

Stiglitz, J. E. *The economic role of the state*. Blackwell Pub, 1989.

Tiebout, Ch. "A Pure Theory of Local Expenditures". *Journal of Political Economy* (1956): 416-424.

Timmermann, Kh. *Munitsipalnyye finansy: vvedeniye v nauchnyy analiz finansovoy deyatel'nosti mestnykh organov vlasti* [Municipal Finance: an introduction to the scientific analysis of the financial activities of local authorities]. Moscow: Delo i Serwis, 2003.

Volokhova, I. S. "Podatkova detsentralizatsiia ta metodolohiia vyznachennia yii stupenia" [Tax decentralization and

methodology for determining its degree]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, vol. 2, no. 3 (2012): 144-150.

Yakobson, L. N. *Ekonomika obshchestvennogo sektora: Osnovy teorii gosudarstvennykh finansov* [Public Sector Economics: Fundamentals of Public Finance Theory]. Moscow: Aspekt Press, 1996.

Yefymenko, T. I. *Fiskalniy prostir antykrizovoho rehu-liuvannia* [Fiscal space for anti-crisis regulation]. Kyiv: DNU «Akademiia finansovoho upravlinnia», 2012.

УДК 336

ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МЕДІАКОРПОРАЦІЙ В УКРАЇНІ

©2019 МАКАРЕНКО У. Б.

УДК 336

Макаренко У. Б. Фінансове регулювання розвитку медіакорпорацій в Україні

Мета статті полягає в поглибленому дослідженні науково-теоретичних основ фінансового регулювання та виробленні науково-методичних рекомендацій щодо підвищення дієвості механізму фінансового регулювання розвитку медіакорпорацій в Україні. Доведено, що для розвитку за європейськими стандартами українські ЗМІ потребують: зростання рекламного ринку, залучення інвестицій, забезпечення прозорості фінансування, зростання професіоналізму журналістів, підвищення культурного рівня споживачів, розвиток демократії та свободи слова, незалежність від олігархів, боротьба із корупцією, зменшення втручання з боку держави, збільшення державного фінансування. Подальші дослідження механізмів регулювання телерадіомовлення перш за все пов'язані з якісними змінами в розвитку галузі: конвергенцією засобів комунікації та глобалізацією інформаційного простору. Це потребуватиме серйозного реформування систем і механізмів державного регулювання телерадіомовлення, телекомунікацій, захисту інтелектуальної власності, суспільної моралі, інформаційної безпеки тощо.

Ключові слова: медіакорпорація, фінансове регулювання, державна підтримка, податкове регулювання, механізм фінансової підтримки.

Рис.: 1. Табл.: 1. Бібл.: 16.

Макаренко Ульяна Богданівна – аспірантка кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту, Львівський національний університет ім. І. Франка (вул. Університетська, 1, Львів, 79000, Україна)

E-mail: makarenko@ucu.edu.ua

УДК 336

Макаренко У. Б. Финансовое регулирование развития медиакорпораций в Украине

Цель статьи заключается в углубленном исследовании научно-теоретических основ финансового регулирования и выработке научно-методических рекомендаций по повышению действенности механизма финансового регулирования развития медиакорпораций в Украине. В результате исследования было доказано, что для развития по европейским стандартам украинским СМИ требуется: рост рекламного рынка, привлечение инвестиций, обеспечение прозрачности финансирования, рост профессионализма журналистов, повышение культурного уровня потребителей, развитие демократии и свободы слова, независимости от олигархов, борьба с коррупцией, уменьшение вмешательства со стороны государства, увеличение государственного финансирования. Дальнейшие исследования механизмов регулирования телерадиовещания прежде всего связаны с качественными изменениями в развитии отрасли: конвергенцией средств коммуникации и глобализацией информационного пространства. Это требует серьезного реформирования систем и механизмов государственного регулирования телерадиовещания, телекоммуникаций, защиты интеллектуальной собственности, общественной морали, информационной безопасности и т. п.

Ключевые слова: медиакорпорация, финансовое регулирование, государственная поддержка, налоговое регулирование, механизм финансовой поддержки.

Рис.: 1. Табл.: 1. Библ.: 16.

