

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

**МАКАРЕНКО УЛЯНА БОГДАНІВНА**

УДК 336.011+336.1/.2+658.14+330.564.2]:338.1(477) [043.3]

**ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ  
МЕДІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

**Спеціальність 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит**

**АВТОРЕФЕРАТ**  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
**кандидата економічних наук**

**Львів – 2020**

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі фінансів, грошового обігу і кредиту Львівського національного університету імені Івана Франка Міністерства освіти і науки України.

**Науковий керівник:**

кандидат економічних наук, доцент  
**Крупка Ігор Михайлович,**  
Львівський національний університет імені Івана Франка,  
доцент кафедри аналітичної економіки та міжнародної економіки.

**Офіційні опоненти:**

доктор економічних наук, професор,  
заслужений працівник освіти України  
**Дем'янишин Василь Григорович,**  
Тернопільський національний економічний університет,  
професор кафедри фінансів ім. С. І. Юрія;

кандидат економічних наук, доцент  
**Ткачук Ірина Ярославівна,**  
Чернівецький національний університет імені Ю. Федьковича,  
доцент кафедри фінансів і кредиту.

Захист відбудеться “28” вересня 2020 р. о 14<sup>00</sup> год. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 35.051.01 Львівського національного університету імені Івана Франка за адресою: 79008, м. Львів, проспект Свободи 18, ауд. 115.

З дисертацією можна ознайомитися у Науковій бібліотеці Львівського національного університету імені Івана Франка за адресою: 79601, м. Львів, вул. Драгоманова, 5.

Автореферат розісланий “27” серпня 2020 року.

**Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради**

**Н.Б. Демчишак**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** В умовах складної соціально-економічної ситуації в Україні важливе значення має ефективна діяльність медійних підприємств, які сприяють підвищенню рівня обізнаності громадян й своєчасно надають їм правдиву, незаангажовану та актуальну інформацію. Стабільна та якісна робота медіаорганізацій, як і більшості суб'єктів господарювання, значною мірою залежить від достатності фінансового забезпечення їхньої діяльності. Сьогодні значна кількість вітчизняних підприємницьких структур відчувають дефіцит фінансових ресурсів та мають негативні фінансові результати. Ефективно організована система фінансового управління медіапідприємством разом з дієвим механізмом державного стимулювання дає змогу вивести цю сферу на якісно новий рівень діяльності, яка допоможе забезпечити безпеку інформаційного простору України.

Фінансовий механізм відіграє важливу роль у реалізації поставлених цілей для компанії. У процесі їх втілення в життя забезпечуються умови виконання завдань, які стоять перед компанією, а саме: повна мобілізація фінансових ресурсів, необхідних для задоволення потреб та повноцінного її функціонування. Відповідно до цих завдань механізм фінансування та фінансова політика мають бути спрямовані на активізацію діяльності компанії й створення для цього сприятливих умов. Наразі є велика потреба у вдосконаленні фінансового механізму розвитку медійних компаній, що створить реальну фінансову базу для забезпечення економічної самостійності і вирішення завдань фінансової політики та сприятиме раціональному і ефективному управлінню фінансами вітчизняних медійних підприємств в умовах ринкових трансформацій.

З огляду на зазначене вище, актуальним завданням сьогодення є створення нової концепції фінансового менеджменту медійних організацій, яка б відповідала сучасним євроінтеграційним умовам господарювання та інформаційним потребам соціально-економічного розвитку суспільства.

Теоретико-методологічні та прикладні аспекти функціонування фінансового механізму підприємств розглядаються у наукових працях провідних вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема: В. Андрущенко, В. Базилевича, М. Бордакова, Ю. Вавилова, Д. Ваньковича, О. Василика, О. Вартанова, А. Воронкової, В. Дем'янишина, Я. Дропи, В. Ільїна, О. Кириленко, Г. Кірейцева, О. Ковалюка, В. Ковальова, А. Козаченка, А. Крокета, М. Крупки, В. Медяника, Ф. Мишкіна, О. Мороза, І. Нагорної, В. Назарова, В. Опаріна, М. Петик, О. Підхомного, І. Ткачук, В. Федосова, А. Хоронжого, Б. Широкова, Дж. Шинасі, Н. Векс, М. Kiefer та ін.

Однак незадовільний фінансовий стан вітчизняних підприємств, зокрема медійних компаній, що актуалізується в умовах подолання наслідків фінансово-економічної кризи, потребує нових підходів до забезпечення стійкості їхнього функціонування та розвитку саме фінансового механізму. Не заперечуючи значущості внеску різних науковців, вважаємо, що, на сьогодні існує низка нерозв'язаних проблем теоретичного та методологічного характеру, пов'язаних із виявленням принципів і складових стійкого функціонування й розширеного відтворення суб'єктів господарювання; відсутністю єдиної концепції, що комплексно пов'язує різні види й чинники фінансового механізму забезпечення розвитку медійного підприємства.

### **Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.**

Дисертаційна робота є складовою частиною науково-дослідної роботи кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту економічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка “Формування фінансового потенціалу національної економіки” (державний реєстраційний номер 0116U001677), у межах якої проведено дослідження теоретико-методологічних основ і запропоновано стратегічні напрями оптимізації фінансування розвитку медійних компаній в економіці України.

**Мета і завдання дослідження.** Метою роботи є поглиблення теоретичних основ, розроблення методологічних положень і практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності функціонування фінансового механізму розвитку медійних підприємств України в умовах євроінтеграції.

Для досягнення поставленої мети у дисертації сформульовано такі завдання:

- з'ясувати особливості організації фінансів медійних підприємств;
- визначити джерела фінансового забезпечення розвитку медіакомпаній;
- сформулювати принципи, складові та структуру фінансового механізму розвитку медіаорганізацій;
- діагностувати інституційне середовище фінансової діяльності медійних підприємств України з метою його покращення в конкурентному середовищі;
- удосконалити підходи до формування політики управління фінансовими ресурсами вітчизняних медійних компаній в умовах ринкової економіки;
- розробити алгоритм оцінки ефективності функціонування фінансового механізму діяльності медійних організацій в Україні;
- сформулювати концептуальні пріоритети удосконалення фінансового регулювання розвитку медіапідприємств у національній економіці;
- обґрунтувати напрями оптимізації фінансування діяльності вітчизняних медіаорганізацій та підвищення їх результативності;
- запропонувати концепцію фінансового управління розвитком медійних компаній в Україні.

**Об'єктом дослідження** є процес фінансової діяльності медійних підприємств в Україні.

**Предметом дослідження** є теоретико-методологічні основи й практичні аспекти формування фінансового механізму розвитку медійних підприємств в економіці України в умовах посилення впливу глобалізації.

**Методологічною основою дослідження** є загальнонаукові та спеціальні методи, які використано для отримання відповідних результатів: логічний, абстрагування, узагальнення та деталізації – з метою з'ясування сутності та формування понятійного апарату дослідження фінансової діяльності медійних підприємств; узагальнення, групування і систематизації – для визначення джерел фінансового забезпечення й формування алгоритму фінансового управління діяльністю медійних організацій; аналіз, синтез, індукція та дедукція – під час оцінювання ефективності функціонування медійних підприємств; історичний та статистичні методи – у процесі оцінки стану функціонування медійного ринку України; економіко-математичного моделювання, зокрема, використання кореляційно-регресійного аналізу – для дослідження впливу факторів на динаміку показників ефективності функціонування вітчизняних медійних підприємств;

рейтинговий метод – при розробленні інтегрального показника оцінки динаміки фінансової стабільності медійного ринку України.

**Інформаційною базою дослідження** є законодавчі і нормативні акти Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, матеріали Державної служби статистики України, Міністерства фінансів України, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених з проблем фінансового управління медійними підприємствами у національній економіці, матеріали науково-практичних конференцій, інформаційні ресурси мережі Інтернет, офіційна фінансова звітність медійних підприємств, власні аналітичні розрахунки.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у розробленні нових наукових положень щодо удосконалення фінансового механізму розвитку медійних підприємств в економіці України в умовах глобалізації медіаринку.

