний потенціал         | 5,5           | 3,3       | 3,3         | 4,4         | 5,5                              | 5,5               |
| Пізнаваність                    | 10,5          | 10,5      | 8,4         | 8,4         | 6,3                              | 10,5              |
| Адаптивність                    | 2,7           | 2,7       | 1,8         | 0,9         | 1,8                              | 4,5               |
| Сума                            | 43,4          | 46        | 33,5        | 36,4        | 37,4                             | 50                |

Джерело: розроблено авторами.

Отже, результатом проведеного аналізу стало визначення лідерів за табл. 2 у вибірці дослідження, а саме: "СЛМ Новини" і "1+1 Media Group" та визначення максимального еталонного показника, який становить 50 (рис. 4).

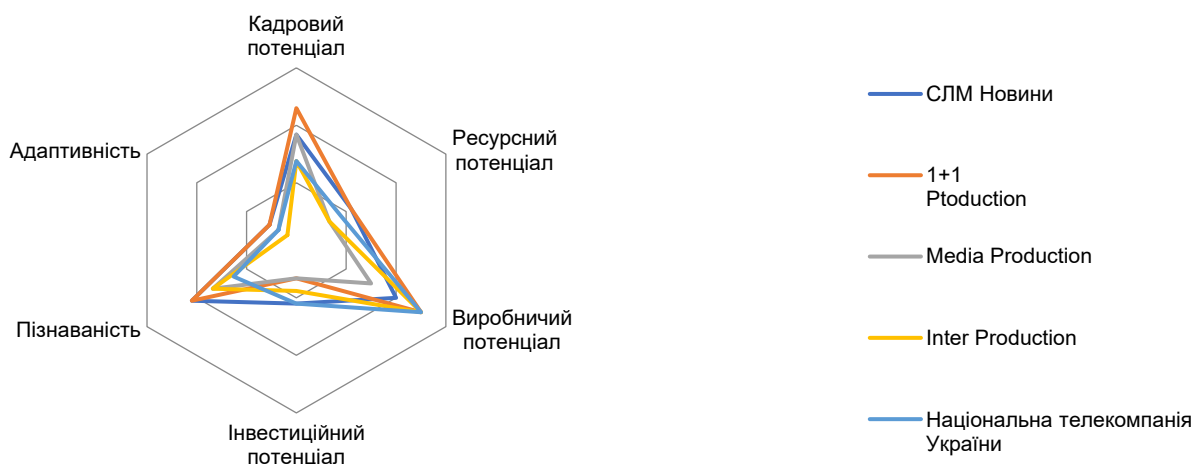


Рис. 4. Багатокутник конкурентоспроможності компаній у сфері телебачення

Джерело: розроблено авторами.

Зважаючи на отримані дані, стає очевидним, що перевагами всіх об'єктів дослідження є такі складові: кадровий потенціал, ринкова популярність та виробничі можливості. Це впливає з того, що кожна з компаній, представлених на графіку, відіграє провідну роль, і ці показники мають велику значимість. Кожен з учасників є великим підприємством, де тисячі працівників зайняті виробництвом гігабайтів контенту для аудиторії. Саме тому кадровий і виробничий потенціал компаній мають значення.

Отже, у цілому можна констатувати, що компанія ТОВ "СЛМ Новини" має добрі результати щодо прибутковості. Для підтвердження отриманих попередніх результатів

розрахуємо інтегральний показник інвестиційної привабливості підприємства. Рекомендовано виходити з узагальнювальних показників підприємства щодо майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності, прибутковості та ділової активності. На основі документів фінансової звітності було розраховано ці показники по групах для подальшого використання в дослідженні. Вага одиничного фінансового коефіцієнта в блочному оцінюванні в кожній групі інтегральних показників була визначена методом експертних оцінок та проведено кінцевий розрахунок інтегрального показника інвестиційної привабливості підприємства медіасфери (табл. 3).

Таблиця 3

**Розрахунок інтегрального показника інвестиційної привабливості  
ТОВ "СЛМ Новини" на основі п'яти груп фінансових показників**

| Група показників                                                                                                                                                                                               | Значення блочного інтегрального показника | Питома вага | Значення складової інтегрального показника інвестиційної привабливості |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------|------------------------------------------------------------------------|
| Показники майнового стану (коефіцієнти зносу та придатності основних засобів, частка основних засобів у активах та коефіцієнт мобільності активів)                                                             | 3,488                                     | 0,275       | 0,9592                                                                 |
| Показники фінансової стійкості підприємства (коефіцієнти фінансової стійкості, автономії, маневреності власного капіталу, співвідношення власного та запозиченого капіталу, забезпеченості оборотними коштами) | 1,422                                     | 0,275       | 0,39105                                                                |
| Показники ліквідності підприємства (коефіцієнти покриття, абсолютної та швидкої ліквідності)                                                                                                                   | 1,397                                     | 0,14        | 0,19558                                                                |
| Показники прибутковості підприємства (рентабельність власного капіталу, рентабельність реалізованої продукції та продажів)                                                                                     | 0,501                                     | 0,11        | 0,05511                                                                |
| Показники ділової активності підприємства (коефіцієнти оборотності активів, дебіторської заборгованості, кредиторської заборгованості, оборотності власного капіталу, оборотності запасів, фондівіддача)       | 91,543                                    | 0,2         | 18,3086                                                                |
| Інтегральний показник інвестиційної привабливості підприємства                                                                                                                                                 | —                                         | —           | 19,90954                                                               |