Макаренко Ульяна Богдановна – аспирантка кафедры финансов, денежного обращения и кредита, Львовский национальный университет им. И. Франко (ул. Университетская, 1, Львов, 79000, Украина)

E-mail: makarenko@ucu.edu.ua

UDC 336

Makarenko U. B. The Financial Regulation of the Development of Media Corporations in Ukraine

The article is aimed at researching in depth the scientific-theoretical bases of financial regulation and developing scientific and methodical recommendations on improving the efficiency of the mechanism for financial regulation of the media corporations development in Ukraine. Results of the research prove that Ukrainian mass media for development according to European standards require: growth of the advertising market, attraction of investments, ensuring the transparency of financing, increase of professionalism of journalists, increase of the cultural level of consumers, development of democracy and freedom of speech, independence from oligarchs, countering corruption, reduction of interference from the State, increase of the State financing. Further research on the mechanisms for regulation of television and radio broadcasting is primarily related to qualitative changes in the development of this economy sector: convergence of the means of communication and globalization of information space. This will require a serious reform of the systems and mechanisms of the State regulation of television and radio broadcasting, telecommunications, intellectual property protection, public morality, information security, etc.

Keywords: media corporation, financial regulation, the State support, tax regulation, mechanism of financial support.

Fig.: 1. Tbl.: 1. Bibl.: 16.

Makarenko Uliana B. – Postgraduate Student of the Department of Finance, Money Circulation and Credit, Ivan Franko National University of Lviv (1 Universytetska Str., Lviv, 79000, Ukraine)

E-mail: makarenko@ucu.edu.ua

Формування глобального інформаційного суспільства неможливе без діяльності засобів масової інформації (ЗМІ). Сучасні мас-медіа – це вагомий засіб створення історико-культурного інформаційного простору держави, який, по суті, є тим духовно-ідеологічним цементом, що скріплює народ у політичну націю. Вони трансформують традиційну систему духовного виробництва в певному напрямі, з приводу чого в розвинутих суспільно-політичних системах панує теза, що той, хто володіє засобами масової інформації, володіє громадською думкою. Її підтвердженням є слова відомого фахівця в галузі масових комунікацій В. Лизанчука: «...людські спільноти творяться мережами інформаційних комунікацій, через які передається необхідна державно-політична, суспільно-економічна, ідеологічна, історична, етнічна та інша інформація» [11, с. 15].

Засоби масової інформації можуть не лише консолідувати суспільство, а й відігравати деструктивну роль, нівелюючи соціокультурне відтворення окремої особистості, орієнтуючи її на масове споживання створюваних стереотипів, що підриває основу індивідуальності. Тому суспільство й держава повинні постійно дбати про нейтралізацію регресивних тенденцій в інформаційно-аксіологічному полі й мобілізувати ресурсний потенціал ЗМІ для формування такої ціннісної системи, яка змогла б забезпечити духовну єдність суспільства.

Питанням взаємодії влади і засобів масової інформації присвячені праці О. Вартанової [3], В. Карлової [7], В. Ковалевського [8], А. Кострубіцької [10], М. Май [12], І. Малика [14], Ю. Палагнюка [16] та ін. Віддаючи належне науковій і практичній значущості розглянутих наукових праць вітчизняних і зарубіжних учених, необхідно, однак, зауважити, що серед невирішених частин проблеми залишається дослідження механізмів впливу фінансового регулювання на розвиток медіакорпорацій як важливого чинника державотворчих процесів в Україні, що й обумовлює зацікавленість зазначеною проблематикою.

Метою статті є поглиблення науково-теоретичних основ фінансового регулювання та вироблення науково-методичних рекомендацій щодо підвищення дієвості механізму фінансового регулювання розвитку медіакорпорацій в Україні.

Упродовж останніх років вектор розвитку українських медіа загалом визначався загальносвітовими тенденціями. Поряд з цим особливостями України було зростання вимогливості громадян до медіаконтенту (він має бути корисним і практичним, стосуватися соціальних і безпекових питань, містити проукраїнські наративи; існує чіткий запит на позитив), а також до об'єктивності, професіоналізму та відповідальності журналістів (з грудня 2014 р. по грудень 2017 р. довіра до ЗМІ впала з 51,8% до 42,4%, а недовіра зросла з 39,2% до 48,5%) [1].

В умовах незалежної Української держави вітчизняні мас-медіа отримали на законодавчому рівні свободу слова, політичну і професійну незалежність від державної влади. Однак посилення національного змісту та статусу державних українських ЗМІ не супроводжувалось адаптацією їх діяльності до ринкових умов, що не дало змоги витримати конкуренцію з потужними медіа-суперниками і, насамперед, комерційними телеканалами та газетами. Постійно відчувачи нестачу бюджетного фінансування, державні телевізійні канали, центральні друковані видання були змушені шукати додаткові кошти для здійснення своєї діяльності – від акціонування і до продажу рекламного часу. Це призвело до того, що серед ЗМІ майже не залишилося тих, акціями яких не володіли б великі фінансово-промислові групи.

