



УДК 338.1

Рекомендовано до друку вченою радою
Центру фінансово-економічних наукових досліджень
(Протокол № 98-1 від 20.01.2023 р.)

Рецензенти:

А. М. Колосов – доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту, ДЗ «Луганський національний університет ім. Тараса Шевченка».

В. І. Чобіток – доктор економічних наук, професор, в. о. завідувача кафедри маркетингу та торговельного підприємництва, Українська інженерно-педагогічна академія.

Сучасний стан та перспективи економічного розвитку України: теорія, методологія, практика : колективна монографія / Кол. авторів. Полтава: ПП «Астрая», 2023. 225 с.

У колективній монографії викладено особливості управління національною економікою. Висвітлені питання обліку, аналізу і аудиту діяльності підприємств. Визначено основні ризики, що зумовлюють кризи на підприємствах малого бізнесу. Проаналізовано темпи зростання обсягів наданих кредитів банківською системою України. Викладено особливості управління економічною діяльністю підприємств. Проаналізовано сучасні аспекти ефективності діяльності підприємств.

Jel A31, B41, L10, L16, L19, L23, M11, M20, M31, M41, M42, O13, Q13

Current state and prospects of economic development of Ukraine: theory, methodology, practice : a collective monograph / Collective of authors. Poltava: PC «Astraya», 2023. 225 p.

The collective monograph outlines the features of the management of the national economy. Issues of accounting, analysis and audit of enterprise activity are covered. The main risks causing crises in small businesses are identified. The growth rates of the volumes of loans provided by the banking system of Ukraine were analyzed. The features of managing the economic activity of enterprises are outlined. Modern aspects of the efficiency of enterprises are analyzed.

ISBN 978-617-7915-95-8

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
------------------------	---

РОЗДІЛ 1. СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ

1.1. Теоретичні аспекти циклічності розвитку національної економіки (Калініченко О. В.)	7
1.2. Чинники формування і використання тактичних інструментів економічного розвитку підприємств в умовах євроінтеграції (Шпак Н. О., Ковток Г. І.).....	11
1.3. Інфляційна складова у різних типах ринкових структурах (Литвиненко А. В.).....	17
1.4. Ділове середовище України в контексті цивілізаційних цінностей, інноваційного прогресу та регіональних особливостей відновлення (Руденко О. А., Мильніченко С. М., Хорошун Ю. В.)	22
1.5. Динаміка аграрного сектора України у довоєнний та повоєнний періоди (Шуст О. А., Варченко О. М., Крисанов Д. Ф.)	28

РОЗДІЛ 2. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

2.1. Виведення неплатоспроможних банків з ринку в умовах воєнного періоду: аналіз законодавства (Гудзинська Л. Ю.).....	41
2.2. Якості кредитного менеджменту у банках України: оцінка та шляхи підвищення (Кретов Д. Ю.)	45
2.3. Економіка та оподаткування багатства (Свердан М. М.).....	63

РОЗДІЛ 3. УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ, МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ

3.1. Макроекономічний аналіз запасів на підприємствах України (Слюніна Т. Л., Матюшко М. М.)	70
3.2. Аграрний менеджмент як чинник підвищення ефективності вітчизняного агробізнесу (Дем'яненко С. І.).....	74
3.3. Регіональні кластери в системі управлінських інструментів балансування національних економічних інтересів (Пригодюк О. М., Гнеушева Н. В., Сапельнікова Н. Л.).....	83
3.4. Особливості функціонування маркетингових стратегій в умовах діяльності аграрних підприємств (Шашко В. О., Фоміченко І. П., Шмарова А. О.)	88

РОЗДІЛ 4. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

4.1. Діджиталізація обліково-управлінських процесів (Гаркуша С. А.).....	95
4.2. Людський капітал в системі обліку та обліковій політиці (Гуренко Т. О.).....	104
4.3. Переваги та недоліки оренди та емфітевзису (Дерев'янку С. І.).....	112
4.4. Звітність в системі управління підприємством (Довжик О. О.)	118
4.5. Теоретичні та практичні аспекти визнання витрат (втрат) в бухгалтерському обліку та звітності для цілей управління (Костякова А. А.)	134
4.6. Прибуток як економічна категорія та об'єкт бухгалтерського і податкового обліку (Кучеркова С. О.).....	148
4.7. Види вартості при формуванні ціни товарів у публічних закупівлях на основі голландських аукціонів (Поздняков Ю. В., Братішко І. Г., Лапішко М. Л.).....	160
4.8. Облікова політика і внутрішній аудит в системі управління підприємством (Сахно Л. А.)..	174

