

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет інформаційних технологій та управління
Європейська Асоціація Економістів

ЗБІРНИК ТЕЗ

Науково-практичного семінару

«Розвиток економіки міста в умовах євроінтеграції»

20 травня 2020р.

Київ
2020

*Рекомендовано до друку Вченою радою факультету інформаційних технологій та управління
Київського університету імені Бориса Грінченка
(протокол № 6 від 17.06.2020 р.)*

Редакційна колегія:

Рамський А. Ю. – д.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів та економіки Факультету інформаційних технологій та управління Київського університету імені Бориса Грінченка;

Лойко В. В. – д.е.н., доцент, професор кафедри національної економіки та фінансів, Факультету інформаційних технологій та управління Київського університету імені Бориса Грінченка;

Краус Н. М. – д.е.н., доцент, професор кафедри національної економіки та фінансів, Факультету інформаційних технологій та управління Київського університету імені Бориса Грінченка;

Сосновська О. О. – д.е.н., доцент, професор кафедри фінансів та економіки Факультету інформаційних технологій та управління Київського університету імені Бориса Грінченка;

Казак О. О. – к.е.н., доцент кафедри фінансів та економіки Факультету інформаційних технологій та управління Київського університету імені Бориса Грінченка;

Васечко Л. І. – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів та економіки Факультету інформаційних технологій та управління Київського університету імені Бориса Грінченка;

Обушний С.М. – к.е.н., доцент кафедри фінансів та економіки Факультету інформаційних технологій та управління Київського університету імені Бориса Грінченка;

Жукова Ю. М. – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів та економіки Факультету інформаційних технологій та управління Київського університету імені Бориса Грінченка;

Жильцов М.О. – викладач кафедри фінансів та економіки Факультету інформаційних технологій та управління Київського університету імені Бориса Грінченка

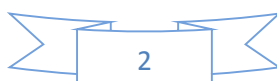
«Розвиток економіки міста в умовах євроінтеграції» [Текст]: матеріали науково-практичного семінару, (м. Київ, 20 травня 2020 р.) / Київський університет імені Бориса Грінченка. Київ, 2020. 76 с.

Викладено тези доповідей учасників науково-практичного семінару «Розвиток економіки міста в умовах євроінтеграції», який відбувся у м.Києві 20 травня 2020 р.

Висловлені у тезах думки та пропозиції можуть не збігатися з точкою зору редакційної колегії. Відповідальність за достовірність інформації, точність назв, статистичних даних, прізвищ та цитат несуть автори. Матеріали опубліковані в авторській редакції. У випадках виявлення плагіату відповідальність несуть автори наданих матеріалів

© Київський університет імені Бориса Грінченка, 2020

«Розвиток економіки міста в умовах євроінтеграції»



Арабаджи К.В., Жукова Ю.М. ПРОЄКТ БІЗНЕСУ У РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ У МІСТІ КИЄВІ	5
Бобров Є.А. ПРОЦЕС УРБАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ	12
Віровець Д.В., Обушний С.М. ДЕЦЕНТРАЛІЗОВАНА ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА В ЧАСИ ГЛОБАЛЬНИХ ТА РЕГІОНАЛЬНИХ КРИЗ	17
Вонсович А.А., Жукова Ю.М. ПРОЄКТ БІЗНЕСУ В МІСТІ «РЕПЕТИТОРСТВО»	22
Гивель С.М., Соболева-Терещенко О.А. НАПРЯМИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В КОНТЕКСТІ РОЗБУДОВИ БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ	26
Громова В.І. ЯКІ НАСЛІДКИ ДЛЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ МОЖЕ МАТИ ПАНДЕМІЯ 2020?	31
Загоруйко Д.М., Казак О.О. ВПЛИВ ДЕТЕРМІНАНТІВ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	34
Качоровський В.Ю., Соболева-Терещенко О.А. КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ	38
Кіктева В.С., Жукова Ю.М. ПРОЄКТ БІЗНЕСУ В М. ХЕРСОНІ – ТАКСІ «ZELENOGLAZOE TAXI»	45
Костікова К.О., Жукова Ю.М. ПРОЄКТ БІЗНЕСУ У МІСТІ - МАСАЖНИЙ САЛОН «GOOD FEELINGS»	48
Лойко В.В. РОЗВИТОК ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТА КИЄВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	51
Маляр С.А. ФІНАНСУВАННЯ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ ДОРУЧЕНЬ ВИБОРЦІВ ДЕПУТАТАМ КИЄВРАДИ ЧЕРЕЗ ГРОМАДСЬКУ ПРИЙМАЛЬНЮ	56
Малютин О.К. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МІСТА КИЄВА	60
Михайленко О.Г., Жукова Ю.М. ПРОПОЗИЦІЯ ВПРОВАДЖЕННЯ У МІСТІ БІЗНЕС-ПРОЄКТУ «МІНІ ІВЕНТ-АГЕНТСТВА»	62
Сосновська О.О., Сіренька І.І. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ СТРАХОВИКА	65

Поздєєва К.В. ЕФЕКТИВНІСТЬ ФІНАНСУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ МІСТА КИЄВА	69
Пильцова Х.С., Обушний С.М. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНСТИТУТІВ СПІЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ	72

Арабаджи К.В.,
здобувач ступеня бакалавра,
Науковий керівник
Жукова Ю.М.,
доцент кафедри фінансів та економіки
Київський університет імені Бориса Грінченка

ПРОЄКТ БІЗНЕСУ У РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ У МІСТІ КИЄВІ

На сьогоднішній день існує велика кількість бізнес-ідей, на будь-який смак, з різною тематикою та особливістю. На жаль, більшість таких ідей є дуже схожими та аналогічними, що впливає негативно на них. Зараз можна побачити, що кількість кав'ярень, кіосків з їжею, служб таксі, або перукарень, зростає з кожним днем, а отже і конкуренція між ними теж. Прикладів такого виду бізнесу можна наводити безліч. На нашу думку, бізнес повинен бути оригінальним та з конкретною новизною, адже це мінімізує конкуренцію на відповідному ринку, що, в свою чергу, підвищує попит на товар або послугу. Надалі мова піде саме про щось нове та перспективне в сегменті бізнес-ідей, а саме про кафе для тварин «CATS&DOGS». Багато хто може сказати, що кафе - це одна з найперших ідей, яка є типовою для підприємця, а отже на ресторанному ринку конкурентів для цієї ідеї буде вдосталь. І він буде правий, але таку класифікацію, як типове і звичайне кафе, для нашої ідеї не можна застосувати, і ось чому.

Новизною цього проекту є те, що людина може прийти зі своїм собакою чи котом в заклад харчового сегменту, який обслуговує, безпосередньо тварин та їх господарів. Не даремно саме тварин поставлено на перше місце, а вже потім господарів. Погодьтеся, що не часто бачиш кафе, в якому є спеціально окремі столи, за яким, наприклад, сидить пес и їсть свій Pedigree, або іншу страву, як для споживача це дуже незвично. Особливо для споживачів-українців – це нове відкриття. Адже навіть в деякі транспорти не пускають з домашніми улюбленцями.

Актуальність даної бізнес-ідеї полягає в тому, що на сьогоднішній день в місця харчового або розважального характеру з тваринами навряд чи пропустять, а наше кафе є актуальним вирішенням такої проблеми. У багатьох людей в Україні є

«Розвиток економіки міста в умовах євроінтеграції»

улюблені хатні тварини, якщо господарі бажатимуть провести гарно час у якомусь кафе й при цьому взяти свого собаку чи kota, то таке місце саме для них. В нашому кафе усі умови зроблені саме для обслуговування в першу чергу тварини, в другу господаря, але ці черги такі не значні за інтервалами, тому, цілком, можна сказати що їх немає. Зважаючи на останні події, коли людям не вистачало часу на свіжому повітрі або ж у парку чи кафе, то вони зрозуміли як тваринам весь час сидіти вдома. Тому це дуже актуально вивести свого улюбленця «на люди».

Суть бізнес-ідеї полягає в тому, що кафе є оригінальним та перспективним місцем для отримання прибутку. Це кафе для людей і їх домашніх улюбленців, така тема дуже популярна в Японії. Люди приходять до кафе зі своїми собаками, котами. За вхід треба сплачувати певну суму. Обов'язково таке кафе потрібно будувати саме на території України, адже аналогів на її території не існує, а якщо вони і є, то в не великій кількості.

Сфера діяльності - це особливий/новоформатний вид ресторанного бізнесу. Для цього виду діяльності потрібна державна реєстрація. Юридичну особу можна не створювати, розумніше зареєструватися як ФОП, наприклад 2 групи. Тут краще обрати спрощену систему оподаткування, адже прогноуються відносно не великі витрати на відкриття бізнесу і на його обслуговування. Найкраще для такої діяльності використовувати 2 групу спрощеної системи. В разі змін прибутків і витрат можна переходити на різні групи спрощеної системи, або взагалі перейти на загальну.

Особливою рисою даної бізнес-ідеї є те, що послуги такого виду, на території України, значно обмежені, тобто аналогів такої тематики обмаль, це буде значно покращувати попит саме на цей проєкт, а отже і на попит на послуги в цілому. Тобто низька конкуренція та висока оригінальність.

Також, до особливостей можна додати інноваційність (новизну), яка мала можливість не просто бути на ринку, а й зацікавити споживача, що в наш час дуже складно. Вважаємо за особливість залишити свою собаку, або kota без повідку не

тільки вдома, а й в людному місці, що також дозволить домашнім улюбленцями знайти нових друзів.

Головна ідея такої установи полягає в можливості поєднувати три речі: спілкування між різними людьми та їх улюбленцями; можливості не тільки вигуляти свою собаку, а завести її в людне місце (про котів, які завжди сидять вдома, це звучить як нонсенс), яке безпосередньо буде направлене на обслуговування саме вашої хатньої тварини; поласувати улюбленим десертом або випити чашку кави і при цьому почувати себе щасливо після важкого робочого дня. Що є цінністю такого новоформатного кафе? Це можливість побачити усмішку, почути собачий гавкіт, стирати стереотипи, що тварині не місце на кухні чи в якомусь місці, де щось готують. Кафе охоплює всі сегменти споживачів, особливо для тих, в кого є улюбленець (адже в кафе можуть приходити люди і без тварин). Найособливіша послуга, яка є і основною - це час, проведений зі своїм домашнім улюбленцем. З певної сторони така установа підтримує також соціальні цінності. Наприклад: захист тварин, це пояснюється тим, що ціле кафе побудовано для них і цим пояснюється цінність, що звірі такі ж самі живі істоти, як і люди, а отже вони повинні мати якийсь захист та права.

За своїм сегментом розташування регіону – кафе направлено на Київську область, так як воно буде будуватись в м. Києві. А за сегментом демографічного фактору (віком та статтю) не має ніяких обмежень. Кафе відкрито для жінок, чоловіків будь-якого віку. За ціновою політикою кафе також доступно майже всім верствам населення. Але найголовнішою особливістю є те, що споживач має бути схильним до новаторства та до готовності купити товар в новому, незвичайному місці.

Взаємодія з клієнтом буде відбуватися не тільки через рекламу, а й комунікацію через повідомлення в соціальних мережах. Для покращення взаємодії слід виконати такі завдання:

1. Відкриття офіційної сторінки на платформі «Instagram».

2. Роздача листівок на цілому кварталі для залучення ще більшої кількості клієнтів.

3. Акцептувати партнерство з зоомагазином.

Невід’ємною частиною будь-якого нового проєкту є реклама, тому для такого виду бізнесу слід використати рекламу: в соціальній мережі «Instagram», у вигляді листівок ще до відкриття самого кафе, біл-борд в районі, де буде відкрито кафе, також для залучення клієнтів середнього віку можна запуснути рекламу на платформі «Facebook». Така реклама буде у вигляді фотографій або відеороликів з тваринами, які щасливо проводять час зі своїми господарями.