Станом на 31 грудня 2017 р. до Державного реєстру внесено дані про 1579 телерадіомовників і суб'єктів інформаційної діяльності, а саме: 1477 телерадіомовних організацій і провайдерів програмної послуги та 96 суб'єктів інформаційної діяльності. Із 1477 ліцензій за формою власності 7 – державні, 246 – комунальної власності, 1219 – приватної власності [5].

У результаті ситуація складається таким чином, що переважну більшість вітчизняних ЗМІ сьогодні утримують не держава або інститути громадянського суспільства, а окремі політичні партії та фінансово-промислові кола, які закономірно використовують потенціал мас-медіа передусім у власних, а не загальносуспільних інтересах. Такий олігархічний контроль над більшістю популярних медіа не дозволяє забезпечити в Україні конкурентне інформаційне середовище, яке повністю відповідало б західним стандартам свободи слова.

У сучасному суспільстві ЗМІ виконують низку функцій, серед яких:

- ★ *комунікативна* – спостереження за подіями і формування суспільної думки стосовно їх сутності;
- ★ *інформаційна* – збирання, редагування, коментування та поширення інформації;
- ★ *ретрансляційна* – відтворення певного способу життя з відповідним набором політичних, духовних, соціальних цінностей.

Завдяки реалізації зазначених функцій ЗМІ справляють вплив на всі сфери життєдіяльності суспільства, на формування соціального простору, що дедалі більше набуває ознак капіталу. Саме фінанси та владні повноваження є своєрідними інструментами відстоювання інтересів і уявлень про ефективність використання простору, які забезпечують досягнення умовної точки рівноваги, що свідчить про професійне використання механізмів регулювання [2, с. 73].

Український інститут Майбутнього провів дослідження експертної думки з приводу сучасного стану

та напрямків розвитку засобів масової інформації. На питання відповідали 33 респонденти, серед яких були журналісти, медіа-менеджери, медіа-експерти, викладачі журналістики, науковці, спеціалісти із комунікацій з політичних, бізнесових та громадських кіл [13].

Результати опитування переконливо доводять, що «тиск з боку влади» експерти, в принципі, не вважають проблемою, яка потребує негайного вирішення. Скоріше, вони за ліквідацію впливу олігархів на медіа, що свідчить про відсутність в Україні дієвої державної політики у сфері масової інформації.

Окрім цього, яскраво вираженою тенденцією останніх років є посилення в сучасному українському суспільстві системних інформаційних потоків, які шляхом просування в суспільну свідомість чужих українцям ідеалів та цінностей, ментальних особливостей інших держав та народів фактично розмивають державну мову, духовність, історичну пам'ять і, зрештою, власне українську державність. Здатність національних засобів масової інформації створювати ефективні противаги іноземній інформаційній експансії значною мірою обумовлюється можливостями продукувати власну медіа-продукцію – конкурентну, привабливу та затребувану українцями. Проте слід зазначити, наша держава має досить обмежені можливості в цьому плані, що пояснюється насамперед відсутністю економічних механізмів і, перш за все, податкових, які б сприяли виробництву національного медійного продукту.

Однією з основних характеристик демократичної парадигми регуляторної політики держави є державне регулювання (табл. 1).

Державна економічна політика реалізується за допомогою таких економічних регуляторів: податкова політика; цінова політика; квотування та ліцензування; виділення дотацій і субвенцій; здійснення державних закупівель [4, с. 119].

Дослідження Інституту відкритого суспільства визначило такі завдання й функції органів регулювання мовлення: регулятивні функції (ліцензування,

контроль); повноваження щодо застосування певних санкцій; управлінські завдання (зокрема, стосовно суспільного мовлення); розробка політики та законодавчих пропозицій.

Ключовою регулятивною функцією є ліцензування мовлення. Його необхідність пов'язана із використанням обмеженого ресурсу (як правило, радіочастот), який вважається суспільним благом і розподіляється та контролюється державою.

Сучасний стан реалізації конституційних положень щодо свободи слова та діяльності засобів масової інформації в Україні забезпечується розвинутою нормативно-правовою базою, в якій урегульовані різні питання діяльності суб'єктів інформаційних відносин. Механізм взаємодії органів державної влади із засобами масової інформації конкретизований Законом України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» [6].