Отже, чинники формування і використання тактичних інструментів економічного розвитку підприємств в умовах євроінтеграції розглянуто як рушійні сили, які визначають характер економічних процесів, основні риси операційної діяльності, чим характеризують економічний розвиток підприємства в умовах євроінтеграції. Їх узагальнено у три групи: чинники мікрорівня (цілі і завдання, ресурси, працівники підприємства, організаційно-управлінське забезпечення його діяльності, технології, внутрішня системи управління якістю тощо), чинники макрорівня (політичні, економічні, соціальні та технологічні чинники), глобальні чинники (інформатизація та інтелектуалізація світогосподарського розвитку, фінансова глобалізація, інтенсифікація світової торгівлі, науково-технічний прогрес, наявність глобальних проблем світового господарства та міжнародних економічних відносин тощо).

1.3. Інфляційна складова у різних типах ринкових структурах

© Литвиненко А. В.

канд. екон. наук, доц.,

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,

м. Харків, Україна

ORCID ID: 0000-0001-5973-5173

Зростання загального рівня цін, знецінення грошей в масштабах національного господарства є однією з причин позитивної динаміки відносних цін, нерівномірність їх зростання, що порушує цінові пропорції. Інфляційні процеси по-різному протікають на різних ринках, і, саме нерівномірне зростання цін по галузях і видах виробництва безперервно відтворює імпульси їх гонки, що продовжується.

Інфляція, є проявом макроекономічної нестабільності, віддзеркаленням диспропорцій суспільного господарства, може обумовлюватися порушенням співвідношень усередині економічної системи на різних рівнях: по секторах, сферах, галузях, регіонам і тощо [1, с. 98].

Звернення уваги до особливостей формування інфляції в різних ринкових структурах викликано необхідністю пошуку зв'язку між підвищенням загального рівня цін і рухом відносних цін на окремих ділянках національної економіки.

Порушення досконалості конкуренції дає можливість виробникові створювати істотний розрив між вартістю і ціною вироблених благ. Чим вище міра недосконалості, тим більшим може бути цей розрив, досягаючи максимуму в умовах чистої монополії.

Проте, і досконала конкуренція, і монополія, як відзначав В. Ойкен, конструюючись як деякі ідеальні поняття, «не є реальними, а реальна дійсність знаходиться десь між ними» [6, с. 154].

Це зумовлює необхідність глибшого розгляду ринкових умов, в своїй сукупності тих, що створюють структури, або форми ринку. У широкому сенсі структура розуміється як «розташування частин цілого або будова цілого в його частинах».

Структура в такому баченні відображає не лише всі елементи, частини, але і всі зв'язки між ними, що забезпечують певну стійкість, цілісність системи. Врахувати всі складові і різноманіття зв'язків між ними навряд чи представляється можливим, тому економісти оперують поняттям «Ринкові структури» – економічні моделі, що спрощено описують дійсність. Основними параметрами такої моделі є: число виробників (продавців), число споживачів (покупців), тип продукту, можливості входу (виходу) в галузь, здатність окремих учасників ринку впливати на ціну, доступність інформації.

Теоретичні основи цього напрямку досліджень заклали ще класики економічної думки. Виходячи з того, що ринок складається з поєднання попиту і пропозиції, В. Ойкен в 1947 р. виділив в їх комбінаціях окремі форми ринку. У його інтерпретації слід розглядати 25 таких форм «оскільки можна виявити п'ять форм пропозиції: конкуренцію, часткову олігополію, олігополію, часткову монополію і монополію, так само як і п'ять аналогічних форм попиту» [2, с. 5].

