

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-15>

УДК 338.5:656.627.2

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ

ANALYSIS OF THE PROBLEMS AND JUSTIFICATION OF WAYS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF PRICING IN MARINE TRANSPORT ENTERPRISES

Корецька Ольга Валеріївна

кандидат економічних наук, доцент,
Одеський національний морський університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4991-835X>

Koretska Olga

Odessa National Maritime University

У статті розглянуто аналіз проблем та шляхи підвищення ефективності ціноутворення на підприємствах морського транспорту (ПМТ), які здійснюють перевантаження та перевезення вантажів, пасажирів, до яких відносяться порти і стивідорні компанії, судна, судноремонтні заводи, науково-дослідні та інші підприємства, установи та організації різних форм власності, що забезпечують роботу морського транспорту (МТ). На сучасному етапі формування ціни підприємства МТ, орієнтується на інноваційну складову, яка сприяє стабілізації цін при зниженні витрат, прискоренню обігу обігових засобів, підвищенню якості надання транспортних послуг. Також в статті розглянуто класифікацію цін на портові послуги, проаналізовано причини зниження ефективності ціноутворення на підприємствах морського транспорту та запропоновано шляхи підвищення його ефективності.

Ключові слова: підприємства морського транспорту, ціноутворення, методи ціноутворення, портові збори, тарифи.

The article examines the analysis of problems and ways of increasing the efficiency of pricing at maritime transport enterprises that carry out transshipment and transportation of goods, passengers, which include ports and stevedore companies, ships, ship repair plants, research and other enterprises, institutions and organizations of various forms of ownership, which ensure the operation of sea transport. The purpose of the article is to conduct an analysis of pricing at the current stage of development of maritime transport enterprises and to identify ways of effective pricing to increase the competitiveness of enterprises and the efficiency of their work, as a result of the formation of prices for transport services. The influence of internal and external factors that directly affect the cost of transportation and port works is increasing rapidly, therefore it is urgent to develop such a mechanism that would continuously take into account all the negative effects of these factors and would clearly respond to certain changes in internal or external environment. In the course of the study, methods of analysis and synthesis were used – to determine the qualification of port tariffs; comparison and generalization – to identify the stages of determining the price attractiveness of maritime transport enterprises; factor modeling – to determine a set of indicators that affect the calculation of tariffs (free prices). The following results were obtained in this article: the classification of tariffs is given, which is proposed to be divided into two groups, namely free prices and state prices, the mechanism of pricing is proposed, the stages of its implementation and ways of implementation are described. The article analyzes pricing problems that have arisen in Ukrainian maritime transport enterprises and suggests the stages of pricing in maritime transport enterprises. Thus, it is possible to say that there is no universal method of price regulation for transport services, all methods should be used in a complex manner. Therefore, the task of modern scientists in the field of transport services can be the development of a universal method of pricing at enterprises, including maritime transport enterprises.

Keywords: sea transport enterprises, pricing, pricing methods, port fees, tariffs.

Постановка проблеми. Проблема ціноутворення є головним важелем при формуванні ціни на сучасному етапі розвитку підприємств

морського транспорту. Цей важіль засновано на взаємодії попиту та пропозиції і виступає основою розподільчого процесу на транспорті

взагалі. Для цього потрібно глибоке вивчення транспортного ринку, конкурентного середовища на ньому, вдосконалення перевантажувальних технологій, підвищення їх якості, при цьому додання додаткових послуг на підприємствах морського транспорту, а саме експедиторські, брокерські, митні послуги, бункеровка судів а також диверсифікація транспортного процесу. У цих умовах підприємствам морського транспорту необхідно мати керований механізм ціноутворення, який може буди пристосований до їх сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