До найвагоміших результатів дисертації, які становлять наукову новизну, належать:

*уперше:*

– розроблено концепцію фінансового управління розвитком медійних підприємств України, у якій обґрунтовано мету, завдання, принципи, етапи реалізації та очікувані результати, що конкретизовані на мікро- та макроекономічному рівнях. Це дало змогу визначити послідовність управління фінансами медійних організацій та напрями стимулювання розвитку медійного ринку з метою забезпечення інформаційної безпеки країни (пп. 3.3);

*удосконалено:*

– теоретичні положення щодо визначення характеристик структури фінансового механізму з виокремленням мікро- й макрорівня з метою ефективного управління фінансами медійних компаній та фінансового регулювання розвитку національного медійного ринку. Це уможливило систематизацію фінансових методів, інструментів, важелів та нормативно-правового забезпечення для їх використання у розрізі медійних підприємств і держави (пп. 1.3);

– критерії оцінки фінансового стану медійних підприємств (фінансових результатів, абсолютної і відносної фінансової стійкості, ліквідності, ймовірності банкрутства) та сформовано за результатами проведеного аналізу середні показники по медійному ринку, що дало змогу продіагностувати параметри фінансового стану національного медіаринку (пп. 2.1);

– науково-методичні підходи до побудови рейтингового показника оцінки фінансової стабільності медійного ринку в динаміці, який містить головні параметри фінансового стану, що дасть змогу прогнозувати очікувані результати його фінансової діяльності у довготерміновій перспективі (пп. 2.3);

– організаційно-методологічні підходи до визначення впливу медійного ринку на рівень суспільної довіри до інституту держави, тіньової економіки та виявлено високий ступінь оберненого зв'язку між цими показниками: чим більша кількість медійних підприємств, тим вищий ступінь суспільної довіри та нижчий рівень тіньової економіки. Рівень суспільної довіри визначено як кількість членів кредитних спілок, які самі по собі уособлюють ступінь довіри. Це дасть змогу обґрунтувати принципи формування державної політики на національному медійному ринку (пп. 3.1);

*одержали подальший розвиток:*

– визначення сутності фінансового механізму розвитку медійних підприємств як системи управління фінансами, яка охоплює фінансові методи, інструменти, важелі, стимули, нормативно-правове й інформаційне забезпечення та створена з метою впливу на формування, використання, розподіл і перерозподіл фінансових ресурсів, підвищення ефективності діяльності медійних компаній, стимулювання стабільного функціонування медіаринку для забезпечення інформаційної безпеки в країні. Це уможливило виокремлення фінансово-кредитних важелів впливу на розвиток вітчизняних медійних підприємств (пп. 1.1);

– наукова аргументація доцільності використання фінансового інжинірингу у процесі менеджменту капіталом медійних компаній, який охоплює сфери управління власними й позиченими коштами, фінансування оборотних і необоротних активів медіапідприємства та алгоритм визначення потреби у фінансових ресурсах з метою забезпечення стабільності розвитку суб'єктів господарювання в Україні (пп. 2.2);

– обґрунтування напрямів оптимізації фінансового забезпечення діяльності вітчизняних медійних підприємств, що дало змогу обґрунтувати науково-практичні рекомендації для проведення державної політики розвитку медійного ринку та поліпшити фінансовий стан засобів масової інформації України (пп. 3.2);

– рекомендації щодо застосування індикативного фінансового планування у розробленні урядової політики в сфері функціонування медіаринку, що дасть можливість підвищити дієвість фінансового регулювання розвитку медійних підприємств України та якісний рівень реалізації ними фінансової політики (пп. 1.3).

**Практичне значення отриманих результатів** полягає у тому, що положення, висновки та рекомендації, сформульовані у роботі, мають практичне спрямування і можуть бути використанні для підвищення ефективності процесів формування фінансового механізму розвитку медійного ринку у національній економіці. Зокрема, положення та пропозиції, які мають практичну значущість, пройшли апробацію і впроваджені у діяльність:

– Українсько-польського медіатовариства (Довідка № 24-z від 30.01.2020 р.), зокрема використало пропозиції щодо удосконалення методики аналізу ефективності діяльності медійного підприємства, застосування інтегрального показника для оцінки динаміки фінансового стану медійного ринку та формування фінансової концепції розвитку компанії;

– Публічного акціонерного товариства “Телерадіокомпанія Люкс” (Довідка №ЛВ-437288 від 03.02.2020 р.) у контексті розроблених пропозицій щодо проведення факторного аналізу прибутку від реалізації продукції (послуг), удосконалення комплексної оцінки фінансового стану та формування фінансової стратегії розвитку медійного підприємства.

Науково-методичні положення дисертації використано у навчальному процесі на економічному факультеті Львівського національного університету імені Івана Франка під час викладання дисциплін: “Фінанси”, “Фінанси підприємств”, “Фінансовий аналіз”, “Фінансовий ринок”, “Фінансовий контроль” (довідка № 5246-Н від 27.12.2019 р.). Результати дослідження також

запроваджено у навчальному процесі на факультеті суспільних наук Українського католицького університету під час викладання навчальних дисциплін “Медіаекономіка”, “Основи фінансів”, “Управління інтернет-маркетингом”, “Управління медіапроектами”, “Інструменти інтернет-бізнесу та електронної комерції” (Довідка №36-В від 31 січня 2020 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Наукові положення, результати, висновки та рекомендації, що виносяться на захист, одержані автором самостійно. Особистий внесок здобувача у працях, в тому числі опублікованих у співавторстві, наведено у списку публікацій. З цих праць використано лише ті ідеї, які є результатом власних досліджень.

**Апробація результатів дисертаційної роботи.** Основні положення й результати наукового дослідження доповідалися, обговорювалися й отримали позитивну оцінку на 11 міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях, у тому числі: XIV Міжнародній науково-практичній конференції “Дослідження та оптимізація економічних процесів “Оптимум – 2018” (м. Харків, 5-7 грудня 2018 р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції “Економічне майбутнє України очима молодих дослідників” (м. Київ, 30 листопада 2018 р.); Міжнародній науково-практичній конференції для студентів, аспірантів та молодих вчених “Стратегічні напрями інноваційного розвитку економіки України: перспективи та ефективність” (м. Київ, 22 грудня 2018 р.); Міжнародній науково-практичній конференції “Актуальні проблеми сучасної науки” (м. Москва – Астана – Харків – Відень, 28 грудня 2018 р.); Міжнародному форумі EFBM 2019 “Економіка. Фінанси. Бізнес. Управління. Глобальні економічні виклики та можливості у цифрову епоху” (м. Київ, 21 травня 2019 р.); Міжнародній науково-практичній конференції “Стратегія і практика інноваційного розвитку фінансового сектору України” (м. Ірпінь, 20-22 березня 2019 р.); IV Міжнародній науково-практичній конференції “Проблеми становлення інформаційної економіки в Україні” (м. Львів, 20-22 березня 2019 р.); Міжнародній науково-практичній конференції “Сучасні тенденції економічного зростання: стратегії, напрями та пріоритети” (м. Запоріжжя, 14 грудня 2019 р.); Міжнародній науково-практичній конференції “Фінансова система та економічна безпека: стан, проблеми, ефективність” (м. Київ, 23 листопада 2019 р.); Міжнародній науково-практичній конференції: “Science, society, education: topical issues and development prospects” (м. Харків, 16-17 грудня 2019 р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції: “Євроінтеграційна перспектива та інвестиційний потенціал економіки: теорія та практика” (м. Одеса, 14 березня 2020 р.).

**Публікації.** Основні положення дисертаційної роботи опубліковані у 21 науковій праці загальним обсягом 8,95 д.а. (6,67 д.а. належать особисто автору), з них: 10 статей у наукових періодичних виданнях, у тому числі: 9 – у наукових фахових виданнях України, 6 – у наукометричних виданнях; 11 праць – в інших наукових виданнях.

**Структура та обсяг роботи.** Дисертація містить вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел та додатки. Загальний обсяг дисертаційної роботи становить 281 сторінок, у тому числі основний текст – 197 сторінки. Дисертація містить 26 таблиць і 31 рисунок. Список використаних джерел налічує 184 найменувань на 19 сторінках; 20 додатків подано на 51 сторінці.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі обґрунтовано актуальність дисертаційної роботи, визначено мету і завдання, об'єкт та предмет, методи дослідження, відображено зв'язок теми з існуючими науковими розробками, висвітлено наукову новизну і практичну значущість отриманих результатів, відомості про їхню апробацію та публікацію результатів дисертації.

У першому розділі **“Теоретичні засади дослідження фінансової діяльності медійних компаній в умовах ринкової економіки”** висвітлено особливості фінансової діяльності медіаорганізацій й визначено джерела їх фінансового забезпечення, з'ясовано сутність фінансового механізму розвитку медійних підприємств і подано його структуру з урахуванням міжнародного досвіду та сучасних тенденцій фінансування.