*Джерело:* розраховано авторами.

Отриманий результат засвідчує високий рівень інвестиційної привабливості, що забезпечують показники ділової активності підприємства, та їхню вагу в розрахунку інтегрального показника.

#### Дискусія і висновки

Із метою підвищення привабливості для інвесторів підприємство має постійно еволюціонувати і вносити нові ідеї, які б привертати увагу інвесторів. Інтелектуаль-

ний капітал є значущим фактором. Однак важливим для підприємства є не лише поліпшення індикаторів інтелектуального капіталу, а також вимога до розробки і реалізації стратегії розвитку, спрямованої на покращення цієї сфери. Зважаючи на те, що підприємство виступає лідером у своєму сегменті, доцільно розробити загальний напрям розвитку на найближчі роки, використавши матрицю стратегічних орієнтирів (табл. 4).

Таблиця 4

**Матриця стратегічних орієнтирів підприємства ТОВ "СЛМ Новини"**

| Проблема / прогалина у діяльності компанії | Падіння зацікавленості | Опір змін працівників                                                                                                                | Сповільнення виходу на східно-європейський ринок                                                                                          | Вплив війни в Україні                                                                   | Відтік кадрів                                                                                                             |
|--------------------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Напрями вдосконалення                      |                        |                                                                                                                                      |                                                                                                                                           |                                                                                         |                                                                                                                           |
| Людський капітал                           |                        | Впровадження мотиваційних заходів і підвищення комфортності в роботі; розробка системи оцінювання персоналу з подальшим преміюванням | Залучення вітчизняних і закордонних висококваліфікованих спеціалістів для аналізу та створення контенту на зарубіжному ринку телемовлення | Упровадження програм із залучення кадрів і підвищення їхньої кваліфікації та умов праці | Оцінювання ефективності роботи та отриманих знань із подальшими перерозподілом в інші структурні підрозділи чи скорочення |



Закінчення табл. 4

| Проблема / прогалина у діяльності компанії | Падіння зацікавленості                                                                                                                     | Опір змінам працівників                                                                                                                                 | Сповіднення виходу на східно-європейський ринок                                                                                                                                      | Вплив війни в Україні                                                                                                | Відтік кадрів                                                                                                                    |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Напрями вдосконалення                      |                                                                                                                                            |                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                      |                                                                                                                                  |
| Інноваційний капітал                       | Зацікавленість зарубіжних інвесторів і зниження роялті для провайдерів, що призведе до здешевлення платного контенту на діджитал ресурсах  |                                                                                                                                                         | Розгляд потенційних компаній-партнерів для просування українського контенту в країнах Європи та укладання відповідних контрактів                                                     |                                                                                                                      | Перерозподіл і скорочення витрат компанії StarLight Media та перенаправлення частини заощаджених коштів у підрозділ "СЛМ Новини" |
| Виробничий капітал                         | Зведення контенту відповідно до потреб аудиторії: пошук нових та цікавих шоу, телепередач, адаптація їх для перегляду українським глядачем | Перерозподіл основних видів робіт відповідно до кваліфікації персоналу, делегування повноважень та окремих функцій для ефективного виробництва контенту | Для ознайомлення іноземної аудиторії з вітчизняним медіаконтентом максимально сприяти представленості та відкритості на східно-європейському, а в подальшому, і європейському ринках | Припинення виробництва і трансляції неефективних продуктів з низьким рівнем переглядів і, відповідно, рентабельністю |                                                                                                                                  |
| Технічне забезпечення                      |                                                                                                                                            | Технічне переозброєння відповідно до результатів НТП та навчання персоналу                                                                              |                                                                                                                                                                                      | Зменшення витрат на оренду приміщень                                                                                 |                                                                                                                                  |

Джерело: розроблено авторами.

Висвітлені прогалини в діяльності компанії є наслідком великої кількості факторів, а саме: низького рівня оплати праці, фахової підготовки, відтоку кадрів, нерівних конкурентних умов праці. Це все вкрай негативно для всіх суб'єктів господарювання, однак, з іншого боку, – це і пошук нових моделей діяльності для учасників бізнесу в Україні та світі.