В науковій літературі висвітлюються різні аспекти ціноутворення. Розглядаються питання вдосконалення ціноутворення на підприємствах, проблеми управління ціноутворенням, удосконаленню методик ціноутворення. Теоретичні аспекти ціноутворення розкриваються в роботах авторів: А. Ф. Павленка [1], Я. В. Литвиненко [2], Н. О. Бородкіної [3], Т. В. Князевої [4], Питання класифікації методів ціноутворення розробляються в працях Ю. Г. Тормоса [5], М. А. Окландера [6], Ю. В. Лаврова [7]. Практичний досвід дослідження конкурентних цінових переваг підприємства висвітлено в роботах Ю. В. Лаврова [7], В. В. Божова [8], в морській галузі В. В. Жихаревої [9], С. В. Онешко [9], Н. В. Ярової [10], О. М. Кібік [11], В. В. Попова [12].

Але, незважаючи на велику кількість опрацьованих робіт з ціноутворення, питання ціноутворення, шляхи його удосконалення на морському транспорті мало дослідженою, тому актуальним є удосконалення існуючих підходів та вибір оптимального, який буде враховувати зміни на ринку транспортних послуг.

Виділення невирішених раніш частин загальної проблеми. Аналіз публікацій по проблемі ефективного ціноутворення на підприємствах морського транспорту показав, що даній проблемі було приділено мало уваги, а саме: не розглянуто питання ціноутворення с комерційної точки зору, проблема зниження зборів в українських портах розглядається тільки з теоретичної точки зору. Все це дає підставу для подальшого вивчення цього питання, надання практичних рекомендацій по розробці шляхів удосконалення ціноутворення с ціллю ефективності роботи підприємств морського транспорту, збільшення їх конкурентоспроможності на ринку транспортних послуг.

Ціль статті полягає в проведенні аналізу сучасного стану ціноутворення на підприєм-

ствах морського транспорту з метою визначення шляхів його удосконалення. При цьому, при великій кількості існуючих підходів ціноутворення на ринку транспортних послуг, необхідно використати управлінській інструментарій при встановленні мінімальної ціни на перевантаження, зниженню витрат та підвищення стійкості підприємств морського транспорту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз питань роботи підприємств морського транспорту, які надають послуги в морських портах, а саме обслуговування морських суден, переробка вантажів, перевозка пасажирів набуло особливого значення у зв'язку з прийняттям Закону України «Про морські порти» та Закону «О концесіях» [13]. На сьогоднішній день на Україні є одно із найбільших державних підприємств, яке має стратегічне значення для економіки України – Державне підприємство «Адміністрація морських портів України» (ДП «АМПУ»). Дохід ДП «АМПУ» формується за рахунок чистого доходу та інших операційних доходів. Чистий дохід ДП «АМПУ» формується переважно за рахунок доходів від портових зборів [9].

Чистий дохід, як відомо, залежить від тарифних ставок, а вони регулюється державою, тому в останнім часом план по доходу було виконано за рахунок росту курсу іноземної валюти, на зниження чистого доходу позначилося пандемія та військові дії в країні.

Взагалі ціни на українських підприємствах морського транспорту, а саме в портах та стивідорних компаніях, можна поділити на дві групи – вільні ціни (тарифи) і державні регульовані ціни (тарифи). С урахуванням особливостей роботи підприємств морського транспорту в України вільні ціни в портах можна поділити на ціни, які сплачуються судовласниками, вантажовласниками, пасажирами та іншими контрагентами, які діють на том чи іншому підприємстві морського транспорту.

Упорядкування системи ціноутворення на морському транспорті (МТ) повинно відповідати законам ринкової економіки. Стратегія ціноутворення повинна ґрунтуватися на конкуренції, попиті та витратах.

Аналізуючи розмір портових зборів в українських портах, вони майже в три рази більше ніж в основних закордонних портах Чорноморського регіону (табл. 1).

