

мінімуму \$19 на рік проти \$35 при започаткуванні цього виду страхування; на ринку медичного страхування збільшується кількість роздрібних продажів, корпоративні продажі зростають на рівні інфляції; на ринку страхування життя середня тривалість договору 17 років, корпоративні продажі суттєво знизились з 2011 року (з 800 млн грн до 35 у 2017 році), роздрібні продажі зростають за рахунок брокерської роботи мережі, канал банкострахування напряду корелюється з темпами зростання кредитування. Так за 2016 рік частка банкострахування склала 7,1% у загальному обсязі збуту продуктів (ризикового страхування та страхування життя), що є найнижчим показником за останні 10 років.

Сьогодні в час активного розвитку інформаційних технологій перед страховиками нагальними постають питання застосування інноваційних інструментів та пошуку дієвого механізму їх взаємодії та інтегрування з метою формування ефективної системи маркетингових комунікацій. Саме інтегровані маркетингові комунікації дозволяють при синхронному та адаптованому спільному використанні окремих інструментів просування, об'єднати та підсилити їх переваги, досягнути ефекту синергії.

Серед важливих завдань, що стоять перед страховим ринком України в царині активного використання інтегрованих маркетингових комунікацій варто виокремити:

- удосконалення методів оцінювання ефективності окремих маркетингових комунікацій та інтегрованих маркетингових комунікацій різних суб'єктів страхового ринку, що стане основою для розширення страхового поля, підвищення рівня лояльності клієнтів й у загальному підсумку вплине на зростання їх вартості для компанії;
- планування комплексу маркетингових комунікацій, яке дозволить досягти визначених страховими компаніями та іншими учасниками страхового ринку цілей та втримати позиції на ньому;
- застосування моделей управління та можливостей універсальних комунікативних технологій маркетингу (медіапланування, сегментування, позиціонування, брендингу);
- оцінювання впливу інтегрованих маркетингових комунікацій на страхувальників, застрахованих, кінцевих споживачів страхової послуги та прогнозувати моделі їх поведінки при прийнятті рішення щодо вибору страховика;
- впровадження інструментів державної підтримки споживача страхових послуг у питаннях недобросовісної реклами учасників страхового ринку;
- розроблення заходів з розвитку корпоративної соціальної відповідальності учасників страхового ринку;
- формування страхової свідомості та зростання довіри серед населення до інституту страхування завдяки соціальній рекламі.

Фаринович І.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Розвиток об'єднаних територіальних громад на засадах децентралізації можливий за рахунок належного їх фінансового забезпечення. Створення фінансово спроможних територіальних громад дасть можливість забезпечити соціально-економічний їх розвиток.

Об'єднані територіальні громади почали формуватися на підставі Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні й Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» [1;2].

Згідно Концепції, основними завданнями реформування місцевого самоврядування є [1]:

- забезпечення доступності та якості публічних послуг;

- досягнення оптимального розподілу повноважень між органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади;
- визначення обґрунтованої територіальної основи для діяльності органів місцевого самоврядування та органів виконавчої влади з метою забезпечення доступності та належної якості публічних послуг, що надаються такими органами;
- створення належних матеріальних, фінансових та організаційних умов для забезпечення виконання органами місцевого самоврядування власних і делегованих повноважень.

Процес об'єднання територіальних громад в Україні розпочався з 2015 року, однак проблеми формування фінансових ресурсів та ефективності їх розподілу для забезпечення соціально-економічного розвитку визначеної територіальної громади є актуальними й досі.

Дослідженню питань, які стосуються фінансового забезпечення об'єднаних територіальних громад та ефективного управління фінансовими ресурсами громади присвячено праці багатьох вчених, зокрема, І. Сторонянської, А. Пелехатого, Т. Гургули, О. Ольшанського, С. Надала, Н. Спасів, О. Кириленко, Б. Малиняка, В. Письменного, В. Русіна та ін. Однак, зазначені питання потребують подальшого дослідження фінансового забезпечення об'єднаних територіальних громад з метою їх ефективного розвитку та функціонування.

Відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» територіальні громади «...можуть об'єднуватися в одну сільську, селищну, міську територіальну громаду, утворювати єдині органи місцевого самоврядування.....» [3].

Досліджуючи сутність поняття «територіальна громада» С. Надал та Н. Спасів надали власне трактування цього поняття з врахуванням чинного законодавства «це самостійна адміністративно-територіальна одиниця, в якій жителі, об'єднані постійним проживанням у межах села, селища, міста, завдяки добровільному поєднанню інтелектуальних та фінансових ресурсів здійснюють свою життєдіяльність з метою забезпечення власного добробуту та розвитку певної території» [4, с. 125].