В умовах досконалої конкуренції на ринку присутня кількість продавців і покупців, достатня для того, щоб жоден з них не міг істотно вплинути на рівень ринкової ціни. Відносно ціноутворення основними параметрами ринку є попит і пропозиція ринкових агентів. У моделі досконалої конкуренції взаємодія ринкового попиту і пропозиції задає рівноважну ціну і рівноважний обсяг випуску. Економічний прибуток досконалої конкурентної фірми, рівновага якої описується умовою: $P = AC = MC = MR$ – дорівнює нулю.

Поява позитивної різниці між ціною і середніми витратами, можливе як наслідок збільшення попиту і формування нової рівноваги, означає перевищення прибутку над нормальним економічним. Це негайно залучає на ринок нових конкурентів. В разі чистої монополії ситуація істотно змінюється: на ринку присутня одна фірма – виробник (продавець) або всі фірми, що випускають товар на тих або інших договірних підставах ведуть єдину політику монопольної ціни і випуску. Принцип ціноутворення в цій ситуації кардинально змінюється, оскільки монополіст може вибрати на кривій попиту будь-яку, найбільш вигідну для нього крапку з комбінацією параметрів, що забезпечує йому максимальне досягнення стратегічних цілей.

Фірма, що діє в такій ринковій структурі, іменується «price-maker» – що робить ціну, і має відносно велику свободу в ціноутворенні. В цілях максимізації прибутку монополіст встановлює вищу в порівнянні з конкурентною ціну, якій відповідає обсяг випуску, що скоротився, і, як правило, збільшений (монопольний) прибуток.

Це відбувається через те, що граничний дохід, в разі досконалої конкуренції представлено константою, співпадаючою з ринковою ціною, для монополії є функцією від ціни, причому що убуває удвічі швидше, ніж функція попиту. Такий поворот граничного доходу, залишаючи без зміни умову максимізації прибутку $MC = Mr$, переміщує саму точку цієї рівності (E_m – точка Курно). У результаті монополіст визначає обсяг випуску, що максимізував його прибуток, і призначає на нього максимально можливу ціну, виходячи з кривої ринкового попиту. Вочевидь, що перехід від конкурентної до монопольної форми супроводжується зміною ринкових параметрів: монополізація підвищує ціни і скорочує обсяги випуску [3].

Погодимось з В. Ойкенем, що вважав, що «форми ринку слід шукати в економічній дійсності... Їх потрібно «відкривати»... шляхом вивчення господарських планів окремих господарських одиниць. Бо зовнішні орієнтири, на яких ґрунтуються учасники ринку при складанні своїх планів, дозволяють точно встановити, про яку форму ринку йде мова [4, с. 18]. Ще однією підставою для руху в цьому напрямі служить те, що один з перших дослідників особливостей ціноутворення в різних ринкових структурах, Дж. Стиглер у 1947 р. на основі аналізу динаміки цін і випуску в галузях економіки США прийшов до виводу про більшу жорсткість, тобто меншій рухливості цін на ринках з більшою концентрацією продавців (і імовірно з більшою монопольною владою).

Для точнішого визначення типів ринкових структур замість ідеальних описів звернемося до показників ринкової влади фірми. У загальному вигляді монопольна влада може розумітися як здатність фірми витягувати монопольний прибуток за допомогою підвищення цін в порівнянні з їх конкурентним рівнем.

Індикатори, що цікавлять нас, підрозділяються на дві групи, що частіше іменуються показниками монопольної влади і показниками концентрації.

Основними показниками ринкової (монопольної) влади підприємств є коефіцієнти Бейна, Лернера і Тобіна.

З них найбільш доступний і для розрахунків, і для економічної інтерпретації отриманих результатів індекс Лернера, що є різницею між ціною товару і граничними витратами його виробництва, віднесено до ціни. У такому вигляді він був запропонований в 1934 р. А. П. Лернером. Використання індексу на практиці зажадало дещо іншої його інтерпретації: заміни граничних витрат (які у певному сенсі є складними для визначення) на середні витрати (це можливо зробити, оскільки в тривалому періоді в умовах рівноваги граничні і середні витрати фірми рівні ($MC = AC$)).