У 2018 році було знижена ставки портових зборів на 20% [16], але рівень цін на послуги в українських портах не дає можли-

Таблиця 1

Портові збори за судно-захід в морські порти Чорноморського регіону

Судно		Україна			Румунія	Болгарія
		Одеса	Чорноморськ	Південний	Констанца	Бургас
Контейнеровоз 40 тис. dwt	Сума	27716	29617	35066	10587	19482
	На 1 т вантажу	9,01	9,63	11,40	3,44	6,33
Балкер, 90 тис. dtw	Сума	76314	80830	83298	29651	54879
	На 1 т вантажу	0,80	0,85	0,88	0,31	0,58

Джерело: [9; 14; 15]

вості використовувати економічний потенціал підприємств морського транспорту. Для цього необхідно розробити напрямки удосконалення ціноутворення шляхом класифікації існуючих тарифів з урахуванням правового регулювання.

Як визначає науковець Окландер М. А., ринок транспортних послуг являє собою взаємодію усіх видів транспорту залізничного, автомобільного, трубопровідного, морського, річкового. Одним з головних факторів ціноутворення на морському транспорті є вартість переробки вантажів [6], яка залежить від показника конкурентоспроможності підприємств морського транспорту, а це безліч факторів: характер вантажу, умови перевезень, сезонність, швидкість перевезення, рівень сервісу, залучення клієнтів.

Практика ціноутворення має безліч методів визначання цін, а саме кількість портових зборів, розрахункова одиниця, валова місткість судна, витратний підхід.

Ми пропонуємо для кожної послуги ввести позначення: А, Б, В, Г, Д і т.д. Для кожної послуги ввести цінову привабливість для різних підприємств морського транспорту, на основі порівняння ціни на цю послугу та зрів-

няти її з тарифною ставкою максимально. Для цього розрахуємо коефіцієнт цінової привабливості за формулою:

$$K_{bi} = P_{bi} / P_{b\max} \quad (1)$$

де K_{bi} – коефіцієнт цінової привабливості послуги підприємства b ;

P_{bi} – ціна за послугу b , яку пропонує компанія i ;

$P_{b\max}$ – максимальна ціна за послугу b , яка пропонується на ринку транспортних послуг.

Коефіцієнт цінової привабливості є зворотною величиною – чим він вище, тим аналізована послуга приближається до максимальної ціни [17]. По всіх послугам визначається узагальнений коефіцієнт цінової привабливості, виходячи з тих послуг, які надаються на конкретному підприємстві морського транспорту. На основі розрахованих коефіцієнтів складається рейтинг кожного підприємства.

Розглянувши табл. 2 можна зробити висновок, що найбільш приваблива ціна за послуги підприємства морського транспорту у першого підприємства, сама низька у третього підприємства.

Завдяки такому розрахунку, можливо зробити висновок, як відреагують конкуренти на дані зміни цін та чи відповідає зміна цін ціно-

Таблиця 2

Приклад розрахунку цінових показників

Підприємство МТ	Напрямок вантажоперевезення						Pi	Ki
	А		Б		С			
	Pa	Ka	Pb	Kb	Pc	Kc		
1	10	0,33	40	0,67	70	0,78	0,59	1
2	20	0,67	50	0,83	80	0,89	0,80	2
3	30	1,00	60	1,00	90	1,00	1,00	3
P_{\max} – максимальна ціна за послугу b	30		60		90		-	-

Джерело: [17]

вої політики того чи іншого підприємства морського транспорту.

У межах ціноутворення на вантажоперевезення особливими рисами є:

1) визначення оптимальної ринкової ціни на послугу, заснованої на використанні максимально широкої інформаційної бази, що передбачає облік рівнів цін, отриманих різними можливими для підприємства методами ціноутворення [17];

2) регулярність і безперервність аналізу факторів зовнішнього середовища підприємства, до яких прийнято відносити ринкову ситуацію, тип ринку і конкуренції, вплив перевезення вантажів та інших посередників, попит на перевозку і його цінову еластичність, державну цінову політику, кон'юнктуру ринку [17].