Медійні підприємства організовують фінансову діяльність з урахуванням таких особливостей у мобілізації доходів: передплата (краудтфандинг як її різновид) за готову медіапродукцію, яку реалізують на споживчому ринку та ринку прав; значна частка з надходжень від реклами; отримання доходів від надання інформаційних послуг, реалізації соціально-економічних проектів та видавничих продуктів; формування фінансових ресурсів за рахунок бюджетного та спонсорського фінансування; діяльність медійних компаній може бути також спрямована не на отримання прибутку, а на досягнення поставлених інвесторами цілей.

У результаті проведеного дослідження обґрунтовано, що під фінансовим забезпеченням економічного розвитку медійного підприємства доцільно вважати сукупність економічних відносин, які виникають з приводу пошуку, залучення й ефективного використання фінансових ресурсів з метою покриття його виробничих, інвестиційних та інших витрат. Медійні суб'єкти господарювання мобілізують фінансові ресурси з власних (статутний капітал, нерозподілений прибуток), позичених (банківські кредити та випуск облігацій) та залучених джерел (кредиторська заборгованість, спонсорські внески). З'ясовано, що в процесі розроблення фінансової політики й успішної реалізації її в життя використовують фінансовий механізм, який є елементом управління та регулятором економічних відносин. Він містить способи організації фінансових відносин, що застосовуються суспільством з метою забезпечення сприятливих умов для економічного та соціального розвитку (рис. 1).

На підставі узагальнення поглядів вітчизняних науковців на сутність і складові фінансового механізму у роботі запропоновано тлумачити фінансовий механізм розвитку медійних підприємств як систему управління фінансами, яка охоплює фінансові методи, інструменти, важелі, стимули, нормативно-правове й інформаційне забезпечення та створена з метою впливу на формування, використання, розподіл і перерозподіл фінансових ресурсів, підвищення ефективності діяльності медійних компаній, стимулювання стабільного функціонування медіаринку для забезпечення інформаційної безпеки в країні. У роботі запропоновано визначити кількісну складову фінансового механізму у вигляді управління фінансовими ресурсами та якісну – сукупність фінансових методів, форм, інструментів й важелів. Обидві складові тісно взаємодіють між собою з метою досягнення головної мети – забезпечення стабільного розвитку медійного ринку та інформаційної безпеки держави.





Рис. 1. Елементи фінансового механізму розвитку медійних підприємств в Україні

Водночас розглянуто структуру фінансового механізму розвитку медійних підприємств у розрізі мікро- та макрорівнів, відповідно до яких розподілені фінансові методи, інструменти, важелі, нормативно-правове та інформаційне забезпечення. Головне призначення нижчого рівня – ефективне управління фінансовими ресурсами медійного підприємства, макрорівня – державне регулювання розвитку національного медійного ринку.

З метою реалізації фінансової політики держави у сфері медійного ринку обґрунтовано доцільність застосування індикативного планування, яке дасть змогу окреслити параметри розвитку ринку медіапродукції (послуг) й поєднати інтереси уряду, місцевих органів влади, суб'єктів господарювання, окремих підприємців і населення та сприятиме посиленню фінансової децентралізації. Таке безперервне прогнозування допоможе комплексно визначити вплив медійних підприємств на різні сфери суспільного життя, глибинно проаналізувати динаміку фінансового стану медіаринку, сформулювати комплекс заходів щодо регулювання його розвитку з метою орієнтування на вирішення складних економічних і соціально-культурних проблем в Україні.

У другому розділі “Сучасні реалії фінансового механізму діяльності медійних компаній в Україні” проаналізовано фінансову діяльність медійних підприємств України, визначено послідовність процесів управління капіталом медіаорганізацій, охарактеризовано особливості фінансового планування, оцінено

стабільність функціонування вітчизняного медійного ринку в сучасних умовах господарювання.

Медійні підприємства упродовж досліджуваного періоду у більшості випадків працювали збитково, проте у 2018 році за даними фінансової звітності отримали усереднений результат (прибуток), що варто сприймати як позитивну тенденцію. Доцільно врахувати ще й той факт, що у багатьох випадках медіаорганізації не ставлять перед собою завдання максимізувати прибуток. Це пояснюється особливістю діяльності, оскільки кінцеві результати діяльності медіа можуть проявлятися у досягненні певних соціальних ефектів або бажаної реакції суспільства (чи окремих його груп) на ту чи іншу подію, явище чи процес, які не завжди можна відобразити у вартісному виразі (рис. 2).

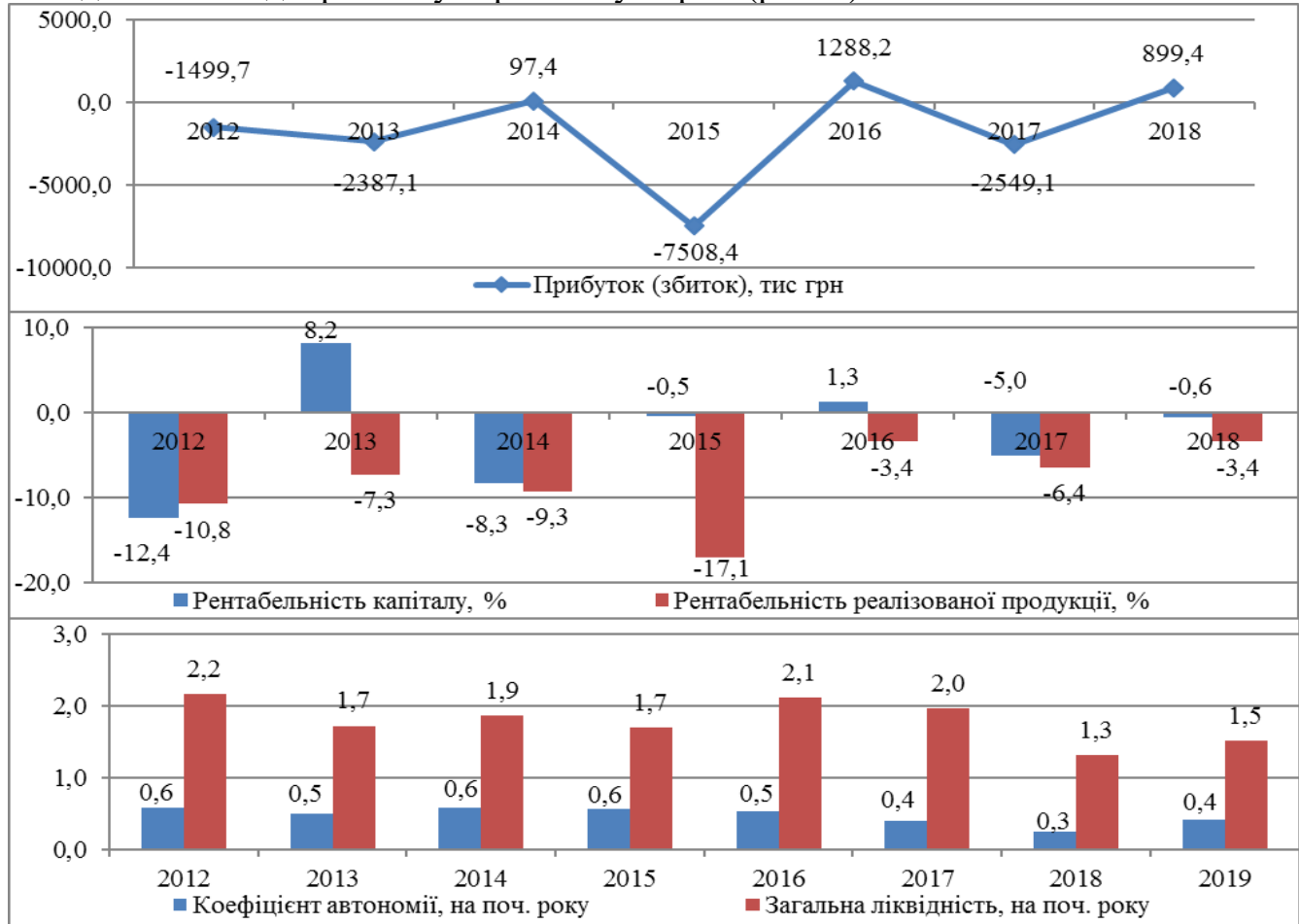


Рис. 2. Динаміка показників фінансового стану медійних підприємств України упродовж 2012 – 2019 рр. (у середньому по досліджуваних підприємствах)

Джерело: розроблено автором

Подібну динаміку мала середня рентабельність капіталу, проте позитивних значень вона набувала тільки у 2013 і 2016 роках 8,2 % та 1,3 % відповідно. Виявлено, що динаміка середньої рентабельності реалізованої продукції досліджуваних медіа за період 2012 – 2018 років продемонструвала цілком негативну тенденцію із мінімальним значенням -17,1 % у 2015 році та максимальним -3,4 у 2016 та 2018 роках, а у 2018 році – також відбулося її зростання.