Макет сайту буде складатися з 1 основного кольору – градієнту бузкового. На головній сторінці буде висвітлено головні пункти меню сайту та заставка (рис.1). На сайті будуть присутні такі пункти як: меню, меню для тварин, знижки та акції, інформація та контакти.

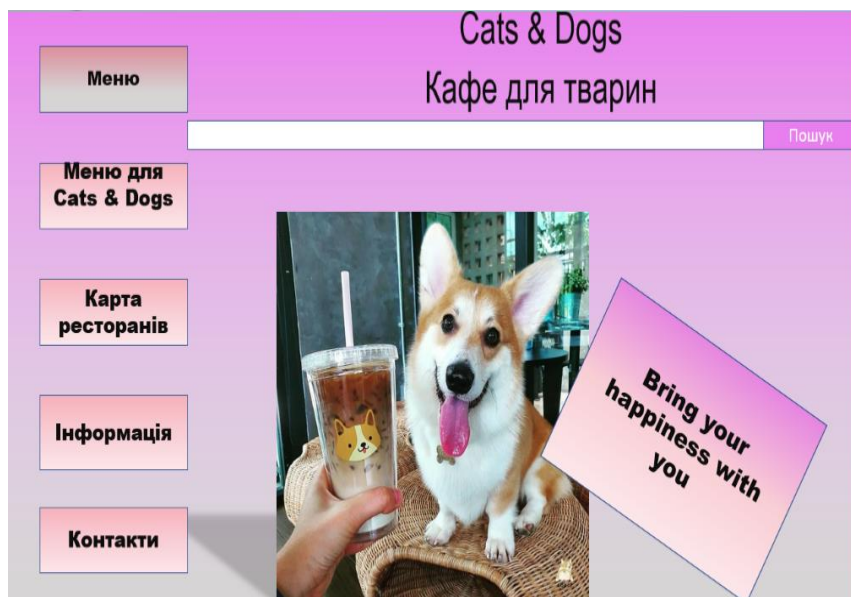


Рис. 1. Приклад оформлення сайту бізнес-проєкту «Кафе для тварин».

На вкладці «Меню» буде знаходитися перелік того, що може замовити сам клієнт. Список ми можемо побачити на слайді (рис.2).



Рис.2. Приклад меню для «Кафе для тварин».

У « меню для Cats&Dogs» буде знаходитися перелік кормів для собак так котів: список на слайді (рис. 3).



Рис. 3. Приклад меню для тварин для «Кафе для тварин».

«Знижки та акції» будуть розповідати про можливості зекономити та коли вчасно прийти до кафе, що буде піднімати його популяризацію (рис. 4).

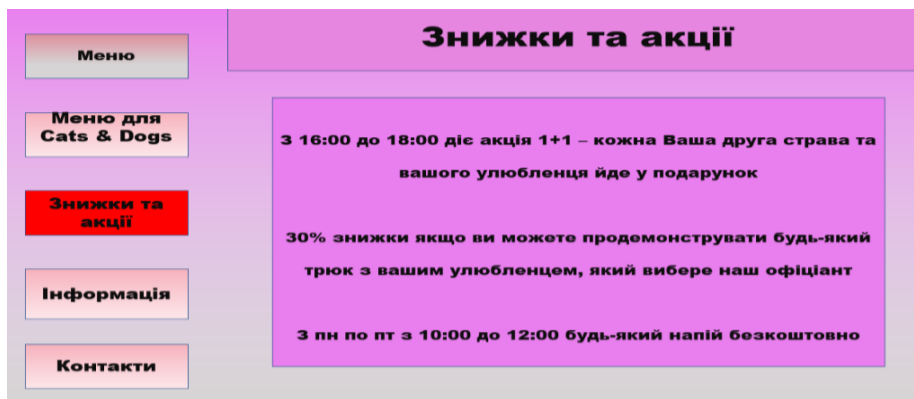


Рис. 4. Приклад оформлення знижок та акцій на сайті «Кафе для тварин».

В пункті « Інформація» знаходяться правила поведінки, з якими можна ознайомитися на наступному слайді (рис.4).

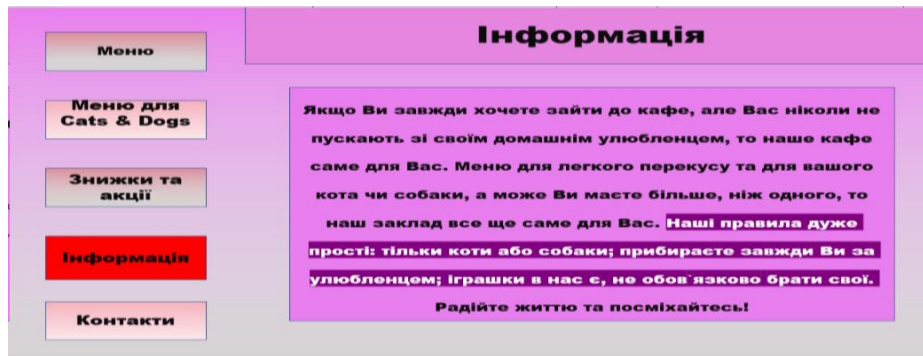


Рис. 5. Приклад оформлення сторінки «Інформація» на сайті «Кафе для тварин».

У розділі «Контакти» бачимо адресу, телефон та навігацію по карті (рис.6).

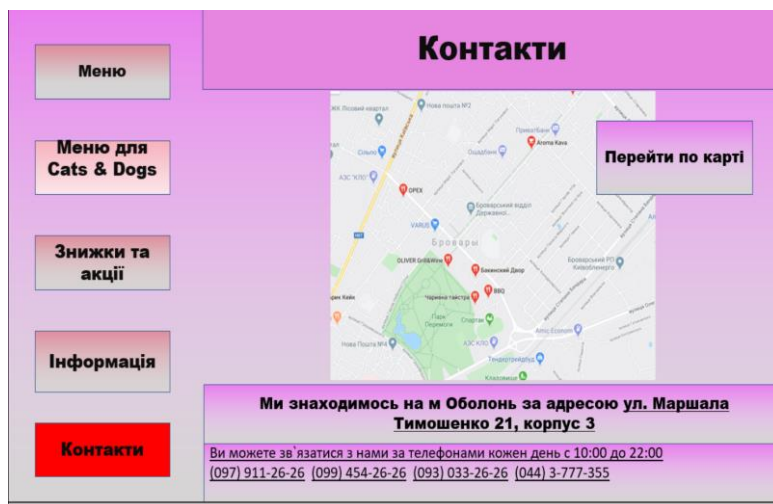


Рис. 7. Приклад оформлення сторінки «Контакти» на сайті «Кафе для тварин».

Рівень каналу розподілу у випадку з кафе розуміє під собою прямий канал збуту. Цей канал не передбачає наявності посередників, продаж здійснюється безпосередньо споживачам на основі прямих контактів - через власну торговельну мережу, по оголошеннях в газетах і журналах з купонами для відповідей, через мережу Інтернет, телемаркетинг, директ-мейл.

Перевагою прямого каналу збуту, особливо для кафе є можливість повного контролю з боку виробника за рухом товару, до недоліків - незначне охоплення ринку збуту. Якщо прямий збут носить постійний, а не разовий характер, підприємство повинно мати власні регіональні склади. Конкуренція на даний вид бізнесу є мінімальною, адже таких аналогів в Україні майже немає. Тому провести

«Розвиток економіки міста в умовах євроінтеграції»

статистику в цьому роді діяльності надати не можна, адже Кафе «Cats & Dogs» перше в Україні. Наскільки відомо, то немає ні одного кафе в Україні, сама з такими пропозиціями, які запропоновані в даній бізнес-ідеї. Є тільки схожі аналоги, як Cat-cafe, але ідея такого кафе тільки в тому, що коти там завжди і вони належать закладу.

Для відкриття кафе потрібні трудові ресурси, такі як: прибиральник, касир, бухгалтер, офіціант, PR-менеджер. Також знадобляться фінансові ресурси, тобто всі залучені кошти, які підуть на відкриття, зарплату, закупку продуктів, обладнання, іграшок і т.д., а також інформаційні ресурси, тобто реклама на просторах мережі Інтернет і звичайне розповсюдження інформації (листівки, рекламні щити, реклама в транспорті).

Нашими постачальниками можуть бути зоомагазини, інтернет-магазини, які продають їжу для тварин, завод «Кока-кола», а також хлібобулочні виробники.

За проведеними розрахунками авансовий капітал для відкриття такого кафе складе від 1 700 000 грн. до 2 100 000 грн. Поточні витрати на рік складуть 820 тис. грн.

Для того що б оцінити майбутні доходи потрібно скласти певні послуги, які будуть надаватися, наприклад: погодинна оплата знаходження в кафе- 1 година для 1 людини 100 грн.; нянька для улюбленця – година 200 грн.; дресирування команд для тварин – 1 заняття 500 грн.; купівля корисних вітамінів для тварин- за 1 найменування від 150 до 500 грн.; меню для тварин – від 20 до 200 грн.; меню для людей – від 20 до 250 грн.; продаж аксесуарів – від 20 до 2000 грн.

При гарній рекламній компанії ми прогнозуємо наступний дохід за рік: відвідування клієнтів - 500 000 грн.; продаж найменувань меню, аксесуарів та вітамінів - 400 000 грн.; використання послуг дресирування – 140 000 грн.; використання послуг няньки для улюбленця - 80 000 грн. Загалом приблизно - 1 100 000 грн. Для розрахунку були взяті не максимальні показники продажу послуг та товарів та початкових витрат та витрат в загальному значенні. Остаточний прибуток буде залежати від початкової рекламної компанії, яка в свою чергу буде продовжуватися певний час, та від вірних керівничих рішень. Прогнозований рівень рентабельності бізнесу складає 40,0 %. Термін окупності запропонованого бізнес-проекту 1,8 роки. Якщо оцінювати тільки рік і приблизну рентабельність, то можна побачити, що, кафе може окупитися, приблизно за 1 рік 8 місяців – 2 роки і 5 місяців при різному рівні інфляції, девальвації національної валюти та курсу долара. Найбільш сильній вплив буде справляти новизна даного бізнес-проекту та правильна реклама.

Бобров Є.А.,
доктор економічних наук, доцент
начальник відділу інформаційного супроводження фінансово-економічної
діяльності Департаменту інформаційного супроводження, м. Київ

ПРОЦЕС УРБАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ

Урбанізація, як глобальне явище, збільшує та прискорює попит на житло, стимулюючи динаміку будівництва житла у всьому світі. Крім того, нарощування фізичних активів у комунальній інфраструктурі, збільшує надання таких послуг, як енергія та опалення, вода, каналізація, зв'язок та транспорт. З матеріалів, що надходять у світову економіку щороку, більшість (52,6 млрд тонн) використовуються суспільством як недовговічні продукти, які спливають протягом року [1]. Інші 48 млрд тонн матеріалів потрапляють у довгострокові запаси [2], і вважаються ресурсами, строк використання яких триває [3]. Вони надходять в економіку переважно у вигляді будівель, інфраструктури та капітального обладнання.

Вітчизняні дослідження та розробки питання функціонування циркулярної економіки в основному фокусуються на аналізі закордонного досвіду [4-7], окремих питаннях логістики, технології виробництва і переробки, екології.

Діюча у світі економічна система використовує за рік ресурси, для відновлення яких необхідно півтора року, таким чином здійснюючи незворотній вплив на екосистему планети.

Зростання в два рази, починаючи з 1970 року, світового валового внутрішнього продукту забезпечило суттєвий прогрес і дозволило, певною мірою, звільнитися від зубожіння мільярдам людей. При цьому економічне зростання підживлюється постійним підвищенням попиту на природні ресурси. І весь цей час тенденція до підвищення попиту на природні ресурси залишалася незмінною. Це, у свою чергу, призводить до втрати біорізноманіття та проблем з дефіцитом води, які

обумовлюються методами, що застосовуються в ході видобутку і переробки природних багатств.