Згідно з цим нормативно-правовим актом державна підтримка засобів масової інформації – це сукупність правових, економічних, соціальних, організаційних та інших заходів державного сприяння зміцненню і розвитку інформаційної галузі, її інфраструктури. Вона проявляється у фінансово-економічній, податковій, митній, валютній та інших формах. Змістом фінансово-економічної державної підтримки є протекціоністська політика зниження споживчої вартості інформаційної продукції, включаючи податкове, тарифне, митне, валютне та господарське регулювання, відшкодування збитків, подання фінансової допомоги. З цієї метою необхідні для фінансової допомоги кошти визначаються в Державному бюджеті України окремим рядком і обслуговуються центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів.

Визначені для фінансової допомоги кошти використовуються насамперед для відшкодування різниці між розрахунковим і фіксованим тарифом на

Таблиця 1

Порівняльна характеристика командно-адміністративної та демократичної парадигм регуляторної політики держави [9, с. 42]

Критерії	Командно-адміністративна парадигма державної регуляторної політики	Демократична парадигма державної регуляторної політики
Система	Централізація, централізоване регулювання	Децентралізація
Управління	Адміністративний контроль	Державне регулювання
Суспільство	Закрите	Відкрите
Тип проведення реформ	Волевиявлення органів влади	Комунікативність, діалог із суспільством
Комунікативність	Відсутність гнучкості, тривалість реагування на зміни	Гнучкість, швидкість отримання результатів
Регуляторна політика	Адміністративний тиск, жорстке підпорядкування	Помірне регулювання ринкових процесів, дерегулювання

доставку друкованих засобів масової інформації передплатникам. Кошти, що залишаються після цього, використовуються для надання додаткової економічної підтримки (дотації) районним, міським та міськрайонним газетам, районному, міському та міськрайонному телерадіомовленню, фінансової допомоги засобам масової інформації для дітей та юнацтва і спеціалізованим науковим виданням, а також періодичним виданням літературно-художнього напрямку, економічної підтримки телерадіоцентрів та поліграфічних підприємств і підприємств зв'язку, які забезпечують діяльність засобів масової інформації.

Законом передбачено, що норми державної підтримки застосовуються до всіх засобів масової інформації, які діють відповідно до Конституції України, незалежно від їх ідеологічного та політичного спрямування й від форм власності, крім засобів масової інформації рекламного характеру; еротичного характеру; заснованих за участю юридичних або фізичних осіб, до сфери діяльності яких входять виробництво та постачання паперу, поліграфічного обладнання, технічних засобів мовлення; заснованих в Україні міжнародними організаціями або за участю юридичних чи фізичних осіб інших держав, осіб без громадянства; у яких понад 50 відсотків загального обсягу випуску становлять матеріали зарубіжних засобів масової інформації.

Норми цього Закону поширюються також на телерадіоцентри та підприємства поліграфії і зв'язку тією мірою, наскільки вони забезпечують діяльність цих засобів масової інформації.

Державна адресна підтримка надається виключно засобам масової інформації для дітей та юнацтва, для осіб з інвалідністю, спеціалізованим науковим виданням, що видаються науковими установами та навчальними закладами не нижче третього рівня акредитації, і засобам масової інформації, які цілеспрямовано сприяють розвитку мов і культур національних меншин України, а також періодичним виданням літературно-художнього напрямку.

Розподіл зазначених коштів здійснюється Кабінетом Міністрів України.

Щодо конкретних інструментів фінансового регулювання, то згідно зі ст. 5 згаданого Закону від податку на додану вартість звільняються відповідно до Податкового кодексу України (пп. 197.1.25.) операції з постачання (передплати) та доставки періодичних видань друкованих засобів масової інформації (крім видань еротичного характеру) вітчизняного виробництва, підготовки (літературне, наукове і технічне редагування, коригування, дизайн і верстка), виготовлення (друк на папері чи запис на електронному носіїві), розповсюдження книжок, у тому числі електронного контенту (крім видань еротичного характеру) та дитячих книжкових видань, вітчизняного виробництва, учнівських зошитів, підручників

та навчальних посібників, словників українсько-іноземної або іноземно-української мови вітчизняного виробництва на митній території України

Крім того, Редакції (юридичні особи) засобів масової інформації звільняються від: обов'язкового продажу валютної виручки, одержаної від експорту інформаційної продукції, у разі використання цієї виручки на придбання обладнання та матеріалів, необхідних для подальшого виробництва нової інформаційної продукції; сплати мита за експорт інформаційної продукції.

