

цінності та особливості розвитку культури регіону, в якому вони здійснюють діяльність.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Башинський Т. В. Соціальна відповідальність банківського сектору України / Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету / Т. В. Башинський. Економічні науки. – 2015. – № 25. – С. 104-110.
2. Діденко О. М. Корпоративна соціальна відповідальність як невід’ємна складова функціонування сучасного банку / О. М. Діденко // Вісник Української академії банківської справи. – 2014. – № 1. – С.14-18.
3. Польова І. М. Соціальна відповідальність банківських установ / І. М. Польова // ЛКА, 2015. – С. 121-124.
4. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку / Н. А. Супрун // Економіка і прогнозування. – 2013. – № 3. – С. 61-74.
5. Шевцова А. С. Сутність поняття “соціальна корпоративна відповідальність” та його впровадження в банках України / А. С. Шевцова // Науковий вісник ДДМА. – 2014. – № 1 (7). – С. 286-290.

УДК 336.74

### МЕХАНІЗМ МОНЕТИЗАЦІЇ ВІДЕОКОНТЕНТУ НА YOUTUBE

*Буганов О. В., студент групи Б 2/1*

*Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Полторак А. С.*

*Миколаївський національний аграрний університет*

Особливе місце у фінансовій системі України займають специфічні грошові відносини між державою і підприємствами, державою і населенням, між підприємствами і всередині них. Сьогодні фінансові відносини значно поширюються в мережі інтернет, що підтверджує актуальність обраної теми, адже спостерігається глобалізація інформаційних процесів.

Відеохостингова компанія YouTube надає користувачам не тільки послуги зберігання, розповсюдження та перегляду відео, але й можливість монетизувати процес перегляду, внаслідок чого цей відеомайданчик використовується як можливість для побудови власного бізнесу. Соціальна мережа досягла значної популярності та сьогодні є одним з найбільш відвідуваних сайтів у всіх країнах. Українські користувачі також активні на YouTube. За статистикою вони переглядають більше 5 млн годин в день, з яких 29% здійснюється на мобільних пристроях і планшетах [1].

YouTube став не тільки джерелом корисної інформації, але і засобом заробітку. Незважаючи на те, що в своїй переважній більшості відеоконтент носить розважальний або освітній характер, не варто думати, що розміщення роликів на YouTube зводиться тільки до хобі. За допомогою застосування ряду функцій і можливостей популярні відеоролики і YouTube-канали можуть стати джерелом доходу. Сервіс пропонує своїм користувачам-

власникам каналів можливість розміщення рекламних оголошень під час або перед трансляцією ролика. Монетизація полягає в отриманні частини прибутку від розміщення рекламних оголошень [1].

Для того, щоб повноцінно взаємодіяти з відеохостингом потрібно організувати канал відповідно до вимог сайту. Налагоджувати фінансові зв'язки можна з офіційною партнерською програмою YouTube чи неофіційною, наприклад, AIR. В кожній з них є як переваги, так і недоліки. Перебуваючи в офіційній партнерській програмі YouTube, користувач отримує більшу частину доходу, але у випадку порушення авторських прав самостійно несе відповідальність. Користуючись AIR, автор каналу отримує тільки частину доходу від показу реклами, оскільки іншу частину віддає партнерській програмі. Однак, якщо користувач сервісу порушив правила, то вирішенням проблеми займатиметься AIR. Перевагою AIR є також те, що можна запрошувати користуватися цією партнерською програмою інших осіб, використовуючи реферальну систему. Варто враховувати, що офіційна партнерська програма може надати статус підтвердження незалежно від кількості підписників, а AIR – лише тоді, коли автор матиме від 1000 підписників та матиме відповідний пізнавальний контент.