На сучасному етапі розвитку українських підприємств морського транспорту держава вилучає у державних стивідорних компаній більшу частину чистого прибутку – вони повинні відраховувати 75% чистого прибутку [18]. Це приводить до зниження якості портової інфраструктури та зниженню конкурентоспроможності по зрівнянню з приватними стивідорними компаніями. Державні підприємства морського транспорту шукають інвесторів, при цьому відаючи зароблені гроші державі [9].

Швидкими темпами змінюється характер зовнішніх факторів, що впливають на ціну вантажоперевезень.

Тому у виробничій практиці актуальним є розроблення такого механізму ціноутворення, який дозволить контролювати процес ціноутворення безперервно та враховувати зміни, які відбуваються на ринку транспортних послуг. Розглянемо механізм ціноутворення на підприємствах морського транспорту (рис. 1).

Даний механізм ціноутворення на підприємствах морського транспорту дозволить враховувати будь які зміни на ринку вантажоперевезень та своєчасно реагувати на негативні зміни.

Кожен з приведених етапів складається з мети та шляхів його реалізації (табл. 3).

Висновки. Як відомо, ціноутворення – це процес формування ціни на товар або послугу. Складним нормативним документом є законодавство про ціноутворення. Тенденції і досвід економічно розвинутих країн недостатньо використовуються в процесі формування ціноутворення в Україні, особливо в морській галузі.

Позитивним моментом є те, що з 2018 року Кабінет Міністрів України знизив норму відчислення чистого прибутку в державний бюджет