Результати факторного аналізу прибутку від реалізації продукції в динаміці показують, що найбільш негативний вплив чинили зміна собівартості, обсягу продажу та структурних зрушень. Саме ці фактори є прихованими резервами

зростання прибутку від реалізації вітчизняних медійних підприємств. У разі прийняття комплексу заходів для усунення негативного впливу зазначених чинників, медіаорганізації зможуть суттєво наростити обсяг прибутку від ведення статутної діяльності.

Встановлено, що динаміка коефіцієнта автономії в середньому для упродовж 2012 – 2019 років завжди перебувала нижче визначеного допустимого рівня 0,6. Такі негативні тенденції вказують на зростання їхньої залежності від зовнішніх джерел фінансування. Достатня ліквідність простежувалася на початок 2012, 2016 та 2017 років та недостатній її рівень в інших періодах. Загалом результати комплексного фінансового аналізу для досліджених медійних підприємств дають підстави говорити про задовільний фінансовий стан, незважаючи на наявність негативних фінансових результатів у кількох підприємницьких структурах упродовж двох або трьох років.

Політику управління капіталом медійним підприємствам запропоновано формувати з огляду на такі особливості: фінансування основних та оборотних засобів, нематеріальних активів; залучення власних і позикових фінансових ресурсів, визначення потреби у грошових коштах для формування необоротних та поточних активів. Ефективно налагоджений процес фінансового планування медійної компанії за допомогою бюджетування сприятиме забезпеченню стабільної діяльності та зміцненню фінансового стану. В умовах розроблення фінансових бюджетів доцільно використовувати економіко-математичні методи для прогнозування попиту, цін, рівня рентабельності та межі безпечного функціонування медіапідприємства.

У роботі для оцінки в динаміці та прогнозування фінансової стабільності медійного ринку України побудовано рейтинговий показник, який дає змогу передбачити зміни в його діяльності. На основі результатів дослідження фінансової діяльності вітчизняних медійних підприємств, нами взято до уваги головні параметри їхнього фінансового стану, а саме: рентабельність реалізованої продукції (наданих послуг) за прибутком від реалізації, коефіцієнт автономії джерел фінансування, частка кредиторської заборгованості у зобов'язаннях медіаорганізації, коефіцієнт загальної ліквідності, показник фінансової стійкості, коефіцієнт покриття запасів і витрат головними джерелами фінансування, оборотність поточних активів. Ці показники розраховано як середні для сімох досліджуваних суб'єктів господарювання, які проводять діяльність на медійному ринку України.

Розширена формула для розрахунку рейтингового коефіцієнта має вигляд:

$$PKFCMP_i = \sqrt{\frac{1}{(M_{rp}-\Phi_{rp})^2} + \frac{1}{(N_{avt}-\Phi_{avt})^2} + \frac{1}{(O_{kz}-\Phi_{kz})^2} + \frac{1}{(N_{zl}-\Phi_{zl})^2} + \frac{1}{(N_{fc}-\Phi_{fc})^2} + \frac{1}{(M_z-\Phi_z)^2} + \frac{1}{(M_{ob}-\Phi_{ob})^2}}, \quad (1)$$

де  $M_{rp}$  – максимальне значення рентабельності реалізованої продукції за прибутком від реалізації;  $N_{avt}$  – нормативне значення коефіцієнта автономії джерел фінансування;  $O_{kz}$  – оптимальне значення частки кредиторської заборгованості у зобов'язаннях;  $N_{zl}$  – нормативний рівень загальної ліквідності;  $N_{fc}$  – нормативне значення показника фінансової стійкості;  $M_z$  – максимальне

значення забезпечення запасів і витрат плановими джерелами формування; Моб – максимальне значення оборотності поточних активів за аналізований період; Фрп – фактичне значення рентабельності реалізованої продукції за прибутком від реалізації; Фавт – фактичний рівень коефіцієнта автономії джерел фінансування; Фкз – досягнуте значення частки кредиторської заборгованості і зобов'язань у поточному періоді; Фзл – фактичний рівень загальної ліквідності; Ффс – реальний рівень показника фінансової стійкості у поточному періоді; Фз – фактичне значення коефіцієнта забезпечення запасів і витрат плановими джерелами формування; Фоб – досягнуте значення оборотності поточних активів в аналізованому періоді.

Зростання запропонованого рейтингового коефіцієнта оцінки динаміки фінансової стабільності медійного ринку запропоновано тлумачити як позитивну тенденцію. Зазначимо, що розроблений нами показник буде коливатися у межах від 0 до 265.

Результати проведеного аналізу свідчать про найвищий рівень фінансової стабільності вітчизняного медійного ринку у 2017 році (значення рейтингового коефіцієнта 147,96) та найнижчий її показник – у 2018 році (18,31). Зазначено, що починаючи з 2016 року рейтинговий коефіцієнт динаміки фінансової стабільності медійного ринку України поступово зменшується, що характеризує загальне погіршення фінансового стану суб'єктів господарювання у цій сфері. Побудовані прогнози на основі середньорічних темпів росту на 2019 – 2021 роки також не надають оптимізму, оскільки демонструють зниження запропонованого рейтингового коефіцієнта (рис. 3).

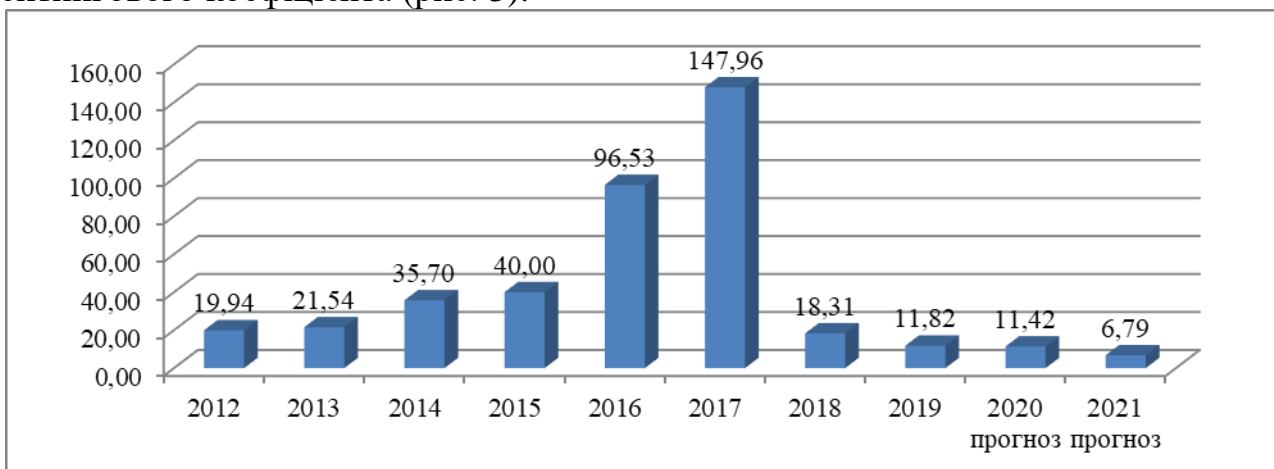


Рис. 3. Динаміка рейтингового коефіцієнта оцінки фінансової стабільності медійного ринку України упродовж 2012 – 2021 років

Джерело: розроблено автором

Побудований рейтинговий коефіцієнт оцінки фінансової стабільності медійного ринку доцільно використовувати для проведення комплексного фінансового аналізу окремого медійного підприємства чи медіагалузі загалом.

У третьому розділі “Стратегічні напрями фінансування розвитку медійних компаній у національній економіці” обґрунтовано вплив діяльності медійних підприємств на динаміку показників національної економіки, запропоновано напрями поліпшення фінансового забезпечення діяльності вітчизняних медіакомпаній, розроблено концепцію фінансового управління розвитком медійних підприємств України в умовах фінансової нестабільності.