Добровільна об'єднана територіальна громада отримує фінансову підтримку з боку держави у вигляді субвенцій на формування інфраструктури відповідно до плану соціально-економічного розвитку такої територіальної громади [2]. Проте, подальше її функціонування та забезпечення добробуту громади можливе за рахунок ефективності формування та раціонального розподілу фінансових ресурсів.

До основних джерел формування фінансових ресурсів об'єднаних територіальних громад можна віднести:

- податкові надходження;
- операції з капіталом;
- неподаткові надходження;
- цільові фонди.

Важливими змінами у законодавстві щодо забезпечення спроможності територіальної громади на загальнодержавному рівні є одержання об'єднаною громадою додаткових фінансових та майнових ресурсів, а саме [5, с. 134]:

- 60% ПДФО на власні повноваження;
- державні субвенції (медична, освітня)
- право розпоряджатися землями на території об'єднаної громади [5, с. 134].

До основних джерел формування цільових фондів об'єднаних територіальних громад можна віднести: благодійні внески; залучення коштів підприємств, установ та організацій на договірній основі, а також інші надходження. Однак, досвід формування таких фондів в Україні показує наявність нерозв'язаних проблем в контексті їх формування та напрямів використання [6, с. 81-82].

Потенційними джерелами фінансування територіальних громад є міжнародні гранти та фандрейзинг. Фінансування розвитку громади через фандрейзинг полягає у

благодійних внесках мешканців громади, малого та середнього бізнесу, а також багатих людей чи корпорацій чиї внески є найвагомішими [7, с. 304].

Отже, ефективне управління формуванням та розпорядженням фінансовими ресурсами територіальних громад забезпечить їх фінансову спроможність, що сприятиме розвитку основних напрямів громади, таких як економічний, соціальний, культурний та екологічний.

1. Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні від 1 квітня 2014 р. № 333-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80>. 2. Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» від 5 лютого 2015 року № 157- VIII (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/157-19>. 3. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 21 травня 1997 року № 280/97-ВР (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/280/97>. 4. Надал С. Теоретична концептуалізація формування та сучасний прагматизм фінансування об'єднаних територіальних громад / С. Надал, Н. Спасів // Світ фінансів. - 2017. - № 3 (52) – с.121-135. 5. Гургула Т. Фінансове забезпечення спроможності територіальних громад: проблеми та шляхи їх вирішення / Т. Гургула // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія: Економіка.- 2017. - Випуск 1(7). – с. 132-136. 6. Кириленко О. Планування та управління фінансовими ресурсами територіальної громади / О. Кириленко, Б. Малиняк, В. Письменний, В. Русін // Асоціація міст України – К., ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. – 396 с. 7. Єльчева Л.О. Демократизація України: програма малих проектів. Посібник з розвитку громад: Практичний poradnik для небайдужих / Кол.авт.: Л.О. Єльчева, І.М. Ібрагімова та ін. - К., - 2007. - 458 с.

Щербан О.Я., Квасній Л.Г.

*Національний університет «Львівська політехніка»,
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка*

МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

У нинішніх умовах економічних перетворень в Україні важливе місце займає проблема формування ринкових інститутів, одним з яких виступає розвиток підприємництва. Саме розвиток різних форм підприємництва є стратегічною проблемою економічної політики України в умовах модернізації її економіки, виходу з кризи та наближення до передових світових стандартів.

Згідно статистичних даних, сектор малого і середнього підприємництва посідає ключове місце в економіці за кількістю, зайнятістю та обсягом реалізації. Так у 2014 році (без урахування діяльності банків, бюджетних установ, тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції) у загальній кількості суб'єктів господарювання в Україні, яких налічувалось близько 1,93 млн., понад 99,9 % становили суб'єкти малого та середнього підприємництва. З них 16,6 тис. суб'єктів середнього підприємництва (0,9 % від загальної чисельності суб'єктів підприємництва), 1,9 млн. – суб'єкти малого та мікропідприємництва (99,1 % від загальної чисельності суб'єктів господарювання). В той же час великих підприємств у 2014 році налічувалось лише 497. На українському ринку праці у даному секторі зайнято 6,9 млн. осіб (в тому числі у ФОП 2,5 млн. осіб), що становить 78,2 % від загальної чисельності зайнятих на суб'єктах підприємництва, або 40 % від зайнятого населення працездатного віку. Водночас, МСП сформовано 60,9 % обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг), в тому числі суб'єктами середнього