

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

19 грудня 2017 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за магістерською програмою професійного спрямування
«Економіка, планування та управління бізнесом»
на тему: «Економічне обґрунтування стратегії розвитку підприємства
(на прикладі ТОВ «ІТ «Репортер»)»

Виконавець:

студент ФЕУП

Скляр Дмитро Вікторович _____
/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Доброва Наталя Василівна _____
/підпис/

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Сутність та значення стратегії в управлінні підприємством	6
1.2. Класифікація стратегій підприємства	12
1.3. Етапи та оцінка прийняття стратегічних рішень	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ІТ «РЕПОРТЕР»	24
2.1. Розвиток телебачення та особливості функціонування телеканалу	24
2.2. Загальна характеристика підприємства ТОВ «ІТ «Репортер»....	30
2.3. Оцінка платоспроможності підприємства	38
2.4. Аналіз конкурентного середовища на ринку надання телевізійних послуг в м. Одеса	50
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТОВ «ІТ «РЕПОРТЕР»	56
3.1. Формування стратегії розвитку ТОВ «ІТ «Репортер»	56
3.2. Оцінка економічної ефективності стратегії розвитку та оцінка ризиків	67
ВИСНОВКИ	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79
Додатки	85

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний етап розвитку господарства України характеризується високими темпами змін зовнішнього середовища, пов'язаними з розвитком ринкових відносин. Забезпечення ефективності діяльності підприємств України має ґрунтуватися на принципах стратегічного управління, що вирішує задачу забезпечення подальшого розвитку за рахунок сталого балансу їх потенціалу з оточуючим середовищем.

Це свідчить про необхідність наукового обґрунтування переходу до стратегічного управління, яке має передбачати не лише розробку альтернативних варіантів стратегії розвитку підприємства, вибір та реалізації найбільш оптимального з них, але й докорінну перебудову системи управління, з метою підвищення її адаптивності до змін у зовнішньому середовищі; максимальне використання інтелектуального потенціалу управлінського персоналу, техніки і технології управління; постійне впровадження заходів щодо самовдосконалювання та саморозвитку системи управління.

Вагомий внесок у дослідження теоретичних та практичних аспектів стратегічного управління підприємствами знайшли відображення в наукових працях іноземних та вітчизняних вчених, зокрема: І. Ансоффа, М. Портера, А.Дж. Стрікланда, А. Чандлера, Р. Акоффа, А.А. Томпсона, Ф. Котлера, О.С. Віханського, Р.А. Фатхутдінова, М.І. Круглова, І.О. Бланка, Н.Н. Мартиненко, О.П. Градова, Ю.Б. Іванова, М.Д. Виноградського та ін. Переважно їхні роботи присвячені стратегічному управлінню великими багатопрофільними компаніями, тому виникає необхідність вирішення теоретичних і методичних питань, пов'язаних з розкриттям суті поняття стратегії розвитку, розробкою алгоритму формування стратегії розвитку вітчизняних підприємств у сфері телерадіомовлення, моделі формування стратегії розвитку з урахуванням специфіки об'єкту дослідження та можливих сценаріїв майбутнього.

Викладене вище зумовило вибір теми дослідження, постановку її мети та завдань.

Мета дослідження – дослідити теоретичні та прикладні аспекти щодо формування стратегії розвитку підприємств у сфері телерадіомовлення та провести економічне обґрунтування стратегії його розвитку.

Задачі дослідження:

- узагальнити вітчизняний та закордонний досвід у дослідженні сутності поняття «стратегія» як практичного інструмента досягнення цілей підприємств;
- систематизувати та узагальнити принципи класифікації стратегій організацій, підходи до формування стратегії розвитку;
- розглянути етапи розробки стратегії та методика її оцінки;
- проаналізувати фінансово-господарський стан підприємств телерадіомовлення та охарактеризувати основні показники ефективності діяльності на прикладі ТОВ «ІТ «Репортер»;
- оцінити стан розвитку та кон'юнктуру ринку медіа бізнесу в м. Одеса та визначити місце досліджуваного підприємства на ньому;
- запропонувати модель формування стратегії розвитку підприємства з урахуванням специфіки об'єкту дослідження;
- розробити заходи з реалізації стратегії розвитку ТОВ ІТ «Репортер» та оцінити їх ефективність.

Об'єкт дослідження – діяльність ТОВ ІТ «Репортер» на ринку телерадіомовлення.