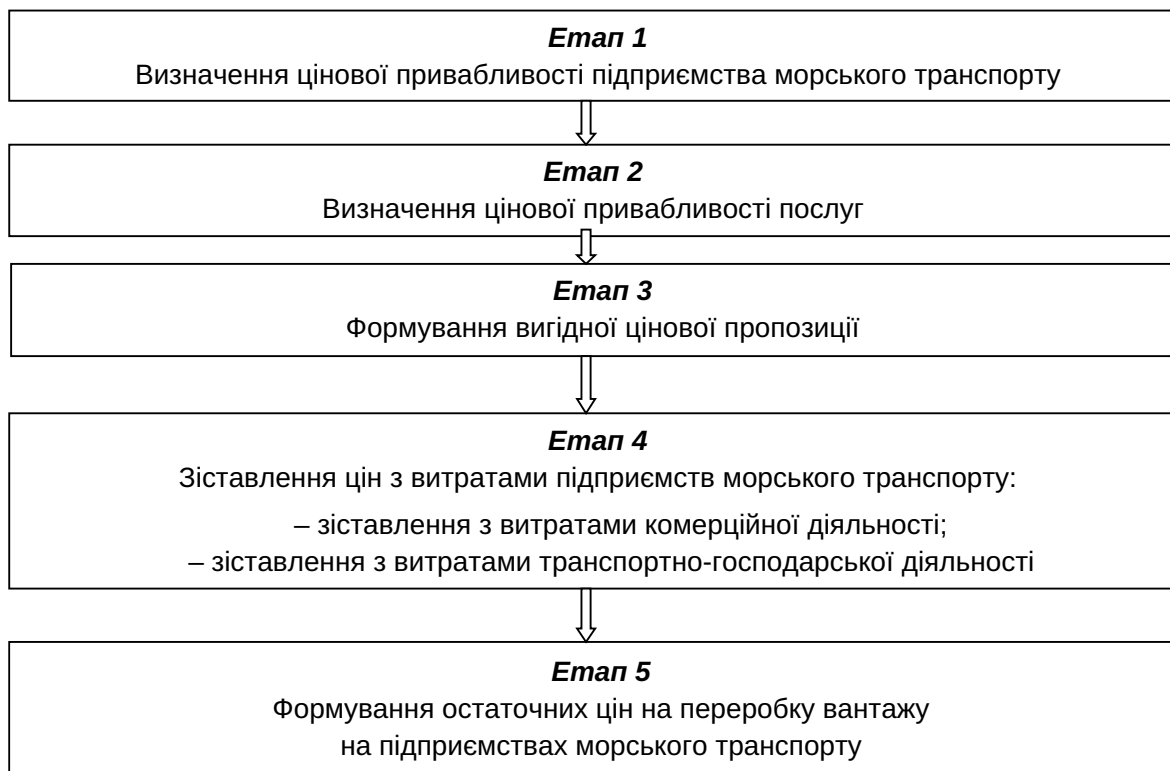


Рис. 1. Механізм ціноутворення на підприємствах морського транспорту

Таблиця 3

Визначення цінової привабливості послуг на підприємствах морського транспорту

Етапи	Мета етапу	Реалізація
1	Визначення цінової привабливості підприємства на ринку перевезень	1.Аналіз попиту і цін конкурентів. 2.Моніторинг діючих цін на ринку транспортних послуг.
2	Визначити цінову привабливість кожної послуги, пропонованої на даному підприємстві МТ	1.Визначається коефіцієнт внутрішньої цінової привабливості кожної послуги на основі зіставлення ціни на цю послугу з максимальною ціною пропозицією на ринку транспортних послуг; 2.З оптимального набору коефіцієнтів визначити узагальнений внутрішній коефіцієнт цінової привабливості послуги.
3	Формування найбільш вигідної цінової пропозиції, складеної на основі даних, отриманих при дослідженій групі підприємств МТ	1.Для кожної групи визначається мінімальна ціна послуги. 2.Розраховується значення середньоарифметичної ціни за послугу. 3.З переліку послуг вибираємо загальну «базову» з найбільшим значенням узагальненого внутрішнього коефіцієнта привабливості послуги. 4.Для кожної з представлених послуг розраховуються цінові межі послуг.
4	Оцінити доцільність пропозиції послуг підприємства МТ шляхом порівняння розрахованих на 3-му етапі рівнів цін з власними витратами	Шляхом врахування типу підприємства МТ на ринку вантажоперевезень, визначити метод ціноутворення.
5	Сформувати остаточну оптимальну ціну на послуги	Враховувати наступні фактори: психологічне сприйняття ціни клієнтами, реакцію конкурентів на зміну цін, відповідність цілям ціноутворення на даному підприємстві, систему знижок, інфляційні очікування, політику держави

для ДП «АМПУ» з 75% до 50%, але проблему ціноутворення на підприємствах морського транспорту необхідно вирішувати комплексно, а саме відмінити відчислення в державний бюджет, а ці кошти направити на розвиток портової інфраструктури, модернізацію причалів, закупівлю нової техніки та обладнання.

Формування вантажних тарифів повинно ґрунтуватися на диференціації тарифів, розвитку конкурентного середовища в сфері морських перевезень, створенні організаційних умов для фінансового відокремлення всіх видів послуг, які надаються на підприємствах морського транспорту, на забезпеченні компенсування витрат всіх учасників процесу перевезень, забезпечення збалансованості

інтересів всіх учасників перевізного процесу, як вантажовласників, вантажоперевізників, так і держави.

Однак, вирішення проблем ціноутворення на підприємствах морського транспорту у довгостроковій перспективі дозволить втілення у життя основні завдання Національної транспортної стратегії України до 2030 року та Стратегії розвитку морських портів України на період до 2038 року, що дозволить підвищувати конкурентоспроможність підприємств морського транспорту, створити умову залучення приватних інвестицій, тим самим забезпечити розвиток портової інфраструктури, технологічний розвиток, залучення нових клієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Павленко А. Ф. Маркетинг : підручник. Київ : КНЕУ, 2003. 246 с.
2. Литвиненко Я. В. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. Київ : Знання, 2010. 294 с.
3. Бородкіна Н. О. Маркетинг : навч. посіб. Київ : Кондор, 2007. 362 с.