Останнім часом урядові та корпоративні структури все частіше звертають свою увагу на необхідність вживання заходів, направлених на максимальну переробку відходів і створення на їх основі нових ресурсів. Таким чином, відбувається переосмислення та поступове розуміння необхідності переходу від лінійної економіки (linear economy), в якій сповідується принцип «бери-роби-користуйся» (take – make – waste), до, так званої циркулярної економіки (circular economy), основним принципом якої є «виробництво – споживання та використання – переробка» (production – consumption and use – processing).

Основними передумовами загального переходу до циркулярної економіки є:

- зростання населення;
- зростання споживання ресурсів;
- обмеженість ресурсів, їх неминучий дефіцит у майбутньому.

В принципі в циркулярній економіці повинні почати вирішуватися такі проблеми:

- зниження утворення відходів за рахунок розвитку вторинної переробки;
- зниження негативного впливу на екологію за рахунок скорочення використання ресурсів під час виробництва;
- поява нових ринків, створення нових робочих місць, зростання загального рівня добробуту.

Циркулярна економіка за своїм наміром та замислом є відновною. Ідея її розвитку полягає у тому, щоб замість викидання продуктів до того, як їхня цінність буде повністю реалізована, використана ці продукти багаторазово.

Слід відмітити, що протягом останніх десятиріч відбувається відносно відокремлення економічного зростання від використання ресурсів. Ті досягнення, які здобуті на сьогоднішній момент, швидко поглинаються економічним зростанням у поєднанні з ефектом віддачі (ресурси, які вивільнені завдяки підвищенню ефективності, дуже швидко використовуються внаслідок збільшення споживання).

Циркулярна економіка використовує величезний економічний потенціал, вкладений в матеріали та ресурси, які вже використовуються суспільством. Розуміння цінності матеріалів і товарів, з яких складається інфраструктура, що використовується суспільством, власне, і є рушійною силою циркулярних економічних моделей.

Для розбудови циркулярної економіки, яка є нейтральною для клімату, необхідним є започаткування відповідних політичних ініціатив, розробка програмних дій, мобілізація промисловості та фінансового сектору. Подібного роду трансформація може тривати досить довго (протягом декількох десятиліть), проте концептуальні рішення необхідно розробляти і приймати в найближчі роки.

Основними напрямками змін в економіці відповідно до української Концепції «зеленого» енергетичного переходу [7] мають стати:

- енергоефективність у промисловості, ЖКГ та теплоенергетиці;
- відновлювальна енергетика;
- поводження з відходами;
- інноваційне сільське та лісове господарство;
- диджиталізація та технологічні зміни економічних процесів;
- міський, міжміський, приватний та вантажний електротранспорт;
- підтримка науково-дослідних робіт та інновацій з акумулювання електроенергії, виробництва та зберігання водню.

У найближчі десятиріччя політика та економіка мають бути спрямовані на те, щоб діяльність, яка сприяє перетворенню суспільства на більш екологічно чисте, ставала економічно вигідною. Сьогодні ми дуже часто спостерігаємо прямо протилежне: товари, що виробляються, невдовзі стають застарілими, псуються або виходять з моди. Споживачі охоче купують нові товари і вимагають більше. Такий підхід приносить прибутки бізнесу, але суспільство, в цілому, втрачає.

Найбільш очевидним кроком має стати заборона субсидування будь-якої діяльності, що є шкідливою для навколишнього середовища. Яскравим прикладом є

субсидії на викопне паливо, у сферах транспорту, гірничодобувній промисловості, лісовому господарстві та рибальстві.

В Україні існують широкі можливості для трансформації домінуючої моделі лінійної економіки в екологічно і економічно ефективну циркулярну модель. Так, потенціал для розвитку переробки, компостування з видобуванням енергії та добрив в Україні мають харчові і комунальні відходи. Реновація може розвиватися в автомобільній промисловості, секторі великої побутової техніки, авіаційної промисловості та військово-промислового комплексу. Однак діючі в країні економічні механізми все ще орієнтують підприємства на застосування застарілої лінійної моделі. Так, вартість захоронення відходів на полігонах і сьогодні все ще є більш привабливим в порівнянні з інвестуванням в превентивні заходи. Для якісного поліпшення ситуації необхідні серйозні зміни в області стимулювання інвестиційної активності в рамках переходу до принципів циркулярної економіки. Розвиток циркулярної економіки в Україні може дати не тільки позитивний екологічний ефект від скорочення звалищ і полігонів, але й економічний ефект від підвищення енерго- та ресурсної ефективності, а також соціальний ефект від створення додаткових робочих місць, отримання прибутку компаніями в нових галузях і видах діяльності. Таким чином, розвиток концепції циркулярної економіки, як і її практичне втілення, є важливим завданням і для науковців, і для підприємців, державних органів і українського суспільства в цілому.

Список використаних джерел інформації:

1. Haffmans et al. *Products that Flow: Circular Business Models and Design Strategies for FastMoving Consumer Goods*. BIS Publishers, 2018.
2. Wiedenhofer D., Fishman T., Lauk C., Haas W., Krausmann F. Integrating material stock dynamics into economy-wide material flow accounting: concepts, modelling, and global application for 1900-2050. *Ecological economics*. 2019. №156, P. 121-133.
3. Bakker et al. *Products That Last - product design for circular business models*. TU Delft Library/Marcel den Hollander IDRC, 2014.

4. Зварич І. Циркулярна економіка і глобалізоване управління відходами. *Журнал європейської економіки*. 2017. №1. С. 41-57. URL: <http://jeej.tneu.edu.ua/index.php/ukjee/article/view/914/900>.
5. Сергієнко-Бердюкова Л. Передумови формування та впровадження концепції циркулярної економіки. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2015. №3 (33). С. 327–350. URL: <http://pbo.ztu.edu.ua/article/viewFile/65717/61007>
6. Потапенко В. Стратегічні пріоритети безпечного розвитку України на засадах «зеленої економіки»: монографія за наук. ред. д.е.н., проф. Є. В. Хлобистова. К.: НІСД, 2012. 360 с.
7. Презентовано Проект Концепції «зеленого» енергетичного переходу України до 2050 року, 21.01.2020. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/prezentovano-proekt-konceptsiyi-zelenogo-energetichnogo-perehodu-ukrayini-do-2050-roku>

Віровець Д.В.,
аспірант кафедри фінансів та економіки
Київський університет імені Бориса Грінченка
Обушний С.М.,
доцент кафедри фінансів та економіки
Київський університет імені Бориса Грінченка

ДЕЦЕНТРАЛІЗОВАНА ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА В ЧАСИ ГЛОБАЛЬНИХ ТА РЕГІОНАЛЬНИХ КРИЗ

Глобальні та регіональні кризи, будь-то пандемії коронавірусної хвороби 2019 (далі - COVID-19) чи регіональні збройні конфлікти, мають величезний вплив на економіку країн, регіонів, та світу в цілому, та призводять до глобальних перетворень в економічних та соціальних системах. Як показують останні події, ряд країн виявилися неготові до кризових явищ, наслідком чого є суттєва втрата економічного потенціалу цілих регіонів. Для України кризові явища підсилюються нестабільною економічною ситуацією та вже існуючими політичними проблемами. В умовах потрясінь та нестабільності, введення елементів цифрової децентралізації в економіці являє собою одне з найбільш раціональних рішень для адаптації економічних відносин до кризових явищ та пошуку рішень для подолання їх негативних наслідків. Як показала практика цілих країн, застосування децентралізованих цифрових рішень прискорювало координацію дій учасників під час епідемії COVID-19 та дало можливість раціонального використання ресурсів. Такі ж і похідні підходи можуть бути розроблені для їхньої імплементації на постійній або тимчасовій основі з метою забезпечення раціональних зв'язків між учасниками економічних відносин під час криз.

Неконтрольоване поширення пандемії вірусу показало суттєву відсутність необхідної інформації для боротьби з нею, в тому числі відсутність тестів на початку спалаху. Пандемія виявила глибокі структурні недоліки в системах охорони здоров'я та системі організованих поставок обладнання та медикаментів. Логістичні системи, засновані на застарілих для сучасності технологіях, спричинили серйозні нестачі необхідних матеріалів. Керовані страхом і непрозорістю ланцюгів поставок, споживачі в паніці випорожняли полиці магазинів, чим надалі погіршували

«Розвиток економіки міста в умовах євроінтеграції»

ситуацію з забезпеченням. Крім недоліків традиційних інститутів та управління, пандемія виявила серйозні проблеми в системах інновацій, торгівлі, управління даними та технологічної інфраструктури. Зараз, як ніяк актуально зрозуміти такі проблеми для уникнення наслідків будь-яких глобальних криз у майбутньому.

Інститут досліджень технології блокчейн (Blockchain Research Institute) називає проблеми, які необхідно вирішувати під час сучасних економічних криз: отримання якісних даних про початок криз і реакцію населення; підвищення надійності логістичних, транспортних та платіжних систем; забезпечення гарантії якості необхідних матеріалів та кваліфікації персоналу; прозорість системи урядового управління; заохочення раціональної поведінки населення та дотримання їхніх прав; забезпечення безпеки роздрібною торгівлі; дотримання режиму конфіденційності при використанні персональних даних для управління економікою під час криз; заміна доіндустріальних паперових готівкових грошей для можливості застосування сучасних цифрових рішень до торгових операцій. На ці та інші виклики необхідно знайти рішення, адже запровадження сучасних технологій забезпечить втримання економічної системи в режимі відносної стабільності на зменшить ризики для економічних суб'єктів [1].

Пандемія коронавірусної хвороби (COVID-19) в дійсний період є суттєвим шоком для глобальної та регіональних економік, що матиме тривалі та глобальні наслідки в довгостроковій перспективі. Цей шок передусім полягає в невизначеності, що відзначається, зокрема, сповільненням економічного зростання та різким підвищенням протекціоністської напруженості у світі. Сила цієї кризи вже перевищила масштаби попередніх епідемій, які відбувалися після другої світової війни. Це особливо підкреслює нестабільність суттєво глобалізованої світової економіки.

Суттєві втрати в туристичній галузі, транспорт, різке зниження рівня виробництва, падіння попиту на сировину та негативний вплив на світові ринки. Загалом, наслідки криз призводять до переоцінки багатонаціональними підприємствами своїх ланцюгів забезпечення та їх переорієнтацію на райони,

близькі до місця виробництва. Збільшуються відповідно тенденції протекціонізму та ризик торговельно-технологічних війн [6].

Масштаби економічних втрат від COVID-19 є дійсно безпрецедентними, які досі не зустрічалися в сучасній економіці. Очевидно, що пандемія COVID-19 глибоко змінить нашу економіку, нашу поведінку та суспільство. Система економічних зв'язків та транзакцій під час криз вимагає більшої оптимізації та гармонізації, побудови систем нових стандартів.

Для всіх типів криз характерні наступні наслідки: спад виробництва; безробіття; зміни в управлінні економічною системою; зміни в структурі поставок та комерційних зв'язків; збільшення державних виплат та дотацій; зменшення доходів бюджету; консолідація суспільних зусиль і мобілізація ресурсів для реалізації антикризових заходів

Зараз ми переходимо на новий рівень цифрової епохи, де технології штучного інтелекту (AI), Інтернету речей (IoT), розширеної та віртуальної реальності (AR/VR), біотехнології, блокчейну, можуть запропонувати бізнесу і економіці новий набір можливостей. Вважається, що традиційні системи не справляються з новими викликами, і настав час для зміни економічної і соціальної парадигми [1].

Крім цього, одним із пріоритетних завдань української влади називалася розвиток цифрової економіки країни з цифровізацією державних послуг, що повинно звільнити від зайвої бюрократії та допомогти в боротьбі з корупцією.