Не підлягають обкладанню ввізним митом обладнання та матеріали, призначені для власної інформаційної діяльності засобів масової інформації, виробництва та розповсюдження їхньої інформаційної продукції, якщо таке обладнання і матеріали не виробляються в Україні. У разі неможливості встановити призначення товару при його переміщенні через митний кордон України стягнене за нього мито відшкодується засобам масової інформації, телерадіоцентрам і підприємствам поліграфії після документального підтвердження у спеціально визначеному порядку використання його для власної інформаційної діяльності, розповсюдження телевізійних і радіопрограм.

Редакції (юридичні особи) засобів масової інформації також мають право на пільгові кредити для розвитку цих засобів масової інформації та розв'язання соціальних проблем їх трудових колективів.

Механізм надання підтримки наведено на *рис. 1*.

Розмір державної фінансової підтримки визначається наказом Держкомтелерадіо в межах коштів, виділених Держкомтелерадіо в Державному бюджеті України на відповідний рік.

ВИСНОВКИ

Для забезпечення державного статусу української мови, її повноцінного функціонування в інформаційно-комунікаційному просторі України держава має здійснювати активну протекціоністську політику щодо україномовних ЗМІ, у тому числі шляхом застосування механізмів пільгового оподаткування.

Розробка і впровадження ефективних протекціоністських механізмів, спрямованих на стимулювання виробництва вітчизняного медіа-продукту, сприятимуть підвищенню його конкурентоспроможності, збільшенню присутності України в європейському та світовому інформаційному просторі.

Незважаючи на втрачений час, держава ще може позитивно вплинути на функціонування всієї медіа-сфери. Для цього необхідно вдосконалювати інформаційне законодавство, розробити Стратегію розвитку інформаційної сфери, посилювати вимоги до якості інформаційного продукту, підтримувати програми, спрямовані на підвищення консолідації суспільства і підтримку його цінностей. У разі потреби державні інституції можуть приймати закони та пра-