4. Князева Т. В., Колбушкін Ю. П. та ін. Міжнародний маркетинг : навч. посібник. Київ : НАУ, 2019. 164 с.
5. Тормос Ю. Г. Ціни та цінова політика : навч. посібник. Київ : КНЕУ, 2001. 122 с.
6. Окландер М. А. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 240 с.
7. Лаврова Ю. В. Маркетинг. Класичні положення і особливості застосування на транспорті : навч. посібник. Харків, 2012. 227 с.
8. Божкова В. В., Рябченко І. М. Систематизація методів маркетингового ціноутворення. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 74–80. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua>.
9. Жихарева В. В., Онешко С. В. Совершенствование ценообразования в портовой отрасли Украины. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 63. С. 82–95. DOI: 10.18664/338.47:338.45.v%v i%i.137578.
10. Ярова Н. В. Розробка та обчислення тарифів портових робіт і послуг. *Зб. наук. праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту ім. акад. В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту»*. 2016. Вип. 12. С. 22–28.
11. Кібік О. М. Теорія і методологія ціноутворення в морських торговельних портах : монографія. Одеса : ОНМУ, 2005. 282 с.
12. Попов В. В. Портовые сборы: гибкость важнее раз мера. *Порты Украины*, 2017. URL: <https://ports.com.ua/articles/portovye-sbory-gibkost-vazhnee-razmera>.
13. Корецька О. В. Теоретико-методичне забезпечення управління фінансово-економічною безпекою підприємств основної портової діяльності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к-та ек. наук: 08.00.04. Одеса, 2021. 24 с.
14. Ківалов С. В. Портові збори в Україні: пошук оптимальної моделі конкурентної тарифної політики. *Юрид. наук. журнал НУ "ОЮА", ГО "МА Святий Миколай"*. 2017. № 1. С. 5–21.
15. Наказ МІУ «Про портові збори» від 27.05.2013 р. № 316. Міністерство Інфраструктури України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0930-13/paran2#n2>.
16. Наказ МІУ «Про зниження ставок портових зборів» від 27.12.2017 р. № 474. Законодавство / Міністерство Інфраструктури України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0046>.
17. Радченко О. А., Воїченко Т. О. Особливості ціноутворення на транспортні послуги на основі маркетингового підходу. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2021. Вип. 4(84). С. 45–49.
18. Постанова КМУ «Про затвердження Порядку відрахування до державного бюджету частини чистого прибутку (доходу) державними унітарними підприємствами та їх об'єднаннями» від 23.02.2011 р. № 138. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/138-2011-p>
19. Національна транспортна стратегія України до 2030 року. URL: http://publications.chamber.ua/2017/Infrastructure/UDD/National_Transport_Strategy_2030.pdf.
20. Розпорядження КМУ «Про затвердження Стратегії розвитку морських портів України на період до 2038 року» від 11.07.2013 р. № 548-р. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/548-2013-p>.

REFERENCES:

1. Pavlenko A. F. (2003) *Marketynh [Marketing]*. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
2. Lytvunenko Ya. V. (2010) *Marketynhova tsinova polityka [Marketing pricing policy]*. Kyiv: Znannia. (in Ukrainian)
3. Borodkina N. O. (2007) *Marketynh [Marketing]*. Kyiv: Kondor. (in Ukrainian)
4. Kniazieva T. V., Kolbushkin Yu.P. (2019) *Mizhnarodnyi marketynh [International marketing]*. Kyiv: NAU. (in Ukrainian)
5. Tormos Yu. H. (2001) *Tsiny ta tsinova polityka [Prices and pricing policy]*. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
6. Oklander M. A. (2012) *Marketynhova tsinova polityka [Marketing pricing policy]*. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury. (in Ukrainian)
7. Lavrova Yu. V. (2012) *Marketynh. Klasychni polozhennia i osoblyvosti zastosuvannia na transporti [Classic provisions and features of application on transport]*. Kharkiv. (in Ukrainian)
8. Bozhkova V. V., Riabchenko I. M. (2012) *Systematyzatsiia metodiv marketynhovoho tsinoutvorennia [Systematization of marketing pricing methods]*. *Marketynh i menedzhment innovatsii (electronic journal)*, no. 4, pp. 74–80. Available at: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua> (accessed 27 July 2021).
9. Zhigareva V. V., Oneshko S. V. (2018) *Sovershenstvovanie cenoobrazovaniya v portovoj otrasli Ukrainy. [Improvement of pricing in the port industry of Ukraine]*. *Visnik ekonomiki transportu i promislivosti*. № 63, pp. 82–95.
10. Yarova N. V. (2016) *Rozrobka ta obchislennya tarifiv portovih robot i poslug [Development and calculation of tariffs for port works and services]*. *Zb. nauk. prac Dnipropetrovskogo nacionalnogo universitetu zaliznichnogo transportu im. akad. V. Lazaryana «Problemi ekonomiki transportu»*. Vol. 12, pp. 22–28.

11. Kibik O. M. (2005) *Teoriya i metodologiya cinoutvorenniya v morskikh torgovelnih portah* [Theory and methodology of pricing in sea trade ports]: (PhD Thesis) Odesa: ONMU.
12. Popov V. V. (2017) *Portovye sbory: gibkost vazhnee raz mera* [Port fees: flexibility is more important than the mayor] *Porty Ukrainy*. 2017. URL: <https://ports.com.ua/articles/portovye-sbory-gibkost-vazhnee-razmera>.
13. Korecka O. V. (2021) *Teoretiko-metodichne zabezpechennya upravlinnya finansovo-ekonomichnoyu bezpekoyu pidpriemstv osnovnoyi portovoyi diyalnosti* [Theoretical-methodical management of the financial and economic security of enterprises of the main port activity]. (PhD Thesis). Odesa. ONPY.
14. Kivalov S. V. (2017) *Portovi zbory v Ukraini: poshuk optimalnoyi modeli konkurentnoyi tarifnoyi politiki* [Port charges in Ukraine: search for an optimal model of competitive tariff policy]. *Yurid. nauk. zhurnal NU "OYuA", GO "MA Svyatij Mikolaj"*. № 1, pp. 5–21.
15. Nakaz MIU «Pro portovi zbory» [About port fees] vid 27.05.2013 r. № 316. Ministerstvo Infrastrukturi Ukraini.
16. Nakaz MIU «Pro znizhennya stavok portovih zboriv» [About reducing the rates of port fees] vid 27.12.2017 r. № 474. Ministerstvo Infrastrukturi Ukraini.
17. Radchenko O. A., Voichenko T. O. (2021) *Osoblivosti cinoutvorenniya na transportni poslugi na osnovi marketingovogo pidhodu* [Peculiarities of transport pricing services based on a marketing approach]. *Problemi sistemnogo pidhodu v ekonomici*. Vol. 4(84), pp. 45–49.
18. *Postanova KMU «Pro zatverdzhennya Poryadku vidrahuvannya do derzhavnogo byudzhetu chastini chistogo pributku (dohodu) derzhavnimi unitarnimi pidpriemstvami ta yih ob'yednanniyami»* [On the approval of the Deduction Procedure to of the state budget part of the net profit (income) by the state unitary enterprises and their associations] vid 23.02.2011 r. № 138.
19. *Nacionalna transportna strategiya Ukraini do 2030 roku* [National transport strategy of Ukraine until 2030].
20. «Pro zatverdzhennya Strategiyi rozvitku morskikh portiv Ukraini na period do 2038 roku» [On the approval of the Maritime Development Strategy ports of Ukraine for the period until 2038] vid 11.07.2013 r. № 548-r. Rozporядzhennya KMU.