

Ø наявність нестабільної політичної ситуації в державі;
Ø низький рівень страхової культури населення;
Ø відсутність законодавчої бази яка б гарантувала збереження вкладених коштів та прозорість інвестиційних інструментів.

Для забезпечення подальшого розвитку галузі страхування життя в Україні важливо здійснити заходи в таких напрямках:

Для подальшого розвитку ринку страхування життя в Україні необхідні наступні умови:

- зростання добробуту населення і поліпшення стану державних фінансів;
- розширення переліку страхових послуг у страхуванні життя, підвищення їхньої якості і конкурентоспроможності;
- забезпечення прозорості страхового ринку, створення єдиної бази даних;
- підвищення фінансової надійності вітчизняних страхових компаній на основі збільшення їх капіталізації;
- формування страхової культури громадян та підвищення фінансової грамотності учасників страхового ринку;
- удосконалення порядку оподаткування страхової діяльності;
- зростання довіри населення до діяльності страхових компаній;
- підвищення якості підготовки і перепідготовки кадрів у сфері страхування життя, особливо медичних андеррайтерів;
- розвиток страхового посередництва та посилення контролю за посередниками (брокерами, агентами і консультантами);
- модернізація страхового бізнесу у сфері страхування життя, впровадження в практику роботи страхових компаній новітні Інтернет-технології.

Підсумовуючи, варто відзначити значні виклики в діяльності страхових компаній на ринку страхування життя. З одного боку, страхування життя повинно займати важливе місце в житті населення, оскільки воно зменшує повсякденні ризики застрахованих, допомагає вирішувати державні соціальні проблеми, а також слугує джерелом покриття недостатніх внутрішніх інвестиційних ресурсів. З іншого боку, такий ринок знаходиться тільки на стадії розвитку в Україні. Для цього в першу чергу необхідним є зростання поінформованості населення в перевагах страхування життя та здоров'я населення, використання новітніх інструментів просування та продумана інвестиційна політика в умовах внутрішньої економічної кризи.

1. Закон України «Про страхування» [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України.. – 1996. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>. 2. Підсумки діяльності страхових компаній за 9 місяців 2017 року [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://forinsurer.com/files/file00631.pdf> - Назва з екрану.

І. Б. Хома, О. М. Костюк-Пукаляк
Національний університет «Львівська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ АМОРТИЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНИХ САЙТІВ

Основним активом, який дозволяє підприємству електронної комерції генерувати грошові потоки, є веб-сайт. Підприємства можуть власними силами розробляти сайти або звертатися до сторонніх організацій-розробників. Якщо сайт створюється своїми силами, то всі витрати, пов'язані з розробкою, акумулюються у складі капітальних інвестицій і формують вартість нематеріального активу – об'єкту авторського права.

Терміни корисного використання комерційного сайту є недосліджуваними в наукових колах, однак питання регулюються на законодавчому рівні та обліковими стандартами.

Податковий Кодекс України встановив термін корисного використання об'єктів інтелектуальної власності від 2 до 10 років [1]. П(с)БО 8 вказує, що термін корисного використання встановлюється підприємством самостійно, однак він не може перевищувати 20 років. Сам термін встановлюється із врахуванням періоду корисного використання аналогічних активів або їх очікуваного морального зносу [2].

На практиці термін корисного використання комерційного сайту визначається його здатністю приносити економічну вигоду без подальшої модернізації та підтримки. На відміну від виробничого обладнання, у первісному стані сайт не може приносити дохід. Якщо на початку свого життєвого циклу проводяться роботи по отриманню відвідувачів із пошукових систем, і сайт закріплює свої позиції у пошуковій видачі, то він матиме здатність приводити клієнтів протягом 5-7 років без модернізації та підтримки. При цьому щороку кількість клієнтів зменшуватиметься на 10-30% щорічно в залежності від рівня розвитку конкуренції у сфері діяльності сайту, що видно в табл. 1. Якщо ж безкоштовних відвідувачів немає з самого початку – можна говорити про те, що такий ресурс не здатний приносити дохід без застосування реклами [3].

Статистична інформація на прикладі сайту *poglyad.com* (табл. 1) показує, що щорічно підприємство втрачає від 15 до 30% грошових надходжень через відсутність його належної підтримки. Даний сайт не рекламується, а витрати на підтримку у незначних розмірах є недостатніми для того, щоб підтримувати ресурс на початковому рівні. Побудувавши лінію тренду до кривої грошових надходжень (рис. 1), видно, що сайт з високою ймовірністю втратить здатність отримувати економічні вигоди у 2019 році.

Таблиця 1

Динаміка грошових потоків сайту *poglyad.com* [3]

Показники	Роки				
	22013	2014	2015	2016	2017
Надходження коштів, тис. грн.	68,0	57,8	47,3	33,1	22,0
Витрачання на підтримку, тис. грн.	31,1	24,0	16,0	5,0	2,0
Витрачання на розробку, тис. грн.	48,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Інші витрачання, тис. грн.	5,8	5,9	3,9	3,2	2,6
Всього витрачання, тис. грн.	84,9	29,4	19,9	8,2	4,6