Даний індекс відображає відхилення ціни від граничних витрат, пов'язаних з неефективним розміщенням ресурсів в умовах монополії: чим більше ціна реалізації підприємства відхиляється від конкурентних цін, тим вище коефіцієнт Лернера [5, с. 11].

Показники ринкової концентрації дозволяють оцінити міру монополізації ринку, рівномірність розподілу продавців. Чим більше продавців з рівномасштабним постачанням продукції діє на ринку, тим менше відповідні показники.

Відповідно до розглянутих раніше моделей ціноутворення можна виділити монополю високої і монополю (монопсонічно) низької ціни. Характерними ознаками монополю високої ціни служать:

- підвищення ціни в цілях компенсації необґрунтованих витрат або/ї здобуття надприбутку від навмисного скорочення обсягів випуску при незмінній якості або прихованого зменшення обсягів виробництва (при незмінності величини випуску, що супроводжується погіршенням споживчих властивостей продукції, її комплектації, погіршенням сервісного обслуговування і т.і.;

- приховане підвищення ціни в тих же цілях, що полягає в номінальній незмінності ціни при зниженні якості цієї продукції або пониженні ціни при випереджаючому падінні якості;

- різні комбінації вищезгаданих ознак, що ущемляють інтереси інших господарюючих суб'єктів або громадян.

Як монополю низькою розглядається ціна, що встановлюється господарюючим суб'єктом, що займає домінуюче положення на товарному ринку, яка при стійкому попиті за рахунок навмисного зниження доходів (прибули) в короткостроковому періоді ускладнює доступ на ринок іншим господарюючим суб'єктам і істотно обмежує конкуренцію на ринку даного товару [5].

Для неї найбільш характерними ознаками є:

- створення на ринку ситуації, при якій придбання товару у інших господарюючих суб'єктів стає економічно не вигідним;

- продаж продукції господарюючого суб'єкта, що займає домінуюче положення на ринку, по цінах нижче за собівартість і нижче за рівень, який склався на конкурентних ринках, і менше за середньогалузевий (середньорегіональний) рівень, якщо це не зумовлено ринковою кон'юнктурою;

- не обумовлене кон'юнктурою ринку і динамікою витрат виробництва зниження прибутку в умовах стабільного (зростаючого) попиту на даний товар за певний період часу;

- різні комбінації вищезгаданих ознак, що ущемляють інтереси конкурентів.

Монопсонічно низькою ціною на товар, що купується, є ціна, що встановлюється господарюючим суб'єктом, що займає як споживача (покупця) домінуюче положення на ринку даного товару, в цілях здобуття надприбутку або/ї компенсації необґрунтованих витрат шляхом зниження власних витрат виробництва (реалізації) за рахунок постачальника.

Таким чином, вочевидь, що інфляція, що викликається недосконалістю конкуренції, виходитиме в першу чергу з тих частин економічної системи, з тих галузей, де вище міра монополізації. Основні немонетарні чинники інфляції протирічать самої суті досконалої конкуренції.

Вимагає відповіді питання, чому нерівномірність підвищення цін ставить окремі галузі і підприємства в положення, при якому вони «генерують» інфляцію витрат по відношенню до інших.

Початок інфляції витрат може покласти зростання цін на сировинні ресурси і енергоносії, зростання заробітної плати тощо. При цьому підприємство, що генерує зростання цін на ресурси, протягом достатньо тривалого періоду часу в змозі утримувати завищені ціни і використовувати сприятливі для себе умови в збиток інтересам інших господарюючих суб'єктів.

Досліджуючи цю проблему для економіки, в якій відсутні глибокі структурні диспропорції, багато вчених приходять до висновку, що існують деякі умови, що дозволяють підприємствам утримувати «завищені» ціни. Найчастіше вони зводяться до такого чинника недосконалої ринку, як трудність проникнення конкурента в той його сектор, де з'явилися «несправедливі» ціни [6, с. 212].

З точки зору авторів, тут діють чотири групи обставин:

1. Нерозвиненість інфраструктури ринку, зокрема, ринку капіталів;
2. Монополізованість і моносонізованість ринку;
3. Бар'єри для конкуренції: диференціація продукту, законодавчі обмеження на входження в галузь, законодавчі обмеження іноземної конкуренції;
4. Негнучкість ринку праці, до якої можуть бути додана відсутність розвинутого ринку житла, висока доля містоутворювальних підприємств.