Однією з актуальних проблем є повільний вихід на міжнародні ринки, а саме на східноєвропейський ринок (саме його розглядає компанія для себе першочергово). Однією з перешкод у цьому питанні може стати процес перебудови, тому важливо знаходити спонсорів-партнерів, які будуть зацікавлені у використанні наших програм на своїх ринках і зможуть відтворити всі аспекти телепрограми максимально точно.

Проводячи оцінювання інвестиційної діяльності підприємства, варто зважати, у якому секторі економіки працює обраний об'єкт, враховувати інтереси всіх сторін та шукати відповідні переваги для потенційного інвестування. Як напрями майбутніх досліджень варто вказати на вивчення ресурсного забезпечення проведення інвестиційної діяльності суб'єкта господарювання та його спроможності щодо розширення на інші, стратегічно визначені, ринки.

**Внесок авторів:** Алла Степанова – концептуалізація, методологія, збір емпіричних даних та їхня валідація, аналіз джерел, підготовка огляду літератури або теоретичних засад дослідження, написання та редагування тексту; Сергій Кальний – збір емпіричних даних та їхня валідація, аналіз джерел, підготовка огляду літератури або теоретичних засад дослідження.

#### Список використаних джерел

- Майорова, Т.В. (2009). *Інвестиційна діяльність*. Центр учбової літератури.
- Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій. (1998). Верховна Рада України. (Наказ Агентства з питань запобігання банкрутству № 214/2654 від 23.02.1998). <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98>
- Мисака, Г.В., & Дерун, І.А. (2018). Визначення та оцінка індикаторів інвестиційної привабливості компанії за даними фінансової звітності. *Фінанси України*, 3, 116–128. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu\\_2018\\_3\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2018_3_9)
- Найдовська, А., & Андрієнко, Я. (2023). Систематизація методик аналізу інвестиційної привабливості підприємства. *Молодий вчений*, 6(118), 84–88. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-6-118-17>
- Носова, О.В. (2007). Інвестиційна привабливість підприємства. *Стратегічні пріоритети*, 1(2), 120–126.
- Овчаренко, Т., & Степанова, А. (2017). Методичні підходи щодо визначення інвестиційної привабливості галузей України. *Молодий вчений*, 5(45), 684–689.
- Прямі іноземні інвестиції (2002-2023). (6. д.). <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/>
- Харламова, Г.О. (2009). Індикатори інвестиційної привабливості України. *Актуальні проблеми економіки*, 3(93), 45–56.
- Ястремська, О.М. (2003). *Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади*. ВД "ИНЖЕК".
- Bashynska, I., Smokvina, G., Yaremko, L., Lemko, Y., Ovcharenko, T., & Zhang, S. (2022). Assessment of investment and innovation image of the regions of Ukraine in terms of sustainable transformations. *Acta Innovations*, 43, 63–77. <https://doi.org/10.32933/ActaInnovations.43.6>
- Binda, J.P., Prokopenko, M., Ramskyi, A., Shuplat, O., Halan, L., & Mykhaylenko, D. (2020). Assessment of investment attractiveness of industrial enterprises. *International Journal of Management (IJM)*, 11(2), 27–35. <https://ssrn.com/abstract=3551999>
- Fishman, Jay E., Pratt, Shannon P., & Morrison, William J. (2006). *Standards of Value: Theory and Applications*. Wiley, 1 ed.
- Fyliuk, H., & Akulenko K. (2018). Methodological principles of evaluation of investment attractiveness of the enterprise. *Baltic Journal of Economic Studies*, 4(5), 387–395. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-5-387-395>
- Kharlamova, G. (2014). Investment attractiveness of Ukrainian regions: Rating assessment and marketing promotion. *Journal of International Studies*, 7(1), 9–26. <http://doi.org/10.14254/2071-8330.2014/7-1/1>