Предмет дослідження – розробка, обґрунтування та практичні аспекти реалізації стратегії розвитку підприємства.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань в роботі використовувалися різні методи. Методи теоретичного узагальнення і порівняння (аналіз і синтез, індукція і дедукція) – для дослідження теоретичних та організаційних аспектів проблеми. Методи зведення, групування та узагальнення, економіко-статистичні методи – для аналізу фінансової звітності, прогнозування показників та відображення тенденцій на ринку, метод інтегральної оцінки конкурентоздатності підприємств на ринку телебачення. Обробка даних здійснювалася з використанням пакету EXCEL для Windows.

Інформаційною базою дослідження слугували наукові публікації та монографічні видання вчених, нормативно-законодавчі акти України, матеріали наукових конференцій і досліджень, звіти та аналітичні матеріали відповідних державних органів, дані звітності офіційних статистичних збірників. Для аналізу господарської діяльності підприємства були використані дані бухгалтерської та статистичної звітності, річні звіти підприємства.

Публікації та апробація результатів дослідження. Основні теоретичні розробки і результати наукового дослідження доповідались автором на V Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Розвиток економіки та планування бізнесу в сучасних умовах: проблеми та шляхи вирішення» (м. Одеса, 14-15 вересня 2017 року) – Етапи та оцінка прийняття стратегічних рішень.

Висновок. Основним стратегічним напрямом розвитку ТОВ «ІТ «Репортер» є розвиток підприємства за рахунок укріплення конкурентної позиції, завоювання більшої аудиторії та отримання надприбутку. Розглядаючи стратегії диверсифікації профільної діяльності телеканалу пропонується відкриття власної радіостанції та студії професійного звукозапису. Створювана радіостанція є рівноправною платформою всередині інформаційного та суспільного мовлення телеканалу «Репортер», тож її місія тотожна місії, цілям та задачам телеканалу.

Основним видом надання послуг радіостанції є розміщення реклами, а точніше продаж ефірного часу, для студії звукозапису – це власне студійний запис пісень, рекламних роликів, звукова обробка відео та ін. Розрахунок дисконтованих показників економічної ефективності проекту розвитку підприємства свідчить, що реалізація стратегії – доцільна: при початкових інвестиціях у розмірі близько 550 тис грн та ставці дисконтування – 25% проект окупується за 7 місяців. Індекс прибутковості складає 40,6%.

Основні ризики проекту можуть виникнути у таких сферах: не окупність створення радіостанції, ризик малих обсягів продажів та недофінансування проекту, ризик зниження конкурентоспроможності бізнесу.

ВИСНОВКИ

1. Ефективність діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання обумовлюється, в першу чергу, обґрунтованим вибором та коректним формуванням стратегії його розвитку. Формування стратегії підприємства передбачає визначення місії його існування, обґрунтування системи стратегічних цілей, вибір на основі аналізу можливих альтернатив найбільш доцільних напрямів їх досягнення, з метою забезпечення використання потенціалу та конкурентних переваг підприємства.

2. У науковій і методичній літературі представлена велика кількість варіантів визначень стратегічного управління, які акцентують увагу на тих або інших аспектах цього складного управлінського процесу. Автором запропоноване таке визначення стратегічного управління – це процес управління підприємством, що дозволяє ефективно провадити господарську діяльність, спираючись на людський потенціал, здійснювати гнучке регулювання відповідно до ринкової кон'юнктури для отримання конкурентних переваг і досягнення цілей в довгостроковій перспективі. При стратегічному управлінні підприємством необхідно дотримуватися основних принципів: послідовність, довершеність, ефективність, системність, цілеспрямованість, унікальність та гнучкість.

3. В науковій літературі зустрічається широке різноманіття стратегій підприємства, проте основна увага приділяється розробці стратегій за ієрархією в системі управління (коли сукупність операційних стратегій на найнижчому рівні формує функціональну стратегію підприємства, що повинна відповідати цілям глобальної корпоративної стратегії) та за термінами реалізації (оскільки така класифікація дозволяє легко визначити пріоритетні напрями діяльності). Стратегічне планування – складний і багатоетапний процес управління підприємством. Умовно можна виділити такі етапи стратегічного менеджменту: підготовка стратегічного рішення, його обговорення та прийняття, реалізація рішення та оцінка результатів і коригування стратегії.