Можливості використання децентралізованих економічних рішень:

- запровадження альтернативних систем розподілу ресурсів і їх управління;
- швидке переналаштування економічних зв'язків;
- посилення довіри до управління завдяки технологічним рішенням;
- швидкий збір даних та пошук стратегічних рішень, моделей поведінки, організації допомоги;
- побудова систем заохочень раціональної поведінки;
- створення умов для глобальної співпраці;

- запровадження оптимальних моделей збору податків та благодійних коштів, їх розподіл, тощо.

В загальному плані, основна цінність децентралізованих цифрових рішень в тому, що дозволяє перевести управління даними з централізованого джерела до тих, хто має такі дані. Технологія дозволяє створити середовище, коли даним можна цілком довіряти, при необхідності швидко їх перевіряти та при цьому забезпечувати рівень анонімності, відповідно забезпечити захист приватності та інтелектуальної власності даних. Разом з цим технологія дозволяє обмін такими даними з постачальниками матеріалів та послуг для пошуку рішень найоптимальнішого забезпечення потреб. Вже зараз уряди ряду країн починають співпрацювати з операторами децентралізованих цифрових системам з управління даних про стан здоров'я населення в умовах пандемії [5].

За даними досліджень та вже реалізованих проектів, децентралізовані цифрові технології з використанням блокчейну дозволяють здійснювати комерційні операції в режимі реального часу, скорочуючи час і витрати практично в будь-якому з процесів, забезпечуючи при цьому високу ступінь точності та контролю, з набагато меншим ризиком. За допомогою недорогих автоматизованих механізмів блокчейн здатний забезпечити автоматизоване ведення реєстрів, що дозволяє безпечний збір та обмін інформацією в режимі реального часу. В системах блокчейну операції з реєстрами стають можливими за допомогою розумних контрактів (smart contracts), де комерційні умови, в тому числі і умови оплати, виконуються автоматично з використанням цифрового коду, що забезпечує швидкість реалізації угод та більшу довіру до комерційних партнерів. Зменшення операційних витрат, підвищення ефективності, та, відповідно, збільшення доходності за рахунок запровадження децентралізованих цифрових продуктів, - лише деякі переваги блокчейна. З іншого боку, запровадження технології порушує питання безпеки, масштабованості та продуктивності, що обмежує його запровадження в реальні системи [2]. Світова Організація Торгівлі очікує, що нові цифрові технології допоможуть у подальшому

скоротити торгові витрати, внаслідок чого глобальна торгівля може зрости на 31–34% протягом наступних 15 років.

Список використаних джерел інформації:

1. BLOCKCHAIN SOLUTIONS IN PANDEMICS, A Call for Innovation and Transformation in Public Health, Don Tapscott and Alex Tapscott, Blockchain Research Institute, April 2020 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.blockchainresearchinstitute.org/blockchain-and-pandemics/>

2. Advancing global trade with blockchain, How to unleash value from trusted, interconnected marketplaces, Research Insights, Copyright IBM Corporation 2020 IBM Corporation, New Orchard Road, Armonk, NY 10504 – Режим доступу: <https://www.ibm.com/downloads/cas/WVDE0MXG>

3. BLOCKCHAIN AND THE FIVE VECTORS OF PROGRESS 2019, Deloitte, 2019, – Режим доступу: <https://www2.deloitte.com/ro/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/blockchain-and-the-five-vectors-of-progress.html>

4. Blockchain and cybersecurity: a taxonomic approach, Stefano De Angelis, Gilberto Zanfino, Leonardo Aniello, Federico Lombardi, Vladimiro Sassone, University of Southampton, October 2019 – Режим доступу: https://www.eublockchainforum.eu/sites/default/files/research-paper/wrks-main_1.pdf?width=1024&height=800&iframe=true

5. Covid-19 : Quel rôle pour la décentralisation dans la lutte contre le coronavirus?, електронний ресурс - <https://www.quantmetry.com/blockchain-backtracking/>

6. Coronavirus: un grain de sable dans l'économie mondiale, Michel Fouquin, Jean-Raphaël Chaponnière, Billet du 2 mars 2020 – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/339847416_Coronavirus_un_grain_de_sable_dans_l'economie_mondiale/link/5e8da87e4585150839c7a5ae/download

Вонсович А.А.,
здобувач ступеня бакалавра,
Науковий керівник
Жукова Ю.М.,
доцент кафедри фінансів та економіки
Київський університет імені Бориса Грінченка

ПРОЄКТ БІЗНЕСУ В МІСТІ «РЕПЕТИТОРСТВО»

Сьогодні бізнес репетиторства широко затребуваний. Люди готові користуватися послугами не тільки репетиторського центру, а й приватних викладачів. Найчастіше до таких послуг вдаються батьки школярів, коли діти або не встигають за шкільною програмою, або вона занадто легка для них і є необхідність поглиблено вивчити той чи інший предмет. Також пошуками репетиторського центру або приватного репетитора займаються абітурієнти, щоб підготуватися до вступних іспитів. Запорукою успішної здачі ЗНО і подальшого вступу до університету є не тільки хороша шкільна база абітурієнта, а й додаткові заняття з репетитором по ЗНО. Для викладачів, які працюють репетиторами така діяльність – це додатковий дохід, прагнення підвищити якість життя і здобути фінансову незалежність.

Чи потрібна державна реєстрація для обраного виду діяльності? Чи треба створювати юридичну особу? Відповідно до п.п. 14.1.54 п. 14.1 ст. 14 Податкового кодексу України дохід з джерелом їх походження з України – будь-який дохід, отриманий резидентами або нерезидентами, у тому числі від будь-яких видів їх на території України. Якщо викладач-репетитор не є фізичною особою - підприємцем, але постійно надає репетиторські послуги фізичним особам, то він зобов'язаний включити суму таких доходів до загального річного оподаткованого доходу та подати податкову декларацію за наслідками звітного податкового року, а також сплатити податок. Якщо ви володієте знанням, дайте іншим запалити від нього свої світильники (Т. Фулпер). Метою запропонованого бізнес-проєкту є поліпшення якості знань учнів.

Розроблено наступні правила або умови для здійснення репетиторства. Потрібно постійно займатися самоосвітою, відвідувати спеціалізовані семінари і підвищувати кваліфікацію. Прикрасити свій кабінет кращими дипломами та сертифікатами. Скласти розклад роботи. Мати обладнання та методичне забезпечення: комп'ютер, принтер, навчально-методичні посібники. Вартість заняття можна піднімати тільки в тому випадку, коли у Вас вже є великий педагогічний досвід і за вами закріпилася хороша репутація.

Цей ринок призначений для:

- дітей дошкільної освіти та молодшої школи
- учнів старшої школи
- студентів

План пошуку клієнтів необхідно опрацювати відразу і максимально детально. Перш за все, можна використовувати традиційні інструменти, розвішуючи оголошення на дошках на вулиці, роздаючи листівки біля навчальних і освітніх установ, розміщувати оголошення в друкованих виданнях. Але найбільш ефективною рекламою на сьогодні є Інтернет. В першу чергу, це оголошення на безкоштовних дошках, а також на тематичних форумах. Як варіант, можна створити власний блог або сайт, через який теж приймати замовлення. Згодом ці інструменти втрачають свою актуальність, поступаючись місцем «сарафанне радіо». Звичайно, якщо ваші послуги мають конкурентний рівень. Традиційний рекламний хід - зробити перше заняття безкоштовним, щоб учень зміг оцінити, наскільки йому комфортно працювати з вами, наскільки підходить йому ваш стиль викладання.

Головна ідея та цінність.

1. Досвідчений репетитор живе далеко від вашого будинку, тому дитині важко втиснути індивідуальній заняття в свій графік.
2. Фінансова сторона питання;
3. Потреба в індивідуальних уроках виникає в учнів із сільської місцевості.
4. Місце.
5. Необхідність переривати курс занять на час поїздки.

6. Нецікаво.
7. Заняття зриваються через хворобу репетитора або учня.
8. Складно знайти педагога, з яким дитині було б комфортно.
9. Батьки не можуть проконтролювати якість викладання.

Можливості та переваги: 1) фінансова незалежність; 2) вільний графік; 3) професійний розвиток. Залучення клієнтів відбувається: у мережі Інтернет; через знайомих. Розміщувати рекламу репетиторських послуг потрібно там, де їх побачать батьки, студенти. Розмістити свої оголошення на дошках оголошень в місцевих школах, публічній бібліотеці, дитячих садах або навіть в місцях відпочинку, де часто бувають діти. Можна подати оголошення в свою місцеву газету – друковану або онлайн-версію. Розміщувати рекламні оголошення на різних платформах веб-сайтів, щоб підвищити інтерес до власного бізнесу.

Способи надання репетиторських послуг: заняття на дому у викладача; заняття на дому в учня; дистанційний спосіб репетиторства.

“Треба самому багато знати, щоб навчати інших”. Вирішальним фактором є конкурентні можливості того чи іншого викладача, тобто його рейтинг. Відповідно, щоб ваш приватний бізнес виявився конкурентоспроможним, треба мати відповідну освіту, солідний досвід викладацької діяльності. Правда, треба враховувати, що, вибираючи репетитора своїй дитині, батьки частіше спираються на рекомендації знайомих і близьких, ніж на дипломи і трудовий стаж викладача. Але їх наявність все ж надає вагу і авторитетність вам, як репетитора.

Критерії хорошого репетитора: володіє своїм предметом досконало; має значний досвід викладання; обов'язково готується до кожного уроку; використовує тільки якісні навчальні посібники; відстежує результативність своєї роботи; постійно розвивається професійно.

Витрати на організацію бізнесу: оренда приміщення; обладнання (проектор та екран; офісна техніка; підключення до Інтернету; офісні меблі).

Перед вибором конкретного навчального предмета, варто оцінити попит на подібний товар, а також рентабельність напряму. Адже, саме собою зрозуміло, що

репетитор з англійської мови, швидше за все, буде набагато більш затребуваний, ніж репетитор з української літератури.

Прогнозні фінансові результати проекту: виручка за рік –84000 грн.; сукупні витрати за рік – 63168 грн.; чистий прибуток за рік – 77 020 грн.; термін окупності проекту–10 місяців; рентабельність проекту– 122 %; витрати на соціальні цілі, в рік – 13 700 грн.

Здебільшого ринок репетиторства України росте за рахунок попиту на заняття з підготовки до ЗНО чи заняття за шкільною програмою. Дорослі звертаються до приватних викладачів для вивчення іноземних мов, тому все ще існує уявлення, що репетитори потрібні лише для дітей та школярів. З іншого боку, з'являються тенденції до розуміння важливості освіти протягом життя серед дорослого населення України, тому, можливо, за кілька років ринок приватних послуг виглядатиме зовсім інакше.

Гивель С.М.
здобувач I (бакалаврського) рівня вищої
освіти, спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Соболева-Терещенко О.А.
к.е.н., доцент кафедри фінансів та економіки
Київський університет імені
Бориса Грінченка м. Київ, Україна

НАПРЯМИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В КОНТЕКСТІ РОЗБУДОВИ БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

В умовах розвитку цифрової економіки цифровий банкінг є актуальним питанням, і сьогодні цифрові зміни виходять за рамки банківської справи. Цифровий банкінг - це впровадження нових та розвиваючих технологій у сфері фінансових послуг, у поєднанні з відповідними змінами у внутрішніх та зовнішніх корпоративних та кадрових відносинах, щоб забезпечити ефективне обслуговування клієнтів [1].

Дедалі більше банківських установ розвинутих країн спрямовують свої зусилля на розвиток Інтернет-банкінгу, мобільних додатків і дистанційне обслуговування клієнтів. Скорочення кількості банківських відділень вже стало цілком реальною тенденцією не тільки серед великих, а й регіональних банків країн Західної Європи та Світу. Інтеграція України в європейську банківську систему сприяла не тільки очищенню та перезавантаженню банківської системи, а й виступила ефективним інструментом подальшого розвитку цифрової економіки [2].