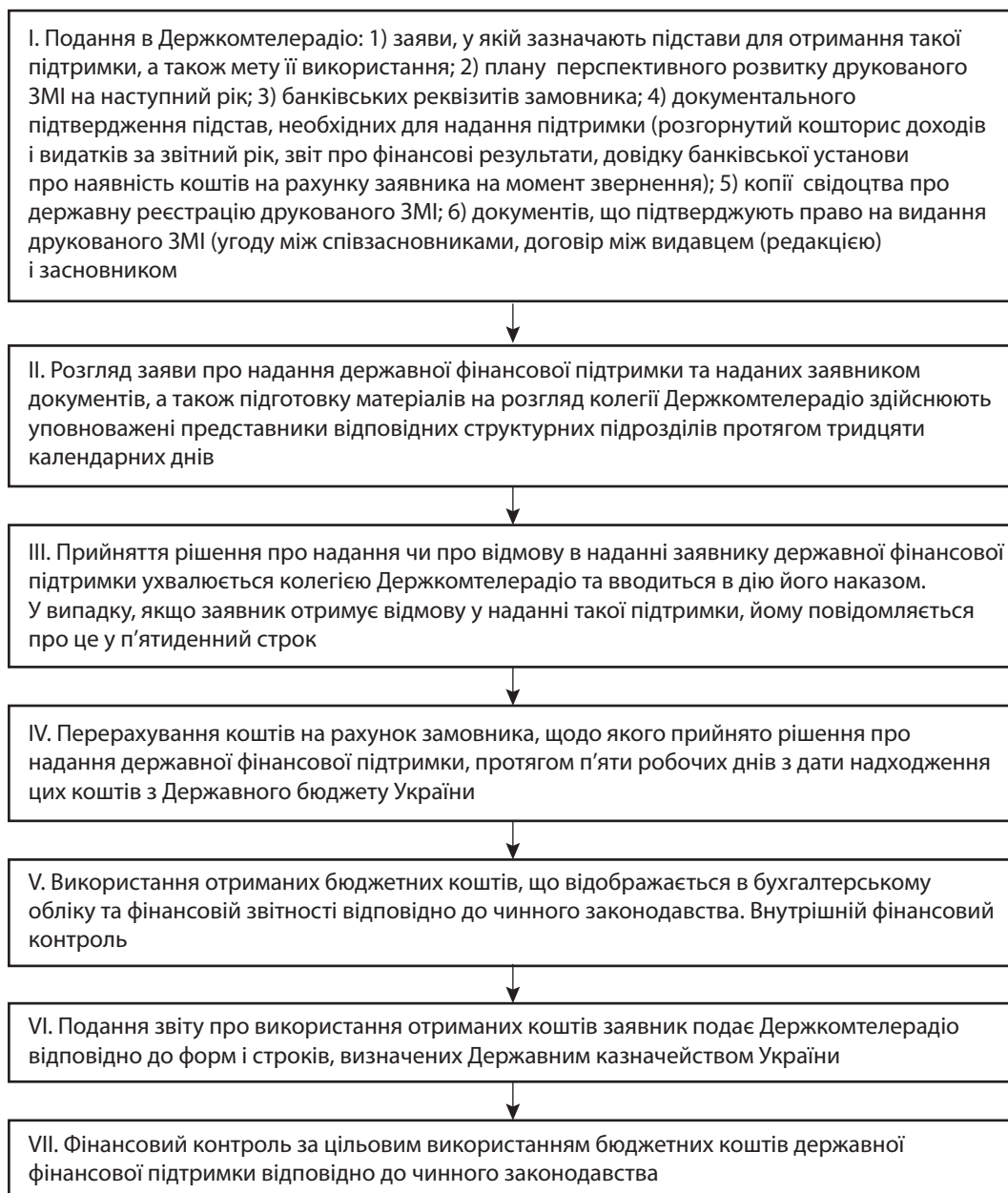


Рис. 1. Порядок надання державної фінансової підтримки засобів масової інформації

Джерело: складено за [15].

вила, які включають стимули для прийняття та створення відповідних механізмів саморегулювання.

Пропозиція щодо державного фінансування медіа сприймається експертами негативно. Державне фінансування, якщо воно все ж таки буде, окремі експерти пропонували спрямувати на конкретні проекти по типу грантів.

Для розвитку за європейськими стандартами українським ЗМІ потрібне: зростання рекламного ринку, залучення інвестицій в ЗМІ, забезпечення прозорості фінансування, зростання професіоналізму журналістів, підвищення культурного рівня споживачів, розвиток демократії та свободи слова, незалежність від олігархів, боротьба із корупцією, зменшення втручання з боку держави, збільшення державного фінансування.

При цьому необхідно враховувати, що в галузі ЗМІ та телекомунікаційному секторі Європейського Союзу відбуваються перетворення державного регулювання:

- ✦ *по-перше*, у напрямку від протекціонізму до конкуренції;
- ✦ *по-друге*, у розмежуванні політичних і оперативних завдань (тобто утворення незалежних регулюючих органів);
- ✦ *по-третє*, у переході від вертикального (по конкретних секторах) до горизонтального регулювання;
- ✦ *по-четверте*, у переході від національного до наднаціонального і міжнародного регулювання;

- ✦ *по-и'яте*, у переході від державного регулювання до саморегулювання і спільного з державою регулювання, в якому приватні та громадські партнери відіграють усе більш активну роль.

Отже, дослідження механізмів регулювання телерадіомовлення передусім пов'язані з якісними змінами в розвитку галузі: конвергенцією засобів комунікації та глобалізацією інформаційного простору. Це потребуватиме серйозного реформування систем і механізмів державного регулювання телерадіомовлення, телекомунікацій, захисту інтелектуальної власності, суспільної моралі, інформаційної безпеки тощо. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Аналітична доповідь до щорічного послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2018 році». URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/3143/>
2. **Бистряков І. К., Манцевич Ю. М.** Використання простору у площині суспільних перетворень в Україні. *Вісник НАН України*. 2015. № 11. С. 67–76.
3. **Вартанова О.** Державне регулювання медіа-простору: світовий досвід для України (на прикладі аудіовізуальних засобів масової комунікації). URL: <http://www.niss.gov.ua/Monitor/Marrch/07.htm>
4. **Грабовський О. І.** Особливості реалізації державної політики у сфері соціально-економічного розвитку. *Теорія та практика державного управління*. 2016. Вип. 4. С. 118–124 с.
5. **Джолос О.** Громадам потрібні медіа громад. URL: <http://www.nam.org.ua/news/novini-nam22/gromadam-potribni-media-gromad19/>
6. Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» від 23.09.1997 р. № 540/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-вр>
7. **Карлова В. В.** Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07kvvunc.htm>
8. **Ковалевський В.** Сучасний стан і тенденції розвитку медіа-сфери України. *Політичний менеджмент*. 2009. № 5. С. 109–115.
9. **Колупаєва І. В.** Основи парадигми регуляторної політики держави. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2015. № 3. С. 38–51.
10. **Кострубіцька А. В.** Моделі державного регулювання діяльності засобів масової комунікації у країнах Європейського Союзу: регіональний аспект. *Університетські наукові записки*. 2014. № 3. С. 204–210.
11. **Лизанчук В.** Феномен невмирущості нації. *Наукові записки АН ВШ України*. 2004. Вип. 6. С. 9–29.
12. **Май М.** Медіа-політика в інформаційному суспільстві / пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник ; за ред. В. Іванова. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. 286 с.
13. Майбутнє українських медіа. URL: <https://www.uifuture.org/publications/news/23941-majbutne-media-v-ukraini-ukrainskij-institut-majbutnogo-opublikuvav-do>