У роботі обґрунтовано, що для розвитку українських засобів масової інформації за європейськими стандартами доцільними є: забезпечення масштабності рекламного ринку, залучення у достатньому обсязі інвестицій, забезпечення прозорості фінансування, зростання професіоналізму й посилення рівня державотворчого спрямування журналістів країни, підвищення культурного рівня споживачів, розвиток демократії та свободи слова, незалежність від олігархів, боротьба із корупцією, зменшення втручання з боку держави, збільшення бюджетного фінансування тощо.

На основі статистичних даних досліджено вплив діяльності медійних підприємств (кількості суб'єктів господарювання, чисельності зайнятих та обсягу виготовлення медійної продукції) на динаміку таких економічних показників як рівень тіньової економіки відносно ВВП, кількість членів кредитних спілок, податковий тиск, відсоткові ставки банків за депозитами фізичних осіб та кредитами, середньозважена дохідність ОВДП.

Акцентовано, що кредитні спілки у ринковій економіці є важливими фінансовими інститутами, які залучають вільні фінансові ресурси та направляють їх на кредитування своїх учасників. Водночас вони є головними індикаторами довіри суб'єктів господарювання та домашніх господарств до фінансової системи, оскільки залучають внески на добровільній основі. В умовах високого рівня тінізації економіки ступінь довіри до фінансової системи країни є мінімальним (і навпаки), тому знижується ефективність функціонування фінансового ринку та кредитних спілок як його учасників, зокрема. У процесі дослідження було виявлено тісний прямий зв'язок між обсягом реалізованої продукції медійними підприємствами скоригованого на інфляцію та кількістю членів кредитних спілок (коефіцієнт кореляції Фехнера становить 1). Це підтверджує думку про те, що рівень довіри у суспільстві напряду залежить від діяльності засобів масової інформації, тобто кількості зайнятих у цій сфері або обсягу виготовленої медійної продукції (рис. 4).

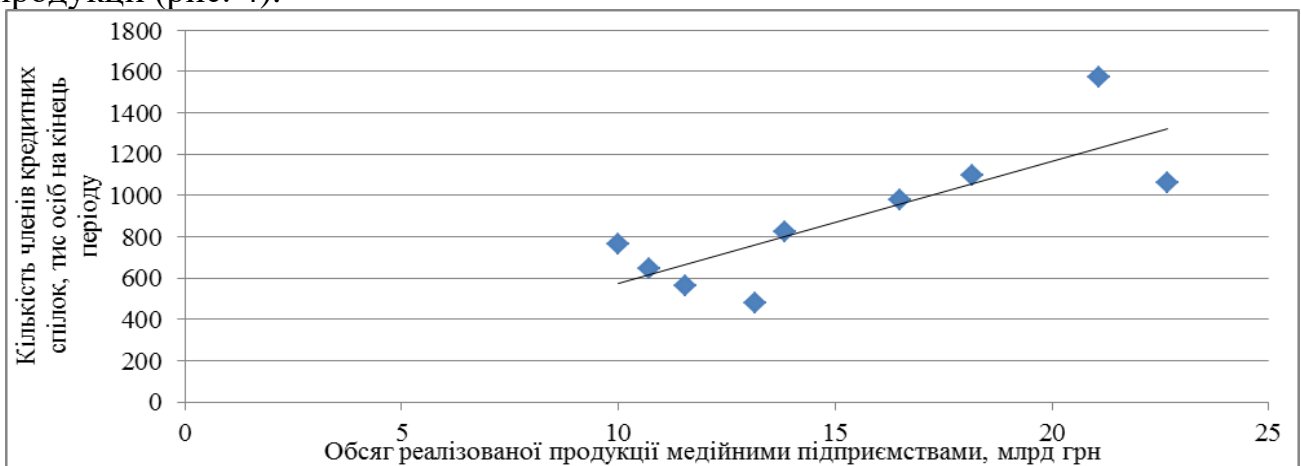


Рис 4. Залежність обсягу реалізованої продукції медійними підприємствами та кількості членів кредитних спілок України

Джерело: побудовано автором на основі офіційної статистичної інформації

З огляду на сучасну економічну ситуацію в Україні такі результати ще раз доводять про важливість ефективної діяльності медіаорганізацій, які здатні підвищувати рівень впевненості населення країни та опосередковано впливати на інші параметри фінансової системи, які безпосередньо залежать від ступеня суспільної довіри.

У дослідженні підтверджено погляди економічної науки про залежність обсягу податкових надходжень від рівня податкової культури та менший рівень суспільного спротиву у разі збільшення податкового тиску в умовах високої фіскальної обізнаності громадян. З огляду на призначення і завдання медійних підприємств, з'ясовано головну їхню роль у формуванні податкової культури населення, оскільки саме через засоби масової інформації необхідно розповсюджувати ключові принципи діяльності фіскальних органів України. Підтвердженням цьому є встановлена пряма залежність між обсягом реалізованої продукції медійними підприємствами (кількістю зайнятих у медіасфері) та обсягом податкових надходжень до зведеного бюджету України (Коефіцієнт кореляції Фехнера становить 0,56 для номінальних параметрів та 0,11 для обох показників, скоригованих на інфляцію) (рис. 5).

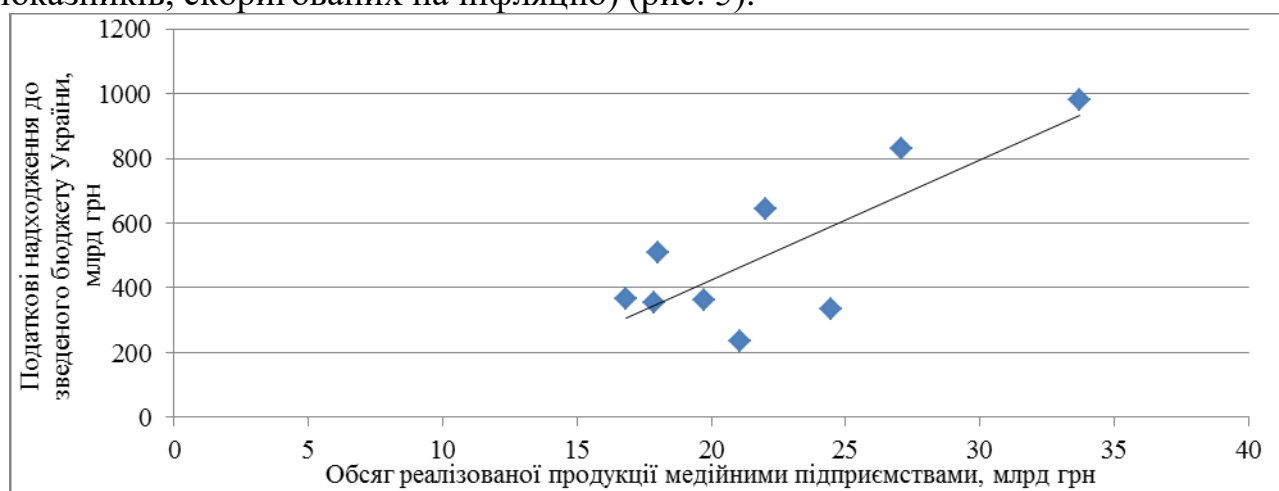


Рис 5. Вплив обсягу реалізованої продукції медійними компаніями на податкові надходження до зведеного бюджету України

Джерело: побудовано автором на основі офіційної статистичної інформації

Це дало підстави рекомендувати державним органам влади залучати до реалізації вітчизняної податкової політики медійні підприємства та брати участь у їхньому статутному капіталі чи за допомогою інших форм фінансування для недопущення недобросовісного впливу з боку третіх осіб на діяльність таких підприємств з метою викривлення реальних цілей та очікуваних результатів оподаткування.

З метою поліпшення фінансового забезпечення діяльності вітчизняних медійних компаній у роботі запропоновано: враховувати рівні розподілу фінансових ресурсів (холдинг, материнська компанія, підприємство); участь держави у капіталі суспільно-важливих медіа; збільшення обсягу бюджетного фінансування медійним компаніям, які впроваджують у життя урядову політику; надання податкових пільг та інших преференцій організаціям, які сприяють зміцненню інформаційної безпеки в країні; використання зарубіжного досвіду у сфері фінансування засобів масової інформації; прогнозування фінансової стабільності розвитку медіаринку з метою запобігання виникнення кризових ситуацій.