Яскравим прикладом стрімкого розвитку цифрової економіки в Україні став «Приват24» — найпопулярніший український інтернет-банкінг, що належить АТ КБ «Приватбанк». Переведення ПАТ КБ «Приватбанк» з недержавної форми власності у державну (АТ КБ «Приватбанк») не тільки дозволило стабілізувати фінансовий стан банку та всього банківського сектору України, а й сприяло процесу впровадження інноваційних продуктів та технологій [3].

На сьогодні, система «Приват24» дозволяє отримувати доступ та керувати платіжними картками клієнта випущеними не лише АТ КБ «Приватбанк»,

а й іншими українськими банками в режимі реального часу. За даними АТ КБ «Приватбанк», мобільними додатками Privat24 користуються понад 2,5 млн користувачів смартфонів (1,8 млн — на ОС Android і понад 500 тис. — на iPhone), щодня в систему «Приват24» через смартфони входить понад 200 тис. клієнтів [4].

Іншим прикладом стрімкого розвитку цифрової економіки в Україні став Monobank — роздрібний продукт АТ «Універсал Банк», який виник у рамках співпраці з командою Fintech Band після націоналізації ПАТ КБ «Приватбанк». У рамках monobank випускаються кредитні картки для клієнтів, є можливість розмістити депозити й отримати інші послуги, а найкращий мобільний додаток зробить управління фінансами максимально зручним. Monobank працює тільки на мобільних пристроях.

Минуло майже два роки від офіційного запуску Monobank, два роки з моменту початку передреєстрації і два з половиною роки після націоналізації ПАТ КБ «Приватбанк» і кількість клієнтів мобільного банкінгу перевищила 1 мільйон користувачів [5].

Із поширенням інформаційних технологій змінюється порядок взаємодії із кінцевим користувачем банківських послуг. Сьогодні не потрібно звертатись у відділення банку для здійснення базових операцій. Натомість все більше банків пропонує клієнтам низку додаткових послуг, використання яких посилює лояльність клієнтів і забезпечує конкурентні переваги банківським установам.

В Україні правова база організації безготівкових розрахунків визначається низкою законодавчо-нормативних актів, які регламентують банківську діяльність. Зокрема, загальні правила, види і стандарти розрахунків клієнтів банків та банків у грошовій одиниці України на території України, що здійснюються за участю банків регламентуються Інструкцією про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті затвердженою Постановою Правління Національного банку України № 22 від 21.01.2004 [6].

«Цифровий банкінг є важливим локалізатором клієнтської бази, недооціненим джерелом комісійного доходу та способом досягнення конкурентної переваги

банківської установи на ринку фінансових послуг. Слід зазначити, що саме якість цифрових банківських послуг та зручність використання банківських сервісів поступово витісняє у свідомості клієнтів такий важливий на сьогодні критерій як ціна. Цифровий банкінг – це нова перспективна концепція в сфері електронного банкінгу, мета якої збагатити стандартний онлайн- і мобільний банкінг, інтегрувати цифрові технології з використанням різних платіжних каналів, соціальних медіа, інноваційних платіжних рішень» [7].

Для досягнення поставлених цілей необхідно виконати такі завдання:



Рис.1. Завдання розвитку цифрового банкінгу.
Сформовано авторами на основі джерел [7-10].

Отже, цифровий банкінг оцінюється, як перспективний вектор розвитку банківської системи в цілому, який дозволяє скоротити витрати на персонал для банків і економію часу та коштів для їхніх клієнтів. Це одна з основних послуг, що підвищує лояльність клієнтів комерційних банків через можливість робити традиційні операції без відвідування банківського відділення.

Для сприяння розвитку цифрового-банкінгу в Україні слід удосконалити нормативно-правову базу його використання та приділити особливу увагу інноваційному банківському менеджменту, спрямованому перш за все на

розширення системи безготівкових розрахунків та впровадження інноваційних банківських послуг [8].

В останні роки українці почали набагато частіше оплачувати безконтактно - за допомогою платіжних карт або пристроїв з NFC. Так, з жовтня 2017 по жовтень 2018 кількість оплат пристроями з картами Mastercard збільшилася в 90 разів. На сьогодні NFC-платежі доступні клієнтам 18 українських банків, а наша країна входить у світові лідери за кількістю NFC-оплат за картками Mastercard.

Крім того, українці все частіше оплачують послуги за допомогою QR-кодів. Завдяки цій технології розраховуватися за ряд послуг стало ще зручніше і швидше. EasyPay - електронна система прийому платежів, працює на ринку України з 2007 року. Щодня послугами компанії користуються близько півмільйона платників. Компанія співпрацює з 30 банками-партнерами і приймає платежі за понад 3 500 видів послуг [10].

Таким чином, вищезазначені напрями цифрової трансформації дають підґрунття щодо формування сучасних українських бізнес-стратегій в сфері банківського обслуговування в умовах сьогодення та забезпечення подальшого інноваційного розвитку цифрової економіки відповідно до світових трендів.

Список використаних джерел інформації:

1. Савенко С. За ними майбутнє [Електронний ресурс] / Сергій Савенко // Finance.ua. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/416199/za-nymy-majbutnye>
2. Рамський, А.Ю., Лойко, В. В., Соболева-Терещенко, О.А., Жарнікова, В. В., Лойко, Д.В. (2017) Інтеграція України в європейську банківську систему: очищення, перезавантаження та Базель III Banks and Bank Systems, 12 (4). с. 163-174. ISSN 1816-7403 (print), 1991-7074 (on line)
3. Соболева-Терещенко, Олена Анатоліївна та Солоніна, Діана (2018) Націоналізація ПАТ КБ «Приватбанк»: причини, наслідки та

перспективи Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, VI(26) (156). с. 50-52. ISSN 2308-5258; 2308-1996

4. Сайт АТ КБ «Приватбанк» Режим доступу до ресурсу: <https://privatbank.ua/>

5. Кількість клієнтів monobank перевищила 1 мільйон. Режим доступу до ресурсу: <https://minfin.com.ua/ua/2019/05/26/37872454/>

6. Про затвердження затвердження Інструкції про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті [Електронний ресурс] // 21.01.2004 – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0377-04>.

7. Кириленко С.А. Зміна парадигми продажу банківських послуг в умовах розвитку цифрових каналів дистрибуції [Текст] / С.А. Кириленко // Світ фінансів. - 2016. - Вип. 4. - С. 140-147

8. Соболева-Терещенко, Олена Анатоліївна (2018) Розділ 3.1. Концептуальні основи термінології і типології банківських карт в системі інноваційного банківського менеджменту Колективна (три і більше авторів). Концепти інноваційного розвитку підприємництва: монографія. Інтерсервіс, Київ, Україна.

9. Степаненко О. П. Перспективні напрями цифрової трансформації в контексті розбудови цифрової економіки / Степаненко О. П. // Моделювання та інформаційні системи в економіці : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; редкол.: В. К. Галіцин (голов. ред.) [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2017. – № 93. – С. 120–131.

10. Жарнікова В. В. Світові тенденції та сучасні реалії розвитку роздрібною торгівлі в умовах цифрової економіки. Ефективна економіка. 2019. № 5. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7075> (дата звернення: 21.05.2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.5.151

*Громова Вікторія,
студентка спеціальності
«Фінанси, банківська справа та страхування»
групи ФіКб-1-16-4.0д
Київського університету
імені Бориса Грінченка*

ЯКІ НАСЛІДКИ ДЛЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ МОЖЕ МАТИ ПАНДЕМІЯ 2020?

На сьогоднішній день економічні наслідки поширення пандемії є більшими, ніж звичайна фінансова криза. Зміни на фондових ринках, де купують і продають акції компаній, впливають не лише на компанії та трейдерів. Вони впливають на те, як у світі рухаються інвестиції, а також на пенсійні та інші заощадження у багатьох країнах. Наприклад, пенсійні фонди часто інвестують гроші клієнтів у цінні папери. Усі суттєві індекси основних фондових бірж світу в Японії, Британії та США реально зменшились після того, як вірус почав поширюватися світом.

Оперуючи даними Bloomberg можна відстежити падіння провідних компаній даних країн. Від початку року акції FTSE 100 впали на - 21,3%, Dow Jones Industrial Average на -17,01% та Nikkei 225 на - 14,89%. Такі показники говорять про страх інвесторів, що поширення пандемії коронавірусу припинить зростання економіки, а сили, прикладені урядом не будуть достатніми для того, щоб повністю зупинити спалах COVID-19. Опираючись на дану інформацію центральні банки у більшості країн почали знижувати облікові ставки, аби зменшити ціну грошей, кредитні позики стали також більш доступні. Аналізуючи теоретичні та аналітичні дані такий крок має збільшити кількість споживчих кредитів. Серед тих, хто вирішив зменшити облікову ставку – Федеральна резервна система США та Банк Англії.

Інвестори завжди надають перевагу більш надійним активам. Серед таких активів саме золото вважають найбільш надійним. Але зараз інвестори настільки сумніваються в тому, як розвиватимуться події та якими будуть наслідки для світової економіки, що обвалюються навіть ціни на даний дорогоцінний метал.

Окрім того, ціни на нафту впали до найнижчого рівня – майже за 20 років (від червня 2001). Інвестори стривожені, що подальше поширення пандемії зумовить уповільнення світової економіки. На кінець квітня 2020 року, опираючись на дані CME Group, ціна ф'ючерсів на американську нафту NYMEX впала до - 37\$ за барель, а ціна на нафту WTI коштувала деякий час менше 1\$, після чого 20 квітня її ф'ючерси коштували 0,00\$. Якщо ще у листопаді ОЕСР прогнозували, що у 2020 році глобальна економіка зросте на 2,9%, то зараз прогнози зменшилися до 2,4%.

Переглядаючи варіант, коли пандемія триватиме довше і матиме гірші наслідки, якщо господарюючі об'єкти будуть закриті, а працівники залишаться вдома ще на невизначений період часу то в 2020 світова економіка має вірогідність зрости всього на 1,5%. На думку головного інвестиційного стратег-аналітика Mitsubishi UFJ Morgan Stanley Securities Норихіро Фухіто: «Коронавірус зараз виглядає як пандемія. Але на даний момент ніхто не може сказати, як довго це триватиме і наскільки воно стане серйозним».. Ціни на акції падають, якщо виникає економічна нестабільність, наприклад, під час фінансової кризи або пандемії. Це означає, що інвестори менш схильні до придбання акцій компаній, а скоріше розмірковують забрати свої інвестовані кошти назад.

Для прикладу візьмемо Сполучені Штати Америки, адже саме на їх ринки орієнтується світ. В березні президент США, Дональд Трамп, зазначив: «Загальнонаціональна надзвичайна ситуація з коронавірусом може тривати до кінця літа або навіть довше». Для інвесторів це можна сприймати як сигнал, що економічна активність страждатиме принаймні протягом наступних чотирьох місяців. Така ситуація створює ефект доміно, оскільки глобальні ринки пов'язані через ланцюги поставок. Сполучені Штати Америки є глобальним споживачем, і якщо люди там працюють вдома та витрачають менше коштів, то це впливає на компанії, що виробляють товари та надають певні послуги. Хоча кінцевий споживач може бути в США, ймовірно, що запчастини – чи увесь продукт – доставляються з інших виробничих осередків, наприклад, Індія та Китай. Зниження попиту населення загрожує збільшенню рівня безробіття в державі.

Однак, якщо виокремити тільки інвестиційний план, то зниження цін на акції дає можливість їх придбати за вигідною ціною – з надією, що у довгостроковій перспективі ситуація прийде в норму, а ціни почнуть зростати. Також світові експерти попереджають, що усі, хто бажають зараз інвестувати кошти, мають оцінити, наскільки вони готові до того, що їхні інвестиції ще деякий час падатимуть в ціні, та переконатися, що вони не вкладають всі гроші тільки в один вид цінних паперів.