Погоджуючись з висновком про те, що потенційна можливість інфляції створює труднощі проникнення на ринок, ми вважаємо далеко не повними пропонований набір чинників. У зв'язку з чим зупинимось детальніше на характері і різновидах такого параметра недосконалості ринку, як бар'єри. Вони існують як на вході, так і на виході.

Під бар'єрами входу на ринок розуміються будь-які чинники і обставини правового, організаційного, технологічного, економічного характеру, що перешкоджають вступу нових агентів на даний ринок і конкуренції на рівних з агентами, що вже діють на нім. Тоді як під бар'єрами виходу з ринку розуміється будь-які чинники, що загромаджують або роблять неможливим припинення економічними агентами діяльності на ринку без серйозних економічних втрат [7, с. 21].

Мікроекономічна складова економічної теорії визначає бар'єри на вході в ринок, концентрації виробників, що поєднуються з високим рівнем, як можливість підтримки ціни вище за рівень граничних витрат і здобуття позитивного економічного прибутку в довгостроковому періоді. Це, по суті, означає, що бар'єри на вході в ринок служать однією з найважливіших складових монопольної влади.

З позицій співвідношення об'єктивних і суб'єктивних чинників всі бар'єри можуть бути віднесені до однієї з двох категорій:

- нестратегічні, виникаючі незалежно від поведінки фірм, що діють на ринку;
- стратегічні, обумовлені цілеспрямованою діяльністю останніх.

У число найважливіших нестратегічних бар'єрів входу в ринок входять:

- ефект масштабу, що характеризується, в першу чергу, мінімально ефективним обсягом випуску («minimum efficient size»);

- переваги (переваги, залежно від джерела їх виникнення, можуть бути вищого і нижчого порядків, абсолютні або відносні) в рівні витрат, які можна розглядати як відношення середньої величини доданої вартості на одного працюючого на крупних підприємств до відповідного показника для дрібних фірм галузі;

- вертикальна інтеграція і вертикальні обмеження – специфічні типи контрактів, що накладають на постачальників і покупців зобов'язання, прямо не пов'язані з фактом постачання товару і його оплати;

- адміністративні бар'єри – заходи регулюючого характеру з боку федеральних або місцевих органів влади;

- економічні і організаційні обмеження загального характеру, до яких відносяться різні види державної політики;

- ринкова інфраструктура – засоби комунікацій (транспорт, зв'язок), інформаційні, консалтингові і інші служби, нерозвиненість яких створює додаткові складнощі для фірми, що бажає організувати власне виробництво в рамках даної галузі [8, с. 57];

- економічні і соціальні інститути, що формуються або склалися в суспільстві і істотно впливають на поведінку всіх господарюючих суб'єктів, до яких, на наш погляд, не цілком правомірно відносять системи державного контролю над цінами, рівнем прибутковості, ліцензування діяльності фірм. Стратегічні бар'єри на вході в галузь створюються в результаті цілеспрямованої діяльності учасників ринку; вони можуть носити як ціновий, так і неціновий характер. Зупинимось детальніше на останніх, оскільки ціноутворення, що обмежує вхід на ринок, було розглянуте вищим.

Не менш інфляційна така складова монопольної влади як додаткові витрати на вміст надлишкових виробничих потужностей, використовуваних як бар'єр на вході в галузь, на вміст надлишкових запасів, на рекламу, службовку зміцненню монопольної влади. Остання форма витрат, на думку фахівців, на чверть є «втратами добробуту, більш менш безпосередньо пов'язані з монополією» [9, с. 258].

Монопольна влада пов'язана не лише з властивими їй витратами, але і із специфічними розподільними механізмами у сфері доходів. Одним з негативних наслідків монополізації ринку є перерозподіл доходу від кінцевих споживачів на користь власників підприємницьких монополій. Це не є проблемою для країн з розвинутою ринковою економікою, зокрема для США, оскільки в цілому трохи знижує ефективність розподілу ресурсів; тоді як в умовах транзитивної економіки України, з її диференціацією доходів, має не лише економічне, соціальне, але і політичне значення.