До 2013 р. українські користувачі не мали можливості монетизувати свої відео та безпосередньо взаємодіяти з партнерською програмою. Тільки змінивши деякі дані, а саме місце проживання користувача, з'являлася можливість отримати функцію “монетизація”, але отриманий заробіток не можна було вивести до свого місця перебування. З часом українці все ж таки отримали можливість в повній мірі користуватися всіма можливостями відеохостингу.

Стати партнером програми YouTube можна після подачі відповідної заявки. Для того, щоб монетизувати свій контент, потрібно ознайомитися з інструкціями та виконати їх. Після того, як канал буде схвалений для комерційного використання, його власник зможе отримувати дохід від реклами в попередньо допущених відео. Також зауважимо, що власник каналу отримує право самостійно обирати, на яких відео розміщувати або не розміщувати рекламу. YouTube розміщує рекламу на каналах користувачів-учасників партнерської програми. Після вибору партнерської програми в розділі “Канал” буде відображатися інформація про статус та функції, які надаються каналу. При користуванні офіційною партнерською програмою YouTube користувач повинен з'єднати свій канал з Google AdSense – сервісом контекстної реклами від Google. Саме через цей сайт він в майбутньому зможе виводити свій дохід. Отримати свій заробіток від Google AdSense можливо лише у випадку, коли автор каналу отримає від показу реклами 100\$. Якщо канал відповідає всім критеріям, його допускають до комерційного використання. Починаючи з цього дня, користувач починає отримувати прибуток. В розділі “YouTube Analytics” можна переглядати динаміку перегляду каналу, ефективність реклами, звіти про доходи та іншу інформацію. Оскільки більша частина доходів від показів рекламних

оголошень перераховується саме автору каналу, а не YouTube, то можна самостійно обирати формат і обсяги реклами на каналі [2].

Таким чином, дослідивши механізм монетизації, зроблено наступний висновок, що в ХХІ столітті, маючи навички користуватись відео редакторами, можна отримувати гідну оплату за якісний, пізнавальний і затребуваний відеоконтент.

## ЛІТЕРАТУРА

1. YouTube-бізнес: як заробити, розміщуючи відео? [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу : <https://vk.cc/58fnCW>
2. Як і скільки можна заробити на YouTube [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу : <https://vk.cc/6ktOBV>

УДК 336.2

## ПОДАТКОВИЙ БОРГ ЯК ЗАГРОЗА ФІНАНСОВІЙ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ

*Варзар І. О., студентка групи Ф 5/1*

*Науковий керівник – канд.екон.наук, доцент Полторак А. С.*

*Миколаївський національний аграрний університет*

Важливою умовою для розвитку ринкових відносин в Україні є побудова і функціонування ефективної податкової системи. Існуючі недоліки вітчизняної податкової систем призводять до недосконалості податкового адміністрування, що має великий вплив на виникнення податкового боргу та тіньових відносин у фінансовій сфері.

Фінансова безпека держави висвітлена в науковій літературі досить масштабно, зокрема, такими вченими як: О. М. Десятнюк, Т. Я. Маршалок [1], О. І. Барановський [2], В. І. Грушко, К. В. Павлюк [3], Ю. С. Тимошенко [4], В. Т. Шлемко, І. Ф. Бінько [5] та інші. Дискусійними та недостатньо вивченими залишаються питання доцільності використання податкової складової фінансової безпеки. Серед зарубіжних фахівців, що займалися вивченням податкового боргу можна виділити праці П. Бірна, Д. Кеннінгема, Л. Грініна та інших.

Виникнення податкового боргу пов'язане, з одного боку, із проявом протиправних дій у сфері оподаткування та умисного ухилення від сплати податків, а з іншого боку податковий борг виникає як наслідок допущених прорахунків у державній соціально-економічній політиці і свідчить про неузгодженість взаємовідносин контролюючих органів з фізичними і юридичними особами в частині формування податкової складової доходів бюджету держави. Зауважимо, що податковий борг – це сума фактичної заборгованості суб'єкта господарювання (фізичної або юридичної особи), яка