4. Досліджуване підприємство – телекомпанія «Репортер» є одним із перших телеканалів м. Одеси, провадить господарську діяльність з 1999 року, має 2 ліцензії на телерадіомовлення (багатоканальне та ефірне) з загальним охопленням аудиторії більше ніж 1 млн осіб. Для забезпечення високої технічної якості мовлення в студії телеканалу «Репортер» наявне високоякісне сертифіковане обладнання та збудована інфраструктура телевізійного виробництва з дотриманням прийнятих стандартів у сфері телекомунікацій.

5. Програмна концепція телеканалу та жанровий розподіл відповідають чинному законодавству України. На телеканалі дотримуються мінімально необхідного обсягу продукту вітчизняного виробництва та вимог законодавства з питань рекламної діяльності. Завдяки власному медійному виробництву та концентрації великої кількості творчих і технічних працівників, телекомпанія посідає провідні місця в рейтингових дослідженнях серед телеканалів міста. Відповідно до останніх досліджень, телеканал «Репортер» посідає найвищу сходинку з найбільшою кількістю переглядів з усіх місцевих телеканалів.

6. В результаті проведеного аналізу фінансово-господарського стану ТОВ «ІТ «Репортер» протягом 2014-2016 років, можна констатувати факт, що досліджуване підприємство має стійку позитивну динаміку ключових фінансових показників: чистий дохід, валюта балансу та ін. Управління та діяльність телекомпанії можна вважати ефективними, тому що відносні показники ефективності діяльності (рентабельність, ліквідність, оборотність та ін.) знаходяться в межах нормативних значень і мають тенденцію до покращення свого становища.

7. Медіабізнес являє собою систему висококонкурентних ринків, що вимагає від його суб'єктів формування нестандартних стратегій. Інформаційним підґрунтям для розробки стратегії телеканалу є сукупність економічних відносин між телеканалом і суб'єктами ринкового середовища. Стратегії розвитку вітчизняних місцевих телеканалів не мають чіткої теоретичної бази і спираються на емпіризм в стратегічному управлінні, існує складність прогнозування в умовах швидкоплинного розвитку глобального медіабізнесу.

8. У процесі формування стратегії розвитку телеканалу «Репортер» сформована місія підприємства та принципи діяльності: незалежність, відкритість, рівновага та просвітництво. Основним стратегічним напрямом розвитку ТОВ «ІТ «Репортер» є розвиток підприємства за рахунок укріплення конкурентної позиції, завоювання більшої аудиторії та отримання надприбутку. Розглядаючи стратегії диверсифікації профільної діяльності телеканалу пропонується відкриття власної радіостанції та студії професійного звукозапису. Створювана радіостанція є рівноправною платформою всередині телеканалу «Репортер», тож її місія тотожна місії, цілям та задачам телеканалу.

9. Обрані стратегічні напрями диверсифікації діяльності мають ряд переваг. Господарська діяльність радіостанції значно корелює з діяльністю телеканалу: схоже нормативно-правове регулювання центральний канал доходу – надання рекламних послуг; можливе використання аудіо обладнання телекомпанії для студії звукозапису та радіостанції; на початкових етапах розвитку може бути досягнута економія за рахунок використання досвіду технічного та креативного персоналу телекомпанії; пізнаваність радіостанції буде вищою за рахунок популярності телеканалу; реклама радіостанції та просування послуг студії звукозапису можливе на телеканалі.

10. Основним видом надання послуг радіостанції є розміщення реклами, а точніше продаж ефірного часу, для студії звукозапису – це власне студійний запис пісень, рекламних роликів, звукова обробка відео та ін. Розрахунок дисконтованих показників економічної ефективності проекту розвитку підприємства свідчить, що реалізація стратегії – доцільна: при початкових інвестиціях у розмірі близько 550 тис грн та ставці дисконтування – 25% проект окупається за 7 місяців. Індекс прибутковості складає 40,6%.

11. Основні ризики проекту можуть виникнути у таких сферах: не окупність створення радіостанції, ризик малих обсягів продажів та недофінансування проекту, ризик зниження конкурентоспроможності бізнесу.