Крупні підприємства здатні більшою мірою, ніж дрібні і середні, реалізувати економію від масштабу виробництва, через що їх витрати (середні і граничні) нижчі, ніж у невеликих виробників. Навіть при перевищенні ціни над граничними витратами вони можуть запропонувати ціновий рівень нижче за той, який склався б на конкурентному ринку.

Узагальнення аналізу економії на масштабі і пов'язаного з нею мінімального ефективного розміру фірми, веде до висновку про те, що «певний, відносно невеликий (хоча в різних галузях різний) рівень концентрації виробництва необхідний для повної утилізації позитивного ефекту масштабу».

Таким чином, ми отримуємо ще одне свідчення того, що структури ринку грають істотну роль в результатах функціонування суспільного господарства: через обсяг випуску, ціновий рівень продукції і продуктивність чинників, задіяних в тій або іншій структурі [10, с. 166].

Поведінка економічних агентів обумовлюється бізнес-середовищем. Суб'єкти, що приймають господарські рішення в умовах конкуренції, вимушені гнучко реагувати і адаптуватися до всіх переміщень в грошовій сфері. При формуванні ціни вони орієнтуються на співвідношення попиту і пропозиції на ринку, не маючи в своєму розпорядженні ринкової влади – здатності впливати на ціну. Реакція економічних агентів на заходи кредитно-грошової і бюджетної політики в таких умовах виявляється вельми сильно: зростає ставка відсотка – вони скорочують об'єми кредитів, збільшуються податки – вони, знижують обсяги випуску, не будучи в змозі перекласти податковий тягар повністю на плечі споживачів. У сучасній економіці вони представлені, в першу чергу, малим бізнесом, і в декілька меншій мірі, підприємствами середнього розміру. Це той сектор економіки, який іменується підприємницьким.

Наявність монополізації робить господарюючого суб'єкта менш чутливим як до інфляційних процесів, так і до державних дефляційних дій. У цих умовах виробник дістає можливість силової дії: монопольні ціни, обсяги випуску, у ряді випадків цінова дискримінація, лобіювання своїх інтересів в органах влади і тому подібне. Крупний бізнес (енергетичний, транспортний, фінансовий) сам до певної міри може визначати правила гри і формувати параметри ринку.

Розгляд ціноутворення в ринкових структурах з різною мірою досконалості конкуренції дозволяє нам приєднатися до думки, що генерують інфляцію витрат не ті підприємства, які підвищують ціни відповідно до зростаючого попиту, а ті, яким удається уникнути зниження цін на свою продукцію всупереч падаючому попиту (як мінімум, здатні знижувати ціни в меншій пропорції, чим диктує попит, що змінився) [6].

Тобто будь-яке відхилення ринкових умов від досконалої конкуренції може стати джерелом стійкого спотворення цінових пропорцій і, відповідно, інфляції. Що актуально для змішаних економік, де дія ринкових механізмів поєднується з регулюючими діями держави. Це зумовлює наш наступний крок у напрямі дослідження інфляційних процесів в сучасній системі суспільного господарства України.

Наукове видання

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, ПРАКТИКА

Колективна монографія

Надруковано у ПП «Астрая»
Свідоцтво про державну реєстрацію
серія ДК № 5599 від 19.09.2017 р.
36014, м. Полтава, вул. Шведська, 20-Б, кв. 4
Підписано до друку 07.02.2023 р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Гарнітура ШРИФТ.
Друк різнографічний. Умовн. друк. арк. 19,79
Наклад 500 шт. Замовлення 2023-140

Видавництво ПП «Астрая»
36014, м. Полтава, вул. Шведська, 20, кв. 4
Тел.: +38 (0532) 509-167, 611-694
E-mail: astraya.pl.ua@gmail.com, веб-сайт: astraya.pl.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 5599 від 19.09.2017 р.

Друк ПП «Астрая»
36014, м. Полтава, вул. Шведська, 20, кв. 4
Тел.: +38 (0532) 509-167, 611-694
Дата державної реєстрації та номер запису в ЄДР
14.12.1999 р. № 1 588 120 0000 010089