З тим часом дохідність облігацій, які випускає уряд України, збільшується. На 2020 рік закладено курс 27 грн за дол. США. Ревальвація національної валюти призведе до зростання дефіциту бюджету. Розв'язати проблему можна шляхом формування обмінного курсу гривні відповідно до закладених параметрів та через залучення коштів за допомогою продажу ОВДП. Щодо українських облігацій зовнішнього державного боргу (ОЗДП), то їхній рівень дохідності залежить від терміну корекції світових ринків цінних паперів. Якщо пандемія продовжиться, то все може змінитися. Відтак інвестори зацікавляться ОЗДП з погашенням у 2026 році та відсотковою ставкою 6,2%.

Отже, наразі оптимальне рішення для інвесторів – тримати 50% активів у гривні та 50% – у доларах США. Завдяки такому розподіленню заощаджень можна продовжити отримувати високу дохідність у національній валюті й водночас знизити ризики девальвації гривні завдяки доларовим вкладенням.

*Загоруйко Д. М.,
Студентка 4 курсу, спеціальності
«Фінанси, банківська справа та страхування»
Київський університет імені Бориса Грінченка;
Казак О.О. к.е.н.,
доцент кафедри фінансів та економіки
Київський університет імені Бориса Грінченка*

ВПЛИВ ДЕТЕРМІНАНТІВ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Європейський союз (ЄС) за останні два десятиліття демонструє значну динаміку приєднання країн-членів. В останніх раундах розширення до ЄС вступили в основному малі країни, тоді як старші держави-члени в основному належать до великих країн ЄС. При цьому спостерігається значне превалювання середньорічних темпів економічного зростання малих країн ЄС у порівнянні з великими, що обумовлено, в першу чергу, вільним доступом до Єдиного ринку ЄС. Приваблюючим фактором для держав є його відкрита ринкова економіка, заснована на верховенстві закону і стабільних демократичних системах, забезпечує процвітання їх громадян, стимулює інновації і створює глобальні можливості для зростання. Серед основних пріоритетів розвитку України впродовж останніх років також є повномасштабна інтеграція з Європейським Союзом. Тривалий період співробітництва України та ЄС посприяв формуванню комплексних інструментів, використання яких повинно стати підґрунтям сталого економічного зростання і розвитку на рівні не тільки держави, а також підприємств, організацій, установ, трансформації всіх суспільних сфер та впровадження євростандартів задля зростання якості та рівня життя населення нашої країни. Для України європейська інтеграція – це шлях модернізації економіки, подолання технологічної відсталості, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника, вихід на світові ринки, насамперед на ринок ЄС.

Однією з особливостей ринкової економіки є діяльність підприємств в певному конкурентному середовищі, фактори якого справляють визначальний

«Розвиток економіки міста в умовах євроінтеграції»

вплив на хід роботи суб'єктів господарювання. Конкуренція виступає невіддільною складовою ринкової економіки та має значний вплив на економічний прогрес. На сьогодні в умовах глобалізаційних тенденцій світової економіки, відкритості товарних ринків спостерігається загострення конкурентної боротьби на всіх рівнях: між державами, їх об'єднаннями, регіонами, галузями, підприємствами тощо.

В теорії фактори впливу, яким підпорядковується конкурентне середовище, характеризуються значною диференціацією поглядів серед науковців. Одним з найбільш змістовних виділено визначення, в основу якого покладений комплексний підхід американського економіста М. Портера.

Професор визначає конкурентне середовище як сукупність організацій-суперників, які бажають досягти своїх цілей будь-якими засобами в мінливих умовах. Майкл Портер передбачає залежність рівня конкуренції від 5 складових: загрози появи продуктів-замінників; загрози появи нових гравців; ринкової влади постачальників; ринкової влади споживачів; рівня конкурентної боротьби [1, С. 36]. Вони відображені на рис. 1.



Рис.1 Модель п'яти конкурентних сил М. Потера

З формулювання даної моделі можна дійти висновку, що конкурентне середовище складається з системи чинників, що аналізують поточну ситуацію, в якій підприємство реалізує заздалегідь обрану стратегію. Сукупність чинників умовно можна розділити на зовнішні та внутрішні.

Зовнішні чинники впливу на рівні формування конкурентного середовища реалізують мультиплікаційний ефект внутрішніх змін вже зсередини. Крім того, взаємодія підприємства з іншими суб'єктами ринку в умовах конкурентоспроможності відбувається у двох зонах: макросередовищі та

мікросередовищі. Загальний аналіз чинників конкурентного середовища наведено в таблиці (див. табл. 1).

Потреба в адаптації до нестабільного, динамічного спектра зовнішніх умов, а також до умов конкуренції та обмеженої раціональності підштовхує підприємства до еволюційних перебудов. Задля збереження й зміцнення власних позицій в конкурентному середовищі підприємство має не лише підтримувати високу конкурентоспроможність, але й постійно її підвищувати [2, С. 16].

На сьогодні переважна більшість виробників характеризується досить низьким рівнем розвитку та неконкурентоспроможністю продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Описана ситуація обумовлена низьким техніко-технологічним рівнем, недостатнім розміром інвестиційних вкладень, недосконалістю фінансово-кредитної системи.

Таблиця 1

Аналіз чинників конкурентного середовища

Види чинників	
Макросередовища	Мікросередовища
Політичні	<ul style="list-style-type: none"> – Професійний ріст персоналу – Набуття нових навичок працівників – Участь у вирішенні актуальних проблем – Командне вирішення питань торговельного підприємства – Оптимізація трудової мотивації – Формування цінності роботи – Можливість брати участь в стратегічному менеджменті працівників різних ланок – Організаційна гнучкість – Підвищення рівня трудової та виробничої дисципліни – Удосконалення демографічної структури персоналу
– Політична стабілізація	
– Доступність системи стандартизації	
– Ступінь державного контролю та втручання	
Економічні	
– Тенденції розвитку населення	
– Рівень цін на сировину	
– Рівень насиченості ринків збуту	
Технологічні	
– Розвиток комп'ютерної та телекомунікаційної техніки	
– Зміни у продуктах та процесах їх виробництва	
Соціально-культурні	
– Потреба залучення працівників до управління	
– Соціальні запити	
– Гуманізація робочих місць	

*Джерело: сформовано автором за даними [1, 2]

Одним з важливих факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємств в сучасних умовах виступають інновації, що мають спрямування на підвищення ефективності підприємства, ґрунтуються на наукових підходах, принципах і методах управління, використанням нововведень. Присутність стійких конкурентних переваг підприємства є результатом комплексного підходу до управління підприємством, елементами механізму якого є організаційно-структурне забезпечення, оптимізація виробничих процесів та ефективний менеджмент збутом продукції [3, С. 159]. Отже, з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємств в межах національної економічної системи у сучасних умовах глобалізації необхідно продовжувати розвивати економічну діяльність, збільшуючи обсяги продукції відповідної якості для споживання всередині країни та експорту на зовнішні ринки.

Список використаних джерел інформації:

1. Портер М. Конкурентна перевага: Як досягати стабільно високих результатів / М. Портер; пер. з англ. – І. Ємельянова, І. Гнатковська: Наш Формат, 2019. – 621 с.
2. Сучасні форми конкурентної взаємодії суб'єктів господарювання: монографія / Ж.В.Поплавська, Н.Л.Михальчишин, М.Л.Данилович-Кропивницька, О.В.Гошовська, С.О.Комаринець; за заг. ред. Ж.В.Поплавської. – Львів: ТОВ «Галицька видавнича спілка», 2019. 201 с.

Качоровський В.Ю.
здобувач I (бакалаврського) рівня вищої
освіти, спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Соболева-Терещенко О.А.
к.е.н., доцент кафедри фінансів та економіки
Київський університет імені
Бориса Грінченка м. Київ, Україна

КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

В сучасних умовах впровадження законодавчих змін в регулювання учасників фінансового ринку України, забезпечення комплексної оцінки платоспроможності страхової компанії є найактуальнішим питанням побудови її ефективної фінансової стратегії на ринку страхових послуг [1].

Відмінність страхових компаній полягає в тому, що вони отримують від страхувальника грошові кошти взамін на послуги які, шляхом наступних страхових виплат, забезпечують страховий захист лише тим страхувальникам, яким було завдано збитки та які потребують фінансової підтримки.

Забезпечення платоспроможності страховиків України контролюється згідно із Законом України «Про страхування» [2], яким передбачено:

- наявність сплаченого статутного фонду та наявність гарантійного фонду страховика, яким чинне законодавство вважає спеціальні та резервні фонди, а також суму нерозподіленого прибутку страховика;

- створення страхових резервів, достатніх для майбутніх виплат страхових сум і страхового відшкодування:

- перевищення фактичного запасу платоспроможності над розрахунковим нормативним запасом платоспроможності. Слід зазначити, що впровадження законодавчих змін в регулювання учасників фінансового ринку потребує ефективної комунікаційної політики Національного Банку України (НБУ) в умовах прийняття Закону № 2413а, відомого також як «СПЛІТ» [3].

Після «СПЛІТ» всім страховим компаніям, які планують працювати на ринку страхування довго, прозоро та прибутково, отримуючи і гроші клієнтів, і зовнішні

інвестиції, передача регулювання від Нацкомфінпослуг до НБУ піде тільки на користь [4].

Серед головних напрямків удосконалення та оптимізації класичного страхового ринку через впровадження моделі регулювання, викладеній в Білій книзі «Майбутнє у регулюванні небанківського фінансового сектору», слід зазначити:

- сегментація працюючих на небанківському фінансовому ринку компаній на три групи;

- пропорційність регулювання;

- полегшення ліцензування;

- доступ компаній на нові ринки;

- створення фонду гарантування страхових виплат;

- оптимізація звітності;

- захист прав споживачів фінансових послуг в небанківському секторі;

- ефективний нагляд за фінансовими групами;

- розбудова ефективної системи регулювання та нагляду на не- банківському фінансовому ринку;

- комплексна оцінка страхового ринку, що включатиме оцінку активів та зобов'язань, ризиків та платоспроможності.

Зауважимо, що платоспроможність страхової компанії - це об'єктивний показник поточного фінансового стану страховика шляхом його прогнозування в майбутньому, що в кінцевому підсумку є підґрунтям захисту прав споживачів страхових послуг [5]. Інакше, це можливість виконання в майбутньому його зобов'язань завдяки тим активам, які є в розпорядженні страховика, являють собою реальні цінності, а тому є ліквідними.

Оцінка платоспроможності страхових компаній здійснюється з урахуванням всіх зобов'язань: як зовнішніх, так і внутрішніх. Зовнішні зобов'язання - це зобов'язання перед страхувальниками, фінансовими установами, перестраховиками, бюджетом та інше. Внутрішні зобов'язання - це зобов'язання перед засновниками, представництвами та філіями, співробітниками. За обсягом перевагу мають зовнішні

зобов'язання, які можна поділити на страхові та інші. Обсяг зовнішніх зобов'язань є основним показником для визначення платоспроможності.

Відмітимо, що страхові зобов'язання приймаються рівними обсягам страхових резервів, які страховик зобов'язаний формувати у порядку, передбаченому Законом України «Про страхування» [2]. Показник фактичного запасу платоспроможності показує величину чистих активів страховика, тобто активів вільних від зобов'язань. Фактичний запас платоспроможності визначається за допомогою формули:

$$\text{ФЗП} = \sum A - \sum \text{НА} - \sum Z, \quad (1)$$

де ФЗП – фактичний запас платоспроможності,

$\sum A$ – загальна сума активів,

$\sum \text{НА}$ – загальна сума нематеріальних активів,

$\sum Z$ – загальна сума зобов'язань

Фактичний запас платоспроможності страховика також визначається як різниця між загальною сумою майна (загальної суми активів) M і сумою нематеріальних активів Na мінус сума зобов'язань Zo та страхових резервів R , які страховик повинен сформувати у відповідності з вимогами, що передбачені статтею 31 Закону України «Про страхування»:

$$\text{ФЗП} = M - Na - Zo - R, \quad (2)$$

Нормативний запас платоспроможності страховика на звітну дату (без урахування договорів страхування життя) вибирається як найбільша з двох наведених нижче величин, а саме:

Перша величина розраховується шляхом множення суми страхових премій за попередні 12 місяців на 0,18 (останній місяць буде складатися із кількості днів на дату розрахунку). При цьому сума страхових премій зменшується на 50 відсотків страхових премій, належних перестраховикам. Нормативний запас платоспроможності (НЗП) за показником страхових премій розраховується за наступною формулою:

$$\text{НЗП} = 0,18 \times (\text{СП} - 0,5 \times \text{СП}_\text{п}), \quad (3)$$

де НЗП – нормативний запас платоспроможності;

СП – премії за попередні 12 календарних місяців;

СПп – премії, що перераховані перестраховикам;

0,18 – понижуючий коефіцієнт, взятий на рівні стандартів директив ЄС.