У дисертації розроблено концепцію фінансового управління розвитком медійних підприємств України (рис. 6) з обґрунтуванням мети та головних завдань, які конкретизовано на мікро- та макроекономічному рівні. Запропонована концепція визначає послідовність управління фінансами медійних

організацій, обґрунтовує напрями фінансової підтримки держави розвитку вітчизняного медійного бізнесу та окреслює принципи й очікувані результати від її реалізації.

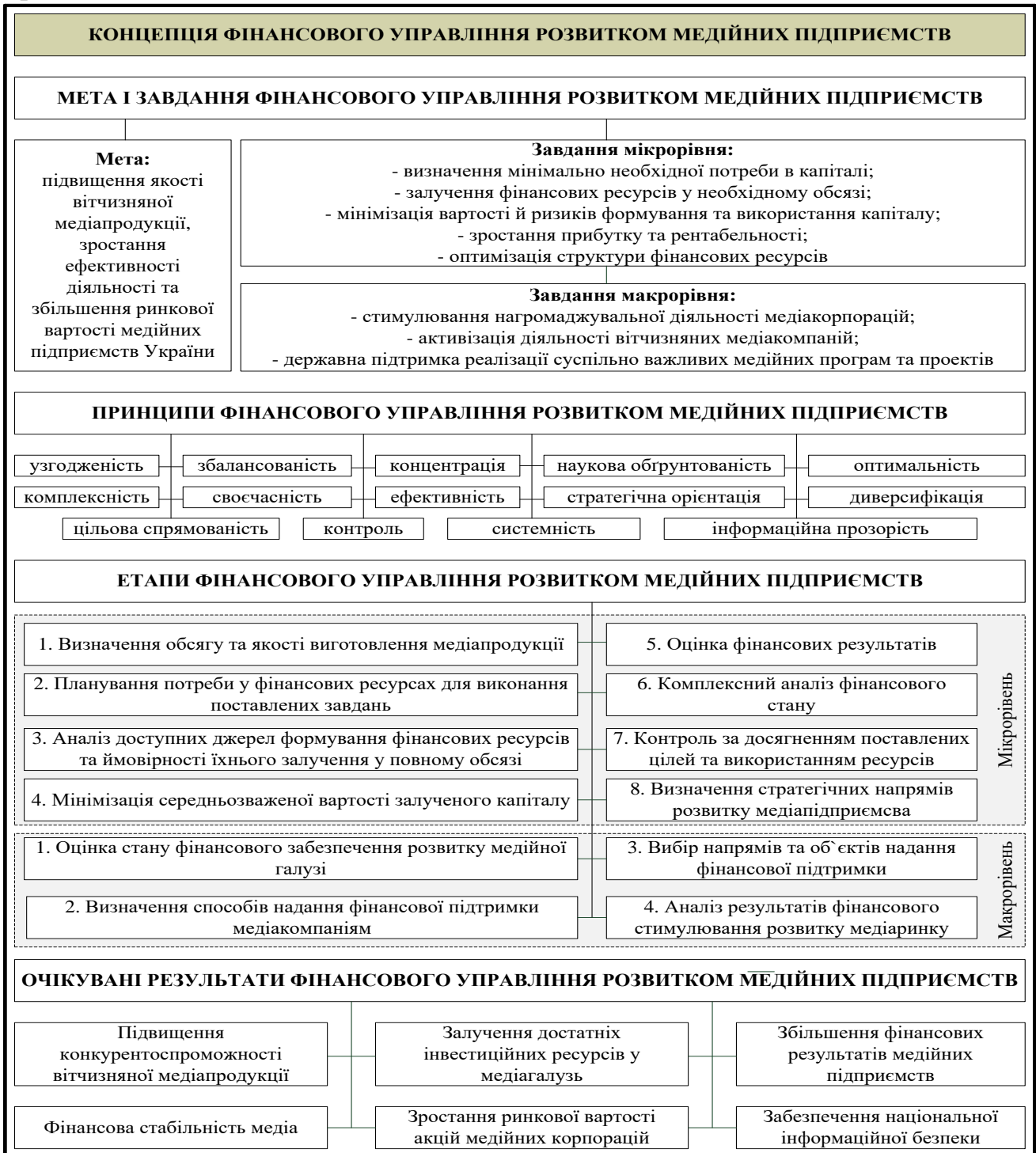


Рис. 6. Концепція фінансового управління розвитком медійних підприємств України

Проведене дослідження фінансових аспектів формування стратегії розвитку медійних підприємств дає підстави аргументувати, що удосконалення системи управління їхніми фінансами стане чинником підвищення якості медіапродукту й результативності функціонування вітчизняних медіаорганізацій. Це, відповідно, закладе передумови для стабільного соціально-економічного прогресу країни, створення сприятливого інвестиційного клімату у медіагалузі, фінансового стимулювання розвитку суспільно-важливих програм та проектів й забезпечення високого рівня інформаційної безпеки в Україні.

## ВИСНОВКИ

На основі дослідження фінансового механізму розвитку медійних підприємств в Україні, який є важливим чинником забезпечення інформаційної безпеки держави, у дисертаційній роботі зроблені такі висновки теоретичного, методологічного та науково-прикладного характеру.

1. З'ясовано, що фінансове забезпечення економічного розвитку медійного підприємства доречно розуміти як сукупність економічних відносин, які виникають з приводу пошуку, залучення й ефективного використання фінансових ресурсів з метою покриття його виробничих, інвестиційних та інших витрат. Діяльність суб'єктів господарювання на медійному ринку має специфіку у формуванні грошових надходжень, яка пов'язана з отриманням передоплати за медіапродукцію чи послуги, значною залежністю надходжень від надання послуг з реклами, реалізацій різних проектів, присутністю у фінансових ресурсах бюджетної та спонсорської складової, спрямування діяльності, зазвичай, на досягнення соціально-культурного й інших ефектів і орієнтування меншою мірою на отримання прибутку.

2. Трансформаційні зміни в економіці України породжують необхідність удосконалення наявних підходів до формування фінансового механізму розвитку медійних підприємств України та визначення стратегічних напрямів забезпечення інформаційної безпеки держави. На підставі узагальнення теоретичних підходів до визначення сутності фінансового механізму у роботі запропоновано тлумачити фінансовий механізм розвитку медійних підприємств як систему управління фінансами, яка охоплює фінансові методи, інструменти, важелі, стимули, нормативно-правове й інформаційне забезпечення та створена з метою впливу на формування, використання, розподіл і перерозподіл фінансових ресурсів, підвищення ефективності діяльності медійних компаній, стимулювання стабільного функціонування медіаринку для забезпечення інформаційної безпеки в країні.

3. Обґрунтовано доцільність розглядати структуру фінансового механізму розвитку медійних підприємств у розрізі мікро- та макрорівнів з виокремленням відповідно фінансових методів, інструментів, важелів, нормативно-правового та інформаційного забезпечення для кожної сфери. Головною метою мікрорівня є забезпечення ефективного управління фінансами медіакомпаній, а макроекономічного – фінансове регулювання розвитку медійного ринку для формування соціально-культурної складової та інформаційної безпеки суспільства в умовах кризи.

4. Результати комплексного аналізу фінансового стану низки суб'єктів господарювання медійного ринку на підставі оцінювання їхніх фінансових результатів, ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, ймовірності банкрутства дали змогу охарактеризувати фінансову діяльність медійного ринку України на основі усереднення показників окремих його суб'єктів господарювання та зробити висновок про задовільний фінансовий стан, незважаючи на наявність негативних фінансових результатів у кількох підприємствах упродовж двох або трьох років.

Проаналізовано фактори впливу на динаміку прибутку від реалізації продукції досліджуваних медійних підприємств, усереднені результати якого показують, що найбільш негативно на нього впливали зміна собівартості, обсягу продажу та структурних зрушень. Саме ці чинники рекомендовано вважати



прихованими резервами зростання фінансових результатів від операційної діяльності вітчизняних медіаорганізацій.

5. Запропоновано наукові підходи до формування політики управління фінансовими ресурсами медійних компаній, які аргументують необхідність її розроблення з урахуванням особливостей мобілізації необоротних та оборотних активів, власного та позикового капіталу, планування потреби в грошових коштах для створення основних засобів та придбання товарно-матеріальних цінностей. Ефективно налагоджений процес фінансового планування медійної компанії за допомогою бюджетування сприятиме забезпеченню її стабільної діяльності та зміцненню фінансового стану.