Скляр Д. В. _____
/підпис/

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Саєнко М.Г. Стратегічне управління підприємством: Лекції. / ТНЕУ, 2011. 130 с.
2. Стратегія і стратегічне управління підприємством / В. А. Харченко, О. О. Бодякіна // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ea.donntu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/26183/1/СТРАТЕГІЯ%20І%20СТРАТЕГІЧНЕ%20УПРАВЛІННЯ%20ПІДПРИЄМСТВОМ.pdf>
3. С.Б. Довбня, А.О. Найдовська, М.М. Хитько. Стратегія підприємства. Частина 1: Навч. посібник. – Дніпропетровськ: НМетаАУ, 2011. – 71 с.
4. Полещук І. Ф., Ярова Ю. Ю. Значення стратегічного аналізу для управління підприємством // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/10_NPE_2010/Economics/62478.doc.htm
5. Стратегічне управління підприємством : Опорний конспект лекцій. / ТНЕУ, 2013. 134 с.
6. Стратегическое планирование / Под ред. А. Н. Петрова. – СПб. : Знание ; ГУЭФ, 2003. – 200 с.
7. Стратегія підприємства : навч.-метод. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Д. О. Горєлов, С. Ф. Большенко. – Харків : Вид-во ХНАДУ, 2010. – 133 с.
8. Люкшинов А. Н. Стратегический менеджмент / А. Н. Люкшинов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 375 с.
9. Ляско В. И. Стратегическое планирование развития предприятия / В. И. Ляско. – М. : Экзамен, 2005. – 288 с.
10. Kenichi Ohmae. The Mind of the Strategist / Kenichi Ohmae. – New York : Mc Graw-Hill, 1982.
11. Види стратегій та інструментарій формування стратегії розвитку підприємства / Хоменко О. І. // Управління розвитком: збірник наукових праць, № 3 (181), 2015, Харків. – 172 с.

12. Склабінська А. І. Стратегічний аналіз // Дистанційний курс. ХНУ. – 2017 р. // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k1276&T=01&lng=1&st=0.

13. Василенко В. А. Теорія і практика розробки управлінських рішень: Навчальний посібник. – Київ: ЦУЛ, 2003. – 420 с.

14. Лугова Т. А., Білецька О. Є. Процес прийняття стратегічних управлінських рішень // Тези доповідей 51-ої наукової конференції молодих дослідників ОНПУ-магістрів / Одеса: ОНПУ, 2016, вип. 51.

15. Стратегічний менеджмент: навч. посібник / Г. І. Кіндрацька. — К.: Знання, 2006. - 366 с.

16. Оцінювання рівня розвитку системи стратегічного менеджменту організації / Г. І. Кіндрацька, М. С. Білик // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". - 2009. - № 640. - С. 290-297.

17. Балабанова Л. В., Холод В. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: Навч. посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 448 с.

18. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 669 с.

19. Про телебачення і радіомовлення: Закон України, 1994 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3759-12>.

20. Вплив телебачення як засобу масової комунікації на формування цільової аудиторії / Мар'яна Недбальська, Олександр Марковець // Інформація, комунікація, суспільство: матеріали I Міжнар. наук. конф. ІКС-2012, 25-28 квіт. 2012 р., — Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2012. — 284 с.

21. Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. Пособие / Елена Вартанова. – М.: Аспект Пресс, – 2003. – 335 с.

22. Цифрове телебачення: Все, що треба знати телеглядачу / Індустріальний Телевізійний Комітет (ІТК). Інформаційний буклет //

[Електронний ресурс] – Режим доступу:
http://www.volochisk.info/download/tv_byklet.pdf

23. Черемних І. В. Рейтингові методики маркетингових досліджень телевізійної аудиторії України / І. В. Черемних. Наукові записки Інституту журналістики: Т. 23 Квітень - червень / Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. - К. : Видавництво Інституту журналістики, 2006. - 210 с.

24. Шальман Т.М. Телевізійний менеджмент у системі організаційно-управлінських процесів на телеканалі // Наукові записки Інституту журналістики: щоквартальний науковий збірник / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут журналістики. – Київ, 2014. – Т. 55, квітень - червень. – С. 201-205.

25. Ефірне телебачення та радіомовлення в Україні / Одеський інформаційний телеканал «Репортер» // [Електронний ресурс] – Режим доступу:
<http://ukrtvr.org/telekanali-ta-radiostantsiji/606>.

26. Державний реєстр суб'єктів інформаційної діяльності у сфері телебачення і радіомовлення. [Електронний ресурс] / Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. – Режим доступу:
<https://www.nrada.gov.ua/state-register/ia-reporter-prat/>.

27. Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань. [Електронний ресурс] / Міністерство юстиції України. – Режим доступу: <https://usr.minjust.gov.ua/ua/freesearch>.

28. Офіційний сайт телеканалу «Репортер». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://reporter.od.ua/>.

29. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства на основі показників звітності: розрахунковий підхід / О. В. Зигрій // Інноваційна економіка. - 2014. - № 3. - С. 243-249.

30. Добрава Н.В. Оцінка фінансового стану підприємства/ Н.В. Добрава // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: Матеріали другої міжнар.наук.-практ.конф., 26-27 вересня 2013 р. – Одеса:Атлант, 2013. – С. 23.

31. Ефірне телебачення та радіомовлення в Україні / Історія розвитку телебачення 73 цифрової зони // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukrtvr.org/efir-po-naselenikh-punktakh/37/160>.

32. Кому належать одеські ЗМІ. Аналіз Інституту масової інформації / О. Васіна // MediaSapiens. – 24.11.2015. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/komu_nalezhat_odeski_zmi_analiz_institutu_masovoi_informatsii/.

33. Одеська міська рада, Громадський бюджет / Проект №: 2017-1007 Одеське суспільне телебачення // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://citizen.odessa.ua/projects/2017/2017-1007/>.

34. Звіт представника Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення в Одеській області Салабая Олександра Васильовича за 2016 рік. [Електронний ресурс] / Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. – Режим доступу: <https://www.nrada.gov.ua/reports/>.

35. Медиапредпочтения и политические взгляды в Одесской области / М. Ключко, Т. Костюченко, Д. Савчук. GfK. – квітень 2017, Media Poll. [Електронний ресурс] / GfK. – Режим доступу: <http://docplayer.ru/51504414-Mediapredpochteniya-i-politicheskie-vzglyady-v-odesskoy-oblasti.html>.

36. Метод розрахунку інтегральної конкурентоспроможності підприємства / Л. О. Головань // Интеллект XXI. - 2014. - № 2. - С. 41-47.

37. Маркетинговая стратегия развития телеканала: актуальные теоретические вопросы / Д.Е. Матыцин // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса .— 2012 .— №2 (19) .— С. 118-121.

38. Стратегія підприємства / Саєнко М.Г. Підручник. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.

39. Как открыть FM-радиостанцию: пошаговая инструкция / В. Крыжановский. Бізнес-арена. – 22.03.2017 р. // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://arena.ua/2017/03/22/kak-otkryt-radiostantsiyu/>.

40. Сервіс для визначення кодів видів економічної діяльності за КВЕД-2005 та КВЕД-2010 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/60/KVED10_60_10.html

41. Про затвердження Методики розрахунків розмірів ліцензійного збору за видачу або продовження строку дії ліцензії на мовлення, ліцензії провайдера програмної послуги, визначення розміру плати за переоформлення ліцензії та видачу дубліката ліцензії на мовлення, ліцензії провайдера програмної послуги. 13 квітня 2011 р. Київ. [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України, Постанова № 412. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/412-2011-%D0%BF>.

42. Бердар М. М. / Фінанси підприємств: навчальний посібник / М. М. Бердар. - 2-ге вид., перероб. і допов. - К.: 2012. - 464 с.

43. Податковий кодекс України: 2011 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

44. Кредитний онлайн-калькулятор. [Електронний ресурс]. Оф. сайт АТ «Райффайзен Банк Аваль». – Режим доступу: <https://www.aval.ua/ru/personal/crediting/multi/>.

45. Доброва Н.В. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства/ Н.В. Доброва // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: матер. четвертої міжнарод. конф. 2015 р. - Одеса: Атлант, 2015. - С.29-30.

46. Про рекламу: Закон України, 1996 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>.

47. Карпов В.А., Улибіна В.А. Проектний аналіз (конспект лекцій та практичні завдання) – Одеса, 2005 – 151 арк.

48. Балджи М.Д., Карпов В.А., Ковальов А.І., Костусев О.О., Котова І.М., Сментина Н.В. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків: Навчальний посібник. – Одеса: ОНЕУ, 2013. – 670 с.

49. Схематичне зображення структури власності на 31 грудня 2016 року. – 27.11.2017. [Електронний ресурс] Офіційний сайт телеканалу «Репортер». – Режим доступу: <http://reporter.od.ua/shematichne-zobrazhennya-strukturi-vlasnosti-na-31-grudnya-2016-roku/>.

50. Частка української мови в ефірі загальнонаціональних телеканалів. – 21.03.2017. [Електронний ресурс] / Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. – Режим доступу: <https://www.nrada.gov.ua/chastka-ukrayinskoyi-movy-v-efiri-zagalnonatsionalnyh-telekanaliv/>.