У свою чергу, друга величина розраховується шляхом множення суми страхових виплат за попередні 12 місяців на 0,26 (останній місяць буде складатися із кількості днів на дату розрахунку). При цьому сума страхових виплат зменшується на 50 відсотків виплат, що компенсуються перестраховиками згідно з укладеними договорами перестраховування. [4]

Ще один показник, а саме нормативний запас платоспроможності (НЗП) за показником страхових виплат розраховується таким чином:

$$\text{НЗП} = 0,26 \times (\text{СВ} - 0,5\text{СВп}), \quad (4)$$

СВ – страхові виплати за попередні 12 календарних місяців;

СВп – виплати, сплачені перестраховиками;

0,26 – понижуючий коефіцієнт.

Подальше дослідження оцінки платоспроможності страхової компанії дає можливість стверджувати, що зміст визначення платоспроможності страховика полягає в порівнянні обсягу зобов'язань страховика перед страхувальниками з обсягом власних коштів, які можуть бути використані на покриття зобов'язань [6].

Порівняння фактичного запасу платоспроможності над нормативним запасом відображає частку власних коштів страховика в загальних зобов'язаннях, тобто на будь-яку дату фактичний запас платоспроможності страховика повинен перевищувати розрахунковий нормативний запас платоспроможності. У формульному вигляді це репрезентується так:

$$\text{ФЗП} > \text{НЗП}, \quad (5)$$

де ФЗП – фактичний запас платоспроможності,

НЗП – нормативний запас платоспроможності.

Отже, можна стверджувати що основними недоліками нормативного методу, які загрожують будь-якому страховику банкрутством у будь-який момент часу, є те, що резерви формуються не в залежності від тих зобов'язань, що має страховик по

діючих договорах, а від суми страхових внесків, що він одержав за звітний період. Тобто страховик може вивести прибуток і виплатити дивіденди своїм акціонерам, а вже наступного дня не в змозі зробити навіть мінімальну страхову виплату.

Крім того, при нормативному методі виникає й інший нонсенс. При збільшенні рівня виплат, коли темп росту страхових виплат перевищує темпи росту страхових внесків, що надходять, унаслідок чого рівень виплат стає більше, ніж частка нетто-ставки в брутто, резерви по нормативному методу зменшуються, а не збільшуються.

Зауважимо, що в закордонній страховій практиці використовується такий показник, як рівень платоспроможності (K_{sm}), що визначається як відношення показника фактичного запасу платоспроможності до максимального значення показника нормативного запасу платоспроможності:

$$K_{sm} = \text{ФЗП} / \text{НЗП}, \quad (6)$$

де K_{sm} – показник рівня платоспроможності страховика;

ФЗП – фактичний запас платоспроможності страховика;

НЗП – максимальне значення показника нормативного запасу платоспроможності страховика.

За міжнародними стандартами рекомендоване значення цього показника має перевищувати 20%.

Окрім показника рівня платоспроможності страховика використовується показник рівня достатнього покриття власними коштами, що розраховується за формулою:

$$\text{CAR} = (\text{ФЗП} - \text{НЗП}) / \text{НЗП} \times 100\%, \quad (7)$$

де ФЗП – фактичний запас платоспроможності страховика;

НЗП – значення показника нормативного запасу платоспроможності страховика.

Рекомендовані параметри оцінювання платоспроможності для страховиків, що здійснюють загальне страхування, за допомогою показника рівня достатнього покриття власними коштами наведено в табл. 1.

Комплексне оцінювання платоспроможності страховика

Значення CAR	Оцінка покриття власними коштами страховика
0%	Недостатнє
від 0 до 25%	Нормальне
від 26 до 50%	Добре
від 51 до 75%	Надійне
76%	Зразкове

Загалом, для проведення комплексної оцінки платоспроможності страхової компанії використовують різні системи аналітичних показників, які дозволяють дослідити вплив широкого спектра факторів.

Необхідність та значення комплексної оцінки платоспроможності страховика зумовлені потребою систематичного аналізу та вдосконалення роботи за сучасних фінансових відносин, потребою в поліпшенні використання фінансових ресурсів, а також пошуком резервів зміцнення фінансової стабільності.

Крім того, на даний момент існують проблеми ринкової поведінки фінансових компаній у сфері захисту прав споживачів страхових послуг, але найголовніше - політика покращання ситуації в сфері страхового ринку і не тільки через удосконалення оцінки платоспроможності страхових компаній, але й через впровадження права регулятора фінансового ринку застосовувати санкції до фінансових установ та накладати адміністративні стягнення за порушення прав споживачів [7].

Таким чином, необхідність комплексної оцінки платоспроможності є очевидною, тому що успішне функціонування страхової організації може здійснюватися лише з допомогою своєчасної та об'єктивної оцінки фінансової надійності та системного аналізу рівня захисту прав споживачів фінансових послуг.

Список використаних джерел інформації:

1. Соболева-Терещенко, Олена Анатоліївна и Броніцька, Катерина Сергіївна (2019) *Финансовая стратегия страховой компании в условиях внедрения законодательных изменений в регулирование участников финансового рынка* European scientific journal of Economic and Financial innovation (2(4)). С. 68-79. ISSN 2617-863; 2617-8648
2. Закон України «Про страхування» від 07.03.1996. № 85/96-ВР.
3. Соболева-Терещенко, Олена Анатоліївна и Броніцька, Катерина Сергіївна (2019) *Коммуникационная политика НБУ в условиях принятия закона о СПЛИТ* Сучасна фінансова політика України: проблеми та перспективи» [Текст]: матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції, (м. Київ, 4 листопада 2019 р.). С. 123-128. ISSN Рекомендовано до друку Вченою радою факультету інформаційних технологій та управління Київського університету імені Бориса Грінченка (протокол № 1 від 22.01.2020 р.)
4. Степанюк Є., Онищук О. Не такий страшний «спліт». Українській страховий клуб [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/нбу.pdf?v=4
5. Соболева-Терещенко, Олена Анатоліївна и Данильчук, Дарія Дмитрівна (2020) *Некоторые аспекты защиты прав потребителей финансовых услуг /Abstracts of the 6th International scientific and practical conference. Perfect Publishing. Vancouver, Canada. 2020 Scientific Publishing Center “Sci-conf.com.ua” (VI). С. 1000-1007. ISSN 978-1-4879-3791-1; UDC 001.1; ВБК 87*
6. Ткаченко Н. В. Сучасний стан оцінки платоспроможності страхових компаній / Н. В. Ткаченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/soc_gum/fkd/2009_1/R2/2.pdf
7. Olena Sobolieva-Tereshchenko, Nikita Pytkin, Market Behavior Of Financial Companies And Financial Consumer Protection International. Journal of New Economics, Public Administration and Law, No 2 (4) 2019, 6-16 pp.

Кіктєва В.С.,
здобувач ступеня бакалавра,
Науковий керівник
Жукова Ю.М.,
доцент кафедри фінансів та економіки
Київський університет імені Бориса Грінченка

ПРОЄКТ БІЗНЕСУ В М. ХЕРСОНІ – ТАКСІ «ZELENOGLAZOE TAXI»

Актуальність ідеї створення особливого таксі полягає у зростанні попиту на пасажирські перевезення у зв'язку з пандемією (проблема обмеженої місткості у громадському транспорті), обмеженості індивідуального підходу до кожного клієнта у звичайній службі, відсутності інтерактивного підходу у роботі (власний сайт, взаємодія та комунікація у соцмережах), неналежному співвідношенні понять «ціна-якість» (порушення ПДР, грубість пасажиром, недостатній комфорт машини). Таксі - це дуже універсальна тема, тому що можна використовувати машину як засіб основного заробітку, також можна здавати її в оренду, або користуватися для своїх особистих цілей в неробочий час.

Організаційно-правовою формою обрано приватне підприємство, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи). Передбачається, що служба таксі буде діяти за правилами третьої групи оподаткування, для якої є характерними наступні властивості: необмежена кількість працівників та свобода вибору діяльності, окрім забороненою законодавством України, в групі можуть бути як фізичні, так і юридичні особи, ліміт доходу протягом одного календарного року становить 7 000 000 грн, ставкою єдиного податку можуть бути 5% доходу неплатників ПДВ, або 3% доходу платників ПДВ.

Відносно сфери діяльності передбачається, що в будні дні ми займаємося основним напрямом діяльності (перевезення пасажирів), а у вихідні – додатковим напрямом діяльності (здача таксі в оренду). Принципова новизна полягає тому, що у запровадженні системи промокодів та інших бонусів для постійних клієнтів, що надає змогу відстежувати і регулювати попит на послуги; запровадженні прозорого

електронного графіку перевезень; запровадженні фіксованої оплати на рік для перших нових клієнтів. Особливі риси ідеї є наступними: надання послуг транспортного характеру з урахуванням особливостей і потреб кожного клієнта, здача в оренду авто за пільговим тарифом.

Споживачі за основним видом діяльності - це представники “середнього” класу споживачів, які не мають власного транспортного засобу, але мають потребу у комфортних та швидких перевезеннях; за додатковим видом діяльності: суб'єкти малого та середнього бізнесу, які мають посвідчення водія, повну дієздатність, та реєстрацію в Єдиному державному реєстрі (для підписання договору оренди). Найважливішими сегментами споживачів є користувачі основних послуг служби таксі.

Компанія буде базуватися у Херсоні, що є так званим “провінційним” містом. У таких регіонах популярні служби таксі (Uber, Bolt) не мають достатнього попиту у порівнянні з “середніми” компаніями. Звісно, “середні” служби таксі користуються цим і нехтують якістю своїх послуг. Наша компанія пропонує надавати послуги, які відповідають тим коштам, які сплачують клієнти.

Цінність нашої продукції - це пунктуальність та швидкість, які забезпечуються нашим електронним графіком; надійність, в разі запізнення, частина вартості послуги списується на користь клієнта; безпека - наш водій має позитивну репутацію і величезний досвід в перевезеннях; комфорт, який забезпечується якістю машини і роботи водія.

Послуги за основним видом діяльності - це, звичайно ж, пасажирські перевезення, передбачена бронь місць в графіку, отримання бонусів за рекламу в соцмережах і фіксований тариф для перших 10 клієнтів. За додаткової діяльності - це оренда, а на пільгових умовах (більший час оренди – менша вартість години).

Взаємодія зі споживачами полягає у: принципах сарафаного радіо (коли люди між собою діляться враженнями про службу); розміщенні постів у соціальних мережах відомих херсонців з великою аудиторією та наданні тимчасових промокодів; замовлення приймаються по телефону і заявками на сайті (в разі

скасування замовлення всім користувачам, які йдуть в черзі за ці замовленням, надсилається повідомлення про вільне місце).

Приблизний макет нашого сайту буде вміщати у собі наступні ключові позиції: головна сторінка, розділ «Про нас», тарифи, акції, електронний графік замовлень, співпраця, контакти та особистий кабінет клієнта.

Ринок таксі у Херсоні є досить-таки насиченим конкурентами (приблизно 11 компаній конкурентів). Для нашої служби взято середні ринкові тарифи. Найбільші конкуренти - бюджетна і преміум компанії. Принципова наша відмінність від них у тому, що у нас у єдиних є комунікації з клієнтами в соцмережах.