6. Аргументовано доцільність використання рейтингового показника динаміки фінансової стабільності медійного ринку України для оцінки та прогнозування фінансового стану. Запропонований інтегральний коефіцієнт охоплює такі параметри: рентабельність реалізованої продукції (наданих послуг) за прибутком від реалізації, коефіцієнт автономії джерел фінансування, частка кредиторської заборгованості у зобов'язаннях медіаорганізації, коефіцієнт загальної ліквідності, показник фінансової стійкості, коефіцієнт покриття запасів і витрат головними джерелами фінансування, оборотність поточних активів. Зростання наведеного рейтингового коефіцієнта оцінки динаміки фінансової стабільності медійного ринку запропоновано тлумачити як позитивну тенденцію.

7. За допомогою кореляційного аналізу виявлено тісний прямий зв'язок між обсягом реалізованої продукції медійними підприємствами скоригованим на інфляцію та кількістю членів кредитних спілок України, що підтверджує залежність рівня суспільної довіри від діяльності засобів масової інформації, тобто кількості зайнятих у цій сфері або обсягу виготовленої медійної продукції.

Доведено ключову роль медійних підприємств у формуванні податкової культури населення країни на підставі встановленої прямої залежності між обсягом реалізованої продукції медійними підприємствами та податковими надходженнями до зведеного бюджету України. Це дає підстави рекомендувати органам державної влади залучати до реалізації вітчизняної податкової політики медійні підприємства та сприяти поліпшенню їхнього фінансового забезпечення.

8. Сформульовано головні напрями поліпшення фінансування діяльності медійних організацій України, зокрема: підвищити ефективність розподілу фінансових ресурсів між структурними елементами організації; інвестування у статутний капітал медіапідприємств з метою впровадження у життя державної політики; збільшення обсягу виділених бюджетних коштів суспільно-важливим засобам масової інформації; надання податкових пільг та інших преференцій організаціям, які сприяють зміцненню інформаційної безпеки в країні; використання зарубіжного досвіду, зокрема індикативного фінансового планування, у сфері фінансування засобів масової інформації; прогнозування фінансової стабільності розвитку медіаринку з метою запобігання виникнення кризових ситуацій.

9. Розроблено концепцію фінансового управління розвитком медійних підприємств України, у якій обґрунтовано мету й головні завдання, які конкретизовано на мікро- та макроекономічному рівні. Запропонована концепція визначає послідовність процесів управління фінансами медійних організацій, обґрунтовує напрями фінансової підтримки держави розвитку вітчизняного медійного бізнесу й окреслює принципи та очікувані результати від її реалізації.

Вона може бути використана органами державної влади під час розроблення фінансової політики у сфері стимулювання розвитку медійного ринку України.

Отримані теоретико-методологічні та науково-прикладні результати можуть бути використані у процесі формування і реалізації фінансової політики держави щодо розвитку національного медійного ринку, що дасть змогу підвищити ефективність функціонування медійних підприємств в Україні та сприятиме зростанню рівня інформаційної безпеки в країні в умовах посилення глобалізації.

**СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**  
**Статті у наукових фахових виданнях України та/або виданнях, що**  
**індексуються у міжнародних наукометричних базах:**

1. Дропа Я. Б., Макаренко У. Б. Концепція модернізації управління фінансовими ресурсами розвитку національної економіки України // Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 37. С. 191 – 198. – 0,83 д.а. *(автору належить 0,4 д. а., де частина розроблення концепції управління фінансовими ресурсами медійних підприємств).*
2. Дропа Я. Б., Макаренко У. Б. Сутність і методи фінансового забезпечення соціально-економічного розвитку України // Проблеми системного підходу в економіці. 2019. Вип. 1 (69). С. 91 – 98. – 0,75 д.а. *(автору належить 0,4 д.а., де згруповано фінансові методи та визначено їхній вплив на фінансове забезпечення медійних підприємств).*
3. Макаренко У. Б. Оцінка ефективності функціонування фінансового механізму діяльності медійних компаній України // Бізнес-навігатор. 2019. Вип. 1 (50). С. 148 – 153. – 0,57 д.а.
4. Макаренко У. Б. Фінансове регулювання розвитку медіакорпорацій в Україні // БізнесІнформ. 2019. Вип. 1. С. 331 – 337. – 0,58 д.а.
5. Макаренко У. Б. Удосконалення стратегії фінансового забезпечення діяльності медійних корпорацій в Україні // Молодий вчений. 2019. Вип. 2 (66). С. 270 – 275. – 0,60 д.а.
6. Макаренко У. Б. Напрями поліпшення фінансування діяльності вітчизняних медійних підприємств // Регіональна економіка та управління. 2019. Вип. 1 (23). С. 102-107. – 0,62 д.а.
7. Дропа Я., Петик М., Макаренко У. Фінансові важелі розвитку економіки України // Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2017. Вип. 54. С. 124 – 29. – 0,66 д.а. *(автору належить 0,3 д.а., зокрема теоретико-методологічне обґрунтування сутності фінансових важелів та з'ясування їхнього впливу на розвиток національного медійного ринку).*
8. Крупка М. І., Дропа Я. Б., Макаренко У. Б. Інвестиційна поведінка домашніх господарств на фінансовому ринку України // Формування ринкової економіки в Україні. 2018. Вип. 40. С. 202 – 215. – 0,84 д.а. *(автору належить 0,28 д. а., де проаналізовано інвестиційну поведінку населення на фінансовому ринку України).*
9. Макаренко У. Б. Політика управління фінансовими ресурсами на медійних підприємствах України // Формування ринкової економіки в Україні. 2019. Вип. 41. С. 284 – 194. – 0,8 д.а.
10. Макаренко У. Б. Концепція фінансового управління розвитком медійних підприємств в Україні // Формування ринкової економіки в Україні. 2019. Вип. 42. С. 129 – 140. – 0,57 д.а.

**Опубліковані праці апробаційного характеру:**

11. Бабич А. О., Макаренко У. Б. Проблеми фінансування малого бізнесу в Україні // Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції “Дослідження та оптимізація економічних процесів “Оптимум – 2018” (м. Харків, 5-7 грудня, 2018 р.). Харків: НТУ “ХПІ”, 2018. С. 121 – 124. – 0,21 д.а. *(автору належить 0,11 д. а., де частина вироблення рекомендацій щодо поліпшення фінансового забезпечення вітчизняних підприємницьких структур).*
12. Бабич А. О., Макаренко У. Б. Пошук раціональної структури джерел фінансування підприємств України // Економічне майбутнє України очима молодих дослідників: матеріали Всеукр. Наук.-практ. Конф. (м. Київ, 30 листопада 2018 р.). Київ: ТОВ “ВІПО”. С. 142 – 145. – 0,23 д.а. *(автору належить 0,12 д. а., де обґрунтовано пропозиції щодо формування оптимального співвідношення між власним та залученим капіталом підприємств).*
13. Макаренко У. Б. Фінансове регулювання розвитку медіакорпорацій в Україні // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції для студентів, аспірантів та молодих вчених “Стратегічні напрями інноваційного розвитку економіки України: перспективи та ефективність” (м. Київ, 22 грудня 2018 р.). Київ: Аналітичний центр “Нова економіка”, 2018. С. 144 – 147. – 0,23 д.а.
14. Макаренко У. Б. Оцінка ефективності функціонування фінансового механізму діяльності медійних компаній України // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Актуальні проблеми сучасної науки”. (Москва – Астана – Харків – Відень, 28 грудня 2018 р.) Міжнародний науковий центр. 2018. С. 49 – 53. – 0,24 д.а.
15. Дропа Я., Макаренко У. Сутність і методи фінансового забезпечення соціально-економічного розвитку України // Матеріали Міжнародного форуму EFVM 2019 “Економіка. Фінанси. Бізнес. Управління. Глобальні економічні виклики та можливості у цифрову епоху”. (Київ, 21 травня 2019 р.). Київ, 2019. Вип. І. Частина II. С. 126 – 127. – 0,21 д.а. *(автору належить 0,11 д. а., де частина з’ясування впливу фінансових методів на соціально-економічний розвиток національної економіки).*
16. Дропа Я. Б., Макаренко У. Б. Політика управління фінансовими ресурсами на медійних підприємствах України в сучасних умовах // Стратегія і практика інноваційного розвитку фінансового сектору України: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ірпінь, 20-22 березня 2019 р.). Ірпінь: Університет ДФС України, 2019. С. 97 – 100. – 0,19 д.а. *(автору належить 0,1 д. а., де висвітлено особливості управління капіталом на медійних підприємствах України).*
17. Дропа Я., Макаренко У. Визначення потреби у фінансових ресурсах на медійних підприємствах України // Проблеми становлення інформаційної економіки в Україні: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції “Проблеми становлення інформаційної економіки в Україні”. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. С. 124 – 127. – 0,22 д.а. *(автору належить 0,11 д. а., де частина обґрунтування етапів визначення потреби у фінансових ресурсах медійних підприємств).*
18. Іванюк А. С. Макаренко У. Б. Управління фінансовими результатами на підприємствах України // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Сучасні тенденції економічного зростання: стратегії, напрями та