14. Малик І. Національний медіа-простір в умовах глобалізації: прийоми боротьби та правила захисту. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2009. Вип. 21. С. 122–127.

15. Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України «Про затвердження Порядку надання державної фінансової підтримки друкованим засобам масової інформації» від 13.05.2015 р. № 98. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0623-15>

16. Палагнюк Ю. В. Державне регулювання аудіовізуальних засобів масової комунікації: європейський досвід та Україна : монографія. Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2012. 236 с.

Науковий керівник – Крупка М. І., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту Львівського національного університету імені Івана Франка

REFERENCES

"Analytichna dopovid do shchorichnoho poslannia Prezydenta Ukrainy do Verkhovnoi Rady Ukrainy «Pro vnutrishnie ta zovnishnie stanovyshche Ukrainy v 2018 rotsi»" [Analytical report to the annual message of the President of Ukraine to the Verkhovna Rada of Ukraine "On the Internal and External Situation of Ukraine in 2018"]. <http://www.niss.gov.ua/articles/3143/>

Bystriakov, I. K., and Mantsevych, Yu. M. "Vykorystannia prostoru u ploshchyni suspilnykh peretvoren v Ukraini" [The use of space in the area of social transformation in Ukraine]. *Visnyk NAN Ukrainy*, no. 11 (2015): 67-76.

Dzholos, O. "Hromadam potribni media hromad" [Communities need media communities]. <http://www.nam.org.ua/news/novini-nam22/gromadam-potribni-media-gromad19/>

Hrabovskiy, O. I. "Osoblyvosti realizatsii derzhavnoi polityky u sferi sotsialno-ekonomichnoho rozvytku" [Features of the implementation of state policy in the field of socio-economic development]. *Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia*, no. 4 (2016): 118-124.

Karlova, V. V. "Vplyv zasobiv masovoi informatsii na formuvannia ukraïnskoi natsionalnoi svidomosti" [The Influence of Mass Media on the Formation of Ukrainian National Consciousness]. <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07kvvunc.htm>

Kolupaeva, I. V. "Osnovy paradyhmy rehuliatornoï polityky derzhavy" [Basis of the paradigm of the regulatory policy of the state]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli*, no. 3 (2015): 38-51.

Kostrubitska, A. V. "Modeli derzhavnoho rehuliuвання dialnosti zasobiv masovoi komunikatsii u krainakh Yevropeiskoho Soiuzu: rehionalnyi aspekt" [Models of State Regulation of Mass Media Activities in the Countries of the European Union: Regional Aspect]. *Universytetski naukovyi zapysky*, no. 3 (2014): 204-210.

Kovalevskiy, V. "Suchasnyi stan i tendentsii rozvytku media-sfery Ukrainy" [The current state and trends of the media sphere development in Ukraine]. *Politychnyi menezhment*, no. 5 (2009): 109-115.

[Legal Act of Ukraine] (1997). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-вр>

[Legal Act of Ukraine] (2015). <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0623-15>

Lyanchuk, V. "Fenomen nevmyrushchosti natsii" [The phenomenon of the immortality of the nation]. *Naukovyi zapysky AN VSh Ukrainy*, no. 6 (2004): 9-29.

Mai, M. "Maibutnie ukrainskykh media" [The future of the Ukrainian media]. <https://www.uifuture.org/publications/news/23941-majbutne-media-v-ukraini-ukrainskij-institut-majbutnogo-opublikuvav-do>

Mai, M. *Media-polityka v informatsionomu suspilstvi* [Media Policy in the Information Society]. Kyiv: Akademiia Ukrainskoi Presy; Tsentr Vilnoi Presy, 2011.

Malyk, I. "Natsionalnyi media-prostir v umovakh hlobalizatsii: pryomy borotby ta pravyla zakhystu" [National media space under conditions of globalization: methods of struggle and rules of defense]. *Ukrainska natsionalna ideia: realii ta perspektyvy rozvytku*, no. 21 (2009): 122-127.