## References

- Bashynska, I., Smokvina, G., Yaremko, L., Lemko, Y., Ovcharenko, T., & Zhang, S. (2022). Assessment of investment and innovation image of the regions of Ukraine in terms of sustainable transformations. *Acta Innovations*, 43, 63–77. <https://doi.org/10.32933/ActaInnovations.43.6>
- Binda, J.P., Prokopenko, M., Ramskyi, A., Shuplat, O., Halan, L., & Mykhaylenko, D. (2020). Assessment of investment attractiveness of industrial enterprises. *International Journal of Management (IJM)*, 11(2), 27–35. <https://ssrn.com/abstract=3551999>
- Fishman, Jay E., Pratt, Shannon P., Morrison, & William J. (2006). *Standards of Value: Theory and Applications*, Wiley, 1 ed.
- Foreign direct investment in Ukraine (2002-2023). (n.d.). [in Ukrainian]. <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/>
- Fyliuk, H., & Akulenko K. (2018). Methodological principles of evaluation of investment attractiveness of the enterprise. *Baltic Journal of Economic Studies*, 4(5), 387–395. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-5-387-395>
- Kharlamova, G.O. (2009). Indicators of investment attractiveness of Ukraine. *Current problems of the economy*, 3(93), 45–56 [in Ukrainian].
- Kharlamova, G. (2014). Investment attractiveness of Ukrainian regions: Rating assessment and marketing promotion. *Journal of International Studies*, 7(1), 9–26. <http://doi.org/10.14254/2071-8330.2014/7-1/1>
- Mayorova, T.V. (2009). *Investment activity: understudy*. Center of educational literature [in Ukrainian].
- Mysaka, G.V., & Derun I. A. (2018). Determination and assessment of indicators of the company's investment attractiveness based on financial reporting data. *Finances of Ukraine*, 3, 116–128 [in Ukrainian]. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu\\_2018\\_3\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2018_3_9)
- Naidovska, A., & Andrienko, Ya. (2023). Systematization of methods of analysis of the investment attractiveness of the enterprise. *Young Scientist*, 6(118), 84–88 [in Ukrainian]. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-6-118-17>
- Nosova, O.V. (2007). Investment attractiveness of the enterprise. *Strategic priorities*. 1 (2), 120–126 [in Ukrainian].
- Ovcharenko, T., & Stepanova, A. (2017). Methodical approaches to determining the investment attractiveness of Ukrainian industries. *Young Scientist*, 5(45), 684–689 [in Ukrainian].
- The method of integral assessment of the investment attractiveness of enterprises and organizations*. (1998). Verkhovna Rada of Ukraine. (Order of the Agency for the Prevention of Bankruptcy N 214/2654 of 23.02.1998) [in Ukrainian]. <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98>
- Yastremska, O.M. (2003). *Investment activity of industrial enterprises: methodological and methodical principles*. VD "INZHEK" [in Ukrainian].

Отримано редакцією журналу / Received: 29.09.23  
Прорецензовано / Revised: 06.10.23  
Схвалено до друку / Accepted: 22.10.23

Alla STEPANOVA, PhD (Econ.), Assoc. Prof.  
ORCID ID: 0000-0002-1711-7948  
e-mail: stepanova\_alla@knu.ua  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

Sergii KALNYI, PhD (Econ.), Assoc. Prof.  
ORCID ID: 0000-0002-0966-9320  
e-mail: sergkalnyi@knu.ua  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

## STRATEGIC ANALYSIS TOOLKIT IN ASSESSING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF A COMPANY

**Background.** The key criterion for choosing an investment object is the level of its investment attractiveness. In the presence of various methods of assessing the level of investment attractiveness, there is a risk of subjective assessment, which can lead to financial losses. The analysis of the enterprise using the methods of strategic and financial analysis provides the result, which helps to fully assess the prospect of investment in a selected object, industry, or territory. The purpose of the study is to determine the level of investment attractiveness of the enterprise in the field of television and to consider possible directions for its increase to ensure competitiveness in the domestic market. The object of the study is the process of determining the investment attractiveness of a media company.

**Methods.** Methods of analysis and synthesis (analysis of the media market and identification of key players on it), strategic analysis for positioning the research object through the construction of a competitiveness polygon and a matrix of strategic orientations for the media market company, financial analysis methods for calculation were used to reveal the purpose and objectives of the research. Integral indicator of the investment attractiveness of the company.

**Results.** Approaches to the assessment of the investment attractiveness of the enterprise and the peculiarities of the application of the integral indicator in this process have been studied. The advantages and disadvantages of this method are highlighted. An integral indicator of the assessment of the investment attractiveness of the enterprise in the field of television is applied. The state of the media market was analyzed and the competitiveness of its main participants was assessed according to such factors as: personnel potential, resource potential, production capabilities, investment potential, recognition and adaptability to new conditions.

**Conclusions.** The competitive advantages of the enterprise were determined and a matrix of strategies was developed to increase its investment attractiveness by identifying the main problems in the enterprise's activities in the following areas: human capital, innovation capital, production and technical capabilities. The work on eliminating the identified gaps in the company's activities will contribute to the promotion of the manufactured product on the domestic market and the promising Eastern European market, in accordance with the company's strategic plans.

**Keywords:** investment attractiveness of the enterprise, competitiveness, integral evaluation index, strategies.

Автори заявляють про відсутність конфлікту інтересів. Спонсори не брали участі в розробленні дослідження; у зборі, аналізі чи інтерпретації даних; у написанні рукопису; в рішенні про публікацію результатів.

The authors declare no conflicts of interest. The funders had no role in the design of the study; in the collection, analyses or interpretation of data; in the writing of the manuscript; in the decision to publish the results.