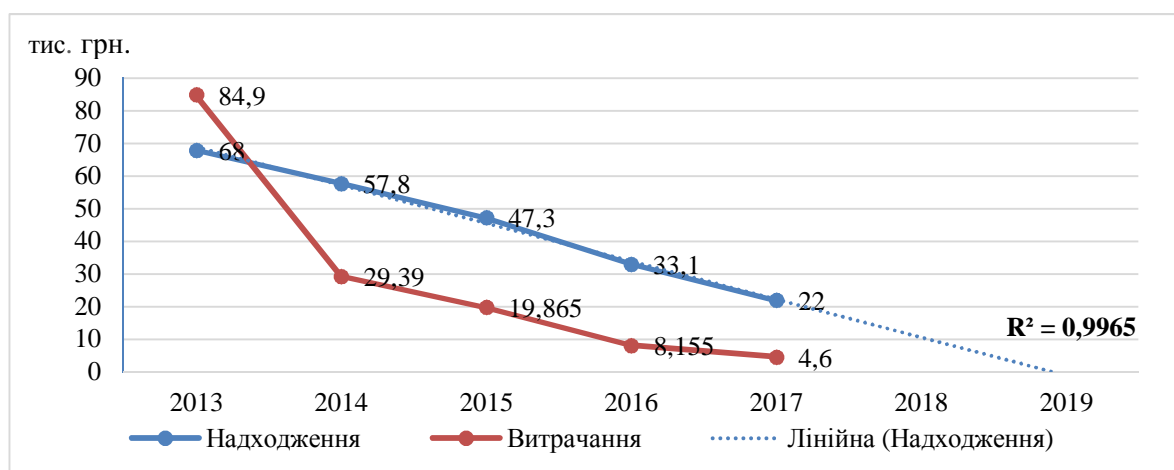


Рис. 1. Прогнозування економічної корисності комерційного сайту

Метод амортизації, так само як і термін корисного використання, у різних нормативних документах регулюється по-різному. У податковому обліку платники податку на прибуток для амортизації об'єктів авторського права застосовують тільки прямолінійний метод, за яким кожний об'єкт амортизується рівними частинами, виходячи з його первісної вартості протягом строку корисного використання [1]. При цьому сума ліквідаційної вартості дорівнює нулю. П(с)БО 8

передбачає можливість вільного вибору методу амортизації, виходячи з умов отримання економічних вигод. Якщо такі умови визначити заздалегідь неможливо, то підприємство застосовує прямолінійний метод нарахування амортизації [2].

На практиці, враховуючи, що комерційний сайт має здатність до поступового зменшення своєї економічної корисності, використання прямолінійного методу не дозволить відображати реальний фінансовий результат підприємства. Так як основна корисність сайту отримується протягом перших 2–3 років, необхідно використовувати більш пропорційні доходам методи амортизації: виробничий або метод подвійної залишкової вартості. Однак ведення подвійного обліку є незручним для управлінців та фінансових аналітиків, а тому для відображення амортизації більш раціонально використовувати прямолінійний метод амортизації [3].

Отже, у ході дослідження встановлено, що середній термін економічно-ефективного використання комерційного сайту становить 7 років, а при розрахунку амортизації слід використовувати прямолінійний метод.

1. Податковий кодекс України: Закон України №2755-VI від 02.12.2010 р. [Електронний ресурс]. // ВВР. – 2011. – №№13-17. – ст.112 – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>. 2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 "Нематеріальні активи": Наказ Міністерства Фінансів України N 242 від 18.10.99. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>. 3. Сайт Погляд. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://poglyad.com>.

Г.Ю. Хоменко

Житомирський державний технологічний університет

ВЕНЧУРНА ФІЛАНТРОПІЯ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ БЛАГОДІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

За теперішніх економічних та політичних умов в Україні все більшої актуальності набуває питання, які стосуються благодійної діяльності, соціальних інвестицій, філантропії, зокрема венчурної, тощо. За кордоном в розвинутих країнах питання фінансування соціальних проєктів є надзвичайно актуальним і йому приділяється достатня увага не тільки підприємцями, інвесторами, а й науковцями, які достатньо глибоко досліджують феномен соціальної відповідальності суб'єктів господарювання. Зокрема, в даному аспекті надзвичайно актуальним є питання щодо пошуку нових інноваційних механізмів фінансування проєктів в рамках здійснення благодійної діяльності. Даний спектр механізмів такого фінансування є достатньо широкий, до якого входять гранти, безвідсоткові кредити, гарантії по кредитах, облігації, венчурне фінансування тощо.

На думку професора Саламона, сьогодні у світі відбувається революція у фінансуванні благодійності і соціального підприємництва, народжується багато цікавих ініціатив, хоча на теперішньому етапі в цьому русі задіяне доволі вузьке коло підприємців та інвесторів. Він вважає, що для розширення даного кола необхідні інформування учасників процесу, широкий розголос в пресі та науковій літературі результатів діяльності організацій соціального сектору, законодавча підтримка нових інструментів фінансування, об'єднання провідних гравців сфери для обміну кращими практиками і лобювання загальних інтересів [1, с. 5].

Традиційні підходи до фінансування благодійності за сучасних умов господарювання не виправдовують очікувань, які покладені на них інвесторами та реципієнтами фінансових вкладень. Тому виникає необхідність пошуку нових альтернатив у сфері фінансування благодійності в Україні. Найбільш ризиковим та нетрадиційним підходом до фінансування соціальних проєктів є використання засад венчурної філантропії, що передбачає партнерство між інвестором та підприємством-реципієнтом, оскільки інвестор не тільки допомагає фінансово у розвитку того чи