- пріоритети” (м. Запоріжжя, 14 грудня 2019 р.). Запоріжжя, Східноукраїнський інститут економіки та управління. ГО “СІЕУ”, 2019. Ч. II. С. 51 – 55. – 0,21 д.а. *(автору належить 0,11 д. а., де частина визначення етапів управління фінансовими результатами підприємств).*
19. Ніщик Т. В., Макаренко У. Б. Напрями поліпшення фінансового стану підприємств України // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Фінансова система та економічна безпека: стан, проблеми, ефективність” (м. Київ, 23 листопада 2019 р.). Київ: Аналітичний центр “Нова економіка”, 2019. Ч. 2. С. 65 – 68. – 0,19 д.а. *(автору належить 0,1 д.а., де сформовано рекомендації щодо поліпшення фінансового стану вітчизняних підприємств).*
20. Дропа Я., Макаренко У. Фінансова стратегія розвитку медійних підприємств України: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції: “Science, society, education: topical issues and development prospects”. (Харків, 16-17 грудня 2019 р.). Харків, SPC “Sci-conf.com.ua”, 2019. С. 602 – 606. – 0,22 д.а. *(автору належить 0,11 д. а., де частина розроблення макроекономічної фінансової стратегії розвитку медійного ринку України).*
21. Макаренко У. Б. Діагностика фінансової стабільності медійного ринку України // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції: “Євроінтеграційна перспектива та інвестиційний потенціал економіки: теорія та практика” (м. Одеса, 14 березня 2020 р.). С. 74 – 78. – 0,21 д.а.

## АНОТАЦІЯ

**Макаренко У. Б. Фінансовий механізм розвитку медійних підприємств в Україні.** – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит. – Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, 2020.

У роботі досліджено теорію та практику формування фінансового механізму розвитку медійних підприємств в економіці України. Висвітлено сутність поняття фінансового механізму розвитку медійних підприємств; систематизовано та доповнено головні характеристики структури фінансового механізму з виокремленням мікро- й макрорівня з метою ефективного управління фінансами медійних компаній та фінансового регулювання розвитку національного медійного ринку. Обґрунтовано напрями поліпшення фінансового забезпечення діяльності вітчизняних медійних підприємств, що дадуть змогу аргументувати рекомендації щодо проведення державної політики розвитку медійного ринку, поліпшити фінансовий стан засобів масової інформації України.

За результатами проведеного дослідження побудовано рейтинговий показник оцінки фінансової стабільності медійного ринку в динаміці, який містить головні параметри фінансового стану, що дасть змогу прогнозувати очікувані результати його фінансової діяльності у довготерміновій перспективі. Визначено вплив медійного ринку на рівень суспільної довіри до інституту держави, тіньової економіки. Розроблено концепцію фінансового управління розвитком медійних підприємств України, у якій висвітлено мету, головні завдання, принципи, етапи її реалізації та очікувані результати, конкретизовані на мікро- та макроекономічному рівнях.

*Ключові слова:* фінансовий механізм, фінансове управління, фінансові ресурси, фінансове стимулювання, інформаційна безпека, медійний ринок, медійні підприємства, стратегія розвитку.

## АННОТАЦИЯ

**Макаренко У. Б. Финансовый механизм развития медийных предприятий в Украине.** – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.08 – деньги, финансы и кредит. – Львовский национальный университет имени Ивана Франко, Львов, 2020.

В работе исследованы теория и практика формирования финансового механизма развития медийных компаний в экономике Украины. Освещено сущность понятия финансового механизма развития медийных компаний; систематизированы и дополнены основные характеристики структуры финансового механизма с выделением микро- и макроуровня с целью эффективного управления финансами медийных компаний и финансового регулирования развития национального медийного рынка. Обоснованы направления улучшения финансового обеспечения деятельности отечественных медийных компаний, которые позволят аргументировать рекомендации к проведению государственной политики развития медийного рынка улучшить финансовое состояние средств массовой информации Украины.

По результатам проведенного исследования построено рейтинговый показатель оценки финансовой стабильности медийного рынка в динамике, содержащий основные параметры финансового состояния, что позволит прогнозировать ожидаемые результаты его финансовой деятельности в долгосрочной перспективе. Определено влияние медийного рынка на уровень общественного доверия к институту государства, теневой экономики. Разработана концепция финансового управления развитием медийных компаний Украины, в которой отражены цели, главные задачи, принципы, этапы ее реализации и ожидаемые результаты, конкретизированы на микро- и макроэкономическом уровнях.

Ключевые слова: финансовый механизм, финансовое управление, финансовые ресурсы, финансовое стимулирование, информационная безопасность, медийный рынок, медийные предприятия, стратегия развития.

## SUMMARY

**Makarenko U. B. Financial mechanism of development of media enterprises in Ukraine.** – The manuscript.

Thesis for a Candidate of Economics degree by specialty 08.00.08 – money, finance and credit. – Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, 2020.

The dissertation is about theory and methodology, as well as practical aspects of shaping a financial mechanism for the development of media companies in Ukraine's economy in the context of increased globalization impact.

Chapter One on “Theory for Research of Financial Operations of Media Companies in Market Economy” covers peculiarities of financial activities of media organizations, and identifies sources for their financial support; the essence of a financial mechanism for the development of media companies is explored, and the structure is represented, as well as international experience and current funding trends.

The relevance is justified for the financial provision of economic development of media companies to understand the economic relations emerging due to search, engagement and efficient use of financial resources in order to cover its operational, investment, and other costs. Media business operators mobilize the financial resources from their own funds (statutory capital, undistributed profits), loans (bank credits and

issue of bonds), and attracted sources (accounts payable, sponsor contributions). It has been clarified that in the process of developing financial policy and its successful implementation, a financial mechanism is employed which is an element of management and regulation of economic relations.

Chapter Two on “Financial Mechanism in Operations of Media Companies in Ukraine” analyzed the financial operations of media companies in Ukraine, identified the sequence of processes of capital management in media organizations; peculiarities of financial planning are characterized; stability of functioning of a domestic media market is assessed in the current economic conditions.

It is justified that the capital management policy for a media company shall be shaped in terms of the following peculiarities: financing of fixed assets and liquid assets, intangible assets; engagement of own and loan financial resources, identifying a need for monetary items to shape the non-current and current assets. The efficiently established financial planning process at a media company with the help of budgeting will help provide for sustainable operations and consolidation of a financial standing. In the conditions of developing financial budgets, it is reasonable to use the economic-mathematical methods to forecast the demand, prices, profitability level, and boundaries of safe functioning of a media company.

Chapter Three on “Strategic Areas of Funding for the Growth of Media Companies in National Economy” substantiates the impact of activities of media companies on the dynamics of national economy indicators. The ways to improve financial provision for operations of national media companies were suggested; a concept has been designed for the development management of media companies in Ukraine.

The paper proved that for the development of Ukrainian mass media in line with the European standards, it would make sense to provide for the following: the growth of advertising market, engagement of sufficient amount of investment, transparency of funding, the increase in the professional level of journalists, the raising of a cultural level of consumers, the development of democracy and the freedom of speech, independence from oligarchs, combatting corruption, reduction of interference from the government, increase of budget funding.

The dissertation developed a concept for financial development management of media companies in Ukraine. It incorporates a goal and key objectives specified on microeconomic and macroeconomic levels. The suggested concept identifies the sequences in financial management of media companies, justifies the areas of governmental financial support to domestic media business, and describes the principles and expected outcomes from its incorporation.

The social aspects of the process for providing for financial stability have been studied. It offers grounds to claim that the improvement of financial management system aims at raising the quality of domestic media products, at enhancing efficiency of operations of media organizations, at creating favourable investment climate in media field, at financial incentivization in the development of socially important programs and projects, and at providing for the high level of information security in Ukraine.

Key words: financial mechanism, financial management, financial resources, financial incentives, information security, media market, media companies, financial growth.