Palahniuk, Yu. V. *Derzhavne rehuliuвання audiovizualnykh zasobiv masovoi komunikatsii: yevropeyskyi dosvid ta Ukraina* [State regulation of audiovisual mass media: European experience and Ukraine]. Mykolaiv: Vyd-vo ChDU im. Petra Mohyly, 2012.

Vartanova, O. "Derzhavne rehuliuвання media-prostoru: svitovyi dosvid dlia Ukrainy (na prykladi audiovizualnykh zasobiv masovoi komunikatsii)" [State regulation of media space: world experience for Ukraine (for example, audiovisual mass media)]. <http://www.niss.gov.ua/Monitor/Marrch/07.htm>

УДК 336:717

ОБГРУНТУВАННЯ ПОНЯТТЯ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ДОХОДІВ КЛІЄНТІВ БАНКУ

©2019 ВЕЙЦ О. І.

УДК 336:717

Вейц О. І. Обгрунтування поняття легалізації доходів клієнтів банку

Стаття присвячена формуванню науково обгрунтованого визначення поняття «легалізація доходів клієнтів банку». Проведено аналіз міжнародного законодавства, законодавства України та результатів попередніх досліджень у сфері запобігання та протидії легалізації («відмивання») доходів, отриманих злочинним шляхом, щодо визначення понять. За результатами аналізу доведено, що в законодавстві та науковій літературі немає чіткого визначення поняття «легалізація доходів» у контексті банківської діяльності. Для формування дефініції «легалізація («відмивання») доходів» визначено морфологічну основу та найбільш використовувані ключові слова. Надано авторське визначення поняття «легалізація доходів клієнтів банку», яке враховує загальноприйняті в міжнародній практиці морфологічну основу та ключові слова, відповідає визначенням, наданим у законах України, та може бути застосовано при формуванні методичних рекомендацій для служб внутрішнього фінансового моніторингу банків.

Ключові слова: «відмивання» коштів, легалізація доходів, отриманих злочинним шляхом, банк.

Рис.: 2. Бібл.: 18.

Вейц Олександр Ігорович – аспірант кафедри банківської справи, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна)

E-mail: oleksandr.veyts@hneu.net

УДК 336:717

Вейц А. И. Обоснование понятия легализации доходов клиентов банка

Статья посвящена формированию научно обоснованного определения понятия «легализации доходов клиентов банка». Проведен анализ международного законодательства, законодательства Украины и результатов предыдущих исследований в сфере предотвращения и противодействия легализации («отмыванию») доходов, полученных преступным путем, относительно определения понятий. Результаты анализа позволили доказать, что в законодательстве и научной литературе нет четкого определения понятия «легализация доходов» в контексте банковской деятельности. Для формирования дефиниции «легализация («отмывание») доходов» определены морфологическая основа и наиболее часто используемые ключевые слова. Представлено авторское определение понятия «легализация доходов клиентов банка», которое учитывает общепринятые в международной практике морфологическую основу и ключевые слова, соответствует представленным в законах Украины определениям и может быть применено в процессе формирования методических рекомендаций для служб внутреннего финансового мониторинга банков.

Ключевые слова: отмывание средств, легализация доходов, полученных преступным путем, банк.

Рис.: 2. Библ.: 18.

Вейц Александр Игоревич – аспирант кафедры банковского дела, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харьков, 61166, Украина)

E-mail: oleksandr.veyts@hneu.net

UDC 336:717

Veits O. I. Substantiating the Concept of Legalization of Incomes of Bank's Clients

The article is concerned with formation of the scientifically substantiated definition of the concept of «legalization of incomes of bank's clients». The analysis of the international legislation, the legislation of Ukraine and the results of previous researches in the sphere of prevention and counteraction of legalization («laundering») of incomes received by criminal means is carried out in view of definition of concepts. The results of the analysis proved that there is no clear definition of the concept of «legalization of incomes» in the context of banking activity both in the legislation and the scientific literature. To formulate the definition of «legalization («laundering») of incomes» the morphological basis and the most frequently used keywords are defined. The author's own definition of the concept of «legalization of income of the bank's clients», which takes attention of the morphological basis and the key words generally accepted in the international practice, corresponds to the definitions presented in the laws of Ukraine and can be applied in the process of forming the methodical recommendations for the internal financial monitoring services of banks.

Keywords: means laundering, legalization of the proceeds of crime, bank.

Fig.: 2. Bibl.: 18.

Veits Oлександр I. – Postgraduate Student of the Department of Banking, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: oleksandr.veyts@hneu.net