

**Коць О.О.**  
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів  
**Винник О.М.**  
студентка 3 курсу, кафедра фінансів  
Національний університет «Львівська політехніка»

## **СУБСИДІЙ ЯК СПОСІБ ЗНИЖЕННЯ ФІНАНСОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ ГРОМАДЯН**

Із 01.05.2015 р. почала діяти Постанова Кабінету міністрів України «Про удосконалення порядку надання житлових субсидій», що запроваджує спрощену систему отримання субсидій [1]. Передумовою прийняття цієї постанови стало зростання цін на комунальні послуги, внаслідок чого більшість українців не матимуть змоги оплачувати за комунальні послуги за новими тарифами у зв'язку із низьким рівнем доходів населення в Україні. Саме тому урядом прийнято рішення про впровадження субсидій з метою зниження фінансового навантаження громадян.

Питання субсидій та пільг досліджується науковцями з метою виявлення позитивних та негативних наслідків їхнього застосування як у поточному, так і у довгостроковому періоді. Зокрема С. Барматова вивчає зростання тарифів для населення і як це вплине на суспільство, а саме доводить, що зростання тарифів у випадку, коли більшість українців отримує заробітну плату, нижчу за середньостатистичну, може призвести до соціального колапсу [2, с. 6-11]. М. Фігурка оцінюючи стан тарифів на основні види комунальних послуг, які запропоновані населенню в певних обласних центрах України, наголошує, що населення потребує від держави сформованого пакету низки законопроектів, розробки комплексної стратегії на національному і регіональному рівні щодо пошуку і застосування альтернативних джерел енергії в Україні, які б були значно економнішими у використанні для населення [3, с. 21-26]. У той же час Л. Івашова та М. Івашов стверджують, що для спрощення фінансування та забезпечення пільг і субсидій громадянам, потрібно децентралізувати їхнє фінансування [4, с. 34-42].

У табл. 1 наведено обсяги субсидій в Україні за 2011-2015 рр.

*Таблиця 1*

### **Загальна сума субсидій на оплату житлово-комунальних послуг за 2011-2015 рр.**

Роки	Сума субсидій на оплату житлово-комунальних послуг, млн. грн.	Абсолютне ланцюгове зростання	Темп приросту ланцюговий, %	Абсолютне базове зростання	Темп приросту базовий, %
2011	318,0	-	-	-	-
2012	292,4	-25,6	-8,1	-25,6	-8,1
2013	272,5	-19,9	-6,8	-45,5	-14,3
2014	348,8	76,3	28,0	30,8	9,7
2015	2346,0	1997,2	572,6	2028	637,7

Джерело: сформовано авторами на основі [5]

З даних табл. 1 бачимо, що зменшення обсягів субсидій в Україні спостерігалось у 2012-2013 рр., тобто можемо стверджувати про задовільний рівень доходів населення і їхню спроможність розраховуватися власними коштами за житлово-комунальні послуги. У 2014 р. спостерігається зростання обсягу наданих субсидій на 9,7% порівняно з 2011 р. та на 30,8% порівняно з 2013 р. відповідно, першопричиною чого стало різне зниження реальних доходів населення у 2014 р. і їхня неспроможність розраховуватися за житлово-комунальні послуги за новими тарифами. У 2015 р.

фінансовий стан громадян і надалі погіршувався, а тарифи на житлово-комунальні послуги і надалі зростали, що зумовило необхідність радикальних дій зі сторони держави у напрямку підтримання населення через субсидування.

На наш погляд, основними напрямками реформ мають бути:

- відмова від субсидій і запровадження системи адресної допомоги населенню, що дозволить зменшити несанкціоноване витрачання коштів;
- перегляд норм і обсягів споживання послуг за пільговими тарифами;
- запровадження електронної системи обліку для простоти і зручності використання;
- формування чіткої системи відповідальності за правдиве надання інформації про спожиті житлово-комунальні послуги та реальні доходи.

Застосування рекомендованих заходів сприятиме раціональному й ефективному використанню коштів з бюджету, спрямованих на забезпечення соціального захисту населення.

1. *Постанова Кабінету міністрів України «Про удосконалення порядку надання житлових субсидій» від 28 лютого 2015 р. № 106 [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/106-2015-%D0%BF>.*

2. *Барматова С. П. Соціальні наслідки підвищення тарифів на житлово-комунальні послуги для населення: соціологічний підхід до проблеми / С. П. Барматова // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. – 2013. – № 1. – С. 6–11.*

3. *Фігурка М. В. Формування тарифів на житлово-комунальні послуги для населення України / М. В. Фігурка // Сталій розвиток економіки. – 2015. – № 1. – С. 21–26.*

4. *Івашова Л. М. Фінансові механізми реалізації соціальної політики держави: пільги та субсидії для населення / Л. М. Івашова, М. Ф. Івашов // Вісник Академії митної служби України. Сер.: Державне управління. – 2013. – № 2. – С. 34–42.*

5. *Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс] // Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).*

**Кривич Я.М.**

к.е.н., доцент

Українська академія банківської справи

## **РОЛЬ БРЕНДІНГУ У ФІНАНСОВОМУ СЕКТОРІ**

Динамічні зміни на вітчизняному ринку банківських послуг, що спостерігаються протягом останнього десятиліття, а саме зростання рівня конкуренції, реструктуризація філіальної мережі, перенасичення ринку однотипними послугами, спонукає банки до зміцнення свої конкурентних переваг. На фоні визначених тенденцій банки все частіше звертають увагу на клієнтоорієнтовані стратегії розвитку, в основі розвитку яких лежить брендинг. Досліджуючи особливості брендингу у вітчизняному фінансовому секторі ми дійшли висновку, що основна проблема банків полягає у низькій диференціації брендів. Більшість фінансових брендів схожі між собою та пропонують однаковий набір послуг. За таких обставин клієнти змушені обирати банк шляхом порівняння конкретних матеріальних цінностей, а саме ціни та територіальної доступності відділень. Втім, як зазначає видавець журналу The Financial Brand Джефрі Пілчер «чим сильніший бренд, тим менш важливою для споживача стає ціна товару. Наприклад, коли хтось вирішує придбати взуття Nike, ціна для нього не є визначальним фактором. Приблизно те ж саме відбувається і щодо продукції Apple. Клієнти готові