Нашими ключовими постачальниками є АЗС, СТО, магазини запчастин та шиномонтажні фірми. Планується укласти договори з постачальниками, за якими ми зобов'язуємося купити їх товари / послуги в певному обсязі за певний період, а вони нам за це роблять знижки/надають інші бонуси.

Початкові витрати пов'язані з купівлею і оформленням машини і становлять близько 386 835 грн. Поточні (бензин, мийка, парковка і т.д.) за рік становлять приблизно 99468,5 грн.

Доходи від діяльності служби таксі є більшими за 119 520 грн $[240\text{дн} * (90\text{км} * 4,8\text{грн/км(у місті)} + 10\text{ км} * 6,6\text{грн/км(за містом)) + \text{доходи за очікування клієнтів} + \text{комісія від ануляції замовлення}]$ за рік.

Доходи від додаткової діяльності без застосування пільг становлять приблизно 56 250 грн $[450\text{ грн/день} * 125\text{дн}]$ за рік.

Приблизні валові річні доходи становитимуть близько 175 750 грн $[56250\text{грн} + 119520\text{ грн}]$. Кожен календарний рік тарифи будуть зростати на відсоток інфляції.

Термін окупності становить приблизно 5 років. Рентабельність Проекту дорівнює 85,5%.

Костікова К.О.,
здобувач ступеня бакалавра,
Науковий керівник
Жукова Ю.М.,
доцент кафедри фінансів та економіки
Київський університет імені Бориса Грінченка

ПРОЄКТ БІЗНЕСУ У МІСТІ - МАСАЖНИЙ САЛОН «GOOD FEELINGS»

Ще у Х столітті відомий перський науковець-енциклопедист, він же і філософ та лікар Авіценна сказав: «Хворій та нещасній людині масаж потрібен, а здоровій і щасливій — необхідний».

Сучасний спосіб життя, сидяча робота та ціле покоління, яке практично «виросло» за комп'ютером - усе це відкриває благодатний простір для тих, хто всерйоз задумався про такий вид бізнесу, як масажний салон.

Саме тому пропонується відкрити власний масажний салон «Good Feelings», який надасть якісні послуги жителям нашого міста. Як можна зрозуміти в вище зазначеного, сфера діяльності підприємства – краса. Для відкриття салону доцільно обрати таку організаційно-правову форму, як приватне підприємство. Тобто салон буде юридичною особою, створений приватними особами, заснований на приватній власності, і що оперує приватним капіталом. Обрано спрощену систему оподаткування III групи, що дає салону можливість платити 5% від доходу державі, наймати не обмежену кількість працівників, при цьому обсяг доходу повинен бути не більше 5 мільйонів гривень.

Для нашого салону не важливо якого віку споживач, де він проживає, адже у нашому салоні послуги будуть доступні кожному. Цільова аудиторія проекту - чоловіки та жінки віком від 5 до 70 років, із середнім рівнем доходу. Наявність яких-небудь захворювань не є обов'язковим, оскільки відвідувати сеанси масажу клієнти можуть як і за призначення лікаря, так і за власним бажанням задля релаксації. Головна ідея та цінність салону – це прагнення допомагати нашим клієнтам розслабитися та насолодитися релаксацією. Наш салон має ліцензію на лікувальний

«Розвиток економіки міста в умовах євроінтеграції»

масаж, якщо клієнт скаржитися на біль у м'язах та суглобах. Люди повинні не забувати слідкувати за собою, адже це впливає не тільки на їх здоров'я, але і на внутрішній стан душі.

Прибутковість роботи буде прямо залежати від кількості клієнтів, тому проведення рекламних заходів є обов'язковим. На самому початку роботи реклама повинна бути більш інтенсивною, а подальший розвиток буде залежати від якості послуг, що надаються, адже задоволені клієнти будуть говорити про нас своїм знайомим, а це є одним з найбільш ефективних способів просування.

Будуть використовуватися для реклами соціальні мережі такі як: Facebook, Instagram, Twitter. Обов'язковою є зовнішня рекламна вивіска над входом або біля нього. Кожного місяця буде проводитися друкування візиток і рекламних листівок, плакатів, які можна поширювати на території розміщення — в поштові скриньки квартир, в магазинах або на зупинках. Особливу увагу треба приділити сайту масажного салону, який також буде за допомогою реклами просуватися у верхні позиції пошуку Google. На сайті люди зможуть побачити усю інформацію, яка тільки може їх цікавити. Він дає можливість записатися до салону зробивши лише один клік, зазначивши своє ім'я, та вибравши вільний день та час із запропонованих на сайті. Клієнти можуть завітати у каталог з послугами та їх цінами; детально ознайомитися з нашою особливою пропозицією - масаж вдома; почитати або залишити відгуки про наш салон. У нас є окремі сторінки, де можна подивитися, як виглядає місце, де клієнти отримують масажні послуги та побачити мапу з поясненнями, як до нас швидко дібратися. Також на сайті розташовані усі сертифікати та дипломи, які мають наші роботодавці, щоб люди, які завітали до нас, були впевнені у якості отриманих послуг.

Створення бізнесу не можливе без попереднього аналізу ринку, на якому ми будемо представляти свої послуги. Тому ми вивчили наших конкурентів. Їх у масажному бізнесі багато, але ми обрали розташування у елітному районі, де наші послуги будуть дешевшими ніж у конкурентів, але не менш якісними. Переваги конкурентів: високоякісні послуги, високотехнологічне обладнання, велика

кількість високопрофесійних масажистів, гарна ділова репутація. Недоліки конкурентів: високі ціни, обслуговування клієнтів лише в салоні.

Перший рік після відкриття, ми будемо йти позаду наших конкурентів, але надалі салон «Good Feelings» буде вдосконалюватися, та виходити на перші позиції. На початковому етапі створення бізнесу важливим є визначення ключових ресурсів. Перше, що треба зробити - орендувати, чи купити приміщення, меблі, весь необхідний інвентар та косметичні засоби. Розрахункова загальна сума витрат на початок проекту — 2 135 000 гривень.

Розрахункові щомісячні витрати - 107 000 гривень. Більшість сум, які зазначені, вони приблизні, адже реальна ціна стане відома, у момент реалізації бізнес-ідеї у життя. За проведеним аналізом поведінки споживачів, розрахована приблизно кількість відвідувачів у салоні та отримано кінцеву суму доходу за один місяць у розмірі 184 500 грн. Як висновок можна сказати наступне. На відкриття бізнесу планується витратити 2 135 000 грн. Поточні витрати на рік склали 1 284 000 грн.

Дохід за рік склав 2 214 000 грн. Розрахункова рентабельність масажного салону «Good Feelings» 64%. При відсутності непередбачуваних подій бізнес-ідея окупиться менше, ніж за рік.

Коли ми відкриваємо будь-яке підприємство, то головне - це вірити в себе та свої можливості, тоді і клієнти повірять в нас.

Лойко В.В.,
д.е.н., доцент
професор кафедри фінансів та економіки
Київського університету
імені Бориса Грінченка
м. Київ

РОЗВИТОК ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТА КИЄВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Забезпечення населення якісною житлово-комунальною інфраструктурою сприяє підвищенню рівня соціальної безпеки та сталому соціально-економічному розвитку країни. Житлово-комунальна інфраструктура міста – це система для забезпечення комфортного проживання мешканців міста, яка включає в себе як саме житловий фонд міста, так і комплекс організацій та підприємств, які забезпечують процес забезпечення населення якісними житлово-комунальними послугами. Центральну підсистему житлово-комунальної інфраструктури складає житловий фонд міста. Питання щодо стану житлового фонду, засобів його підтримки на задовільному рівні, надання якісних комунальних послуг, поводження із відходами є важливими для підтримання рівня задоволеності умовами проживання мешканцями міста та підтримки достатнього рівня соціальної безпеки.

Основою житлово-комунальної інфраструктури міста Києва є житловий фонд, який станом на 01.01.2020 р. налічував 11511 багатоповерхівок, 103 ветхих і 2 аварійних житлових будинки (табл. 1).

За результатами проведеного аналізу характеристики стану житлово-комунальної інфраструктури міста Києва станом на 01.01.2019 р., слід зазначити, що кількість будинків на обслуговуванні житлово-комунальних організацій (ЖЕО) складає значну частину від загальної кількості житлових будинків – 66,15 %, на обслуговуванні ЖБК – 7,81 %, об'єднання власників багатоквартирних будинків (ОСББ) - 11,67 %, на відомчому обслуговуванні – 3,71 %, інвестиційні – 7,38 %, гуртожитки – 3,28 %.

Характеристика житлового фонду міста Києва на 1.01.2020 р.

Показник	Кількість будинків, од.	Питома вага, %	Загальна площа будинків, тис. м ²	Загальна кількість квартир, од.
Житловий фонд міста Києва - всього	11511	100	82852,2	1170490
у тому числі будинки на обслуговуванні у житлово-експлуатаційних організаціях (ЖЕО) комунальної власності	7614	66,15	46370	756386
ЖБК	898	7,81	7291,3	130513
ОСББ (на самообслуговуванні)	1344	11,67	12528,1	77501
Відомчі	427	3,71	1485,2	21302
Інвестиційні	850	7,38	15992	146529
Гуртожитки	378	3,28	1432,6	38258

Джерело: складено автором за даними [1,2]

Управління експлуатацією житлово-комунальною інфраструктурою у місті Києві передано державним районним адміністраціям, в межах яких створено 10 районних комунальних підприємств «Керуюча компанія з обслуговування житлового фонду». Комунальні керуючі компанії складають 57,21 % від загальної кількості компаній, ОСББ – 15,45 %, ЖБК – 8,99 % та приватні експлуатаційні організації – 18,35% [1]. Для підвищення ефективності використання майна територіальної громади м. Києва Київською міською радою була прийнята низка рішень щодо прискорення утворення ОСББ. Найбільші темпи приросту у створенні ОСББ було зафіксовано у 2016 р. у розмірі 2% порівняно з попереднім роком, при цьому частка у багатоквартирному фонді складала 9,2% (рис. 1).

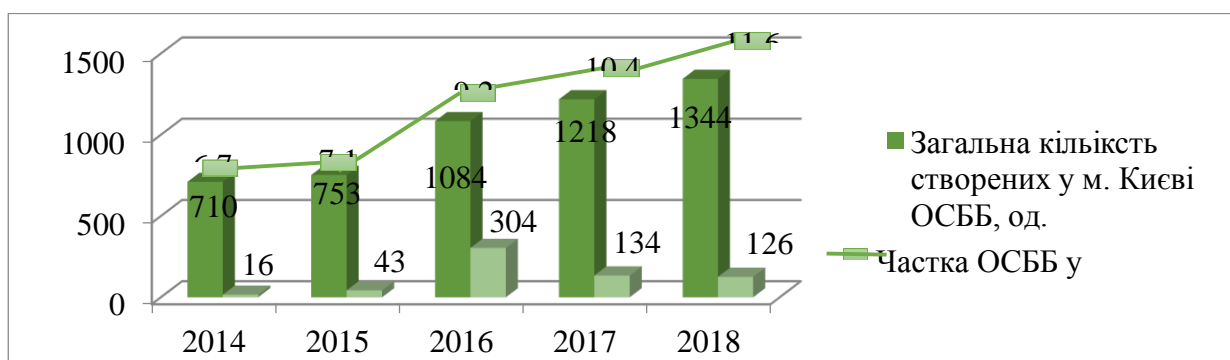


Рис. 1. Динаміка кількості та темпів створення ОСББ у місті Києві за період 2014-2018 рр.

Джерело: складено автором за даними [1,2]

Рівень оплати житлово-комунальних послуг по м. Києву протягом досліджуваного періоду (2015-2019 рр.) значно більший, ніж в загальному по Україні. Лише у за січень-вересень 2019 року даний показник по Україні перевершив показник столиці (104,9% проти 102,7%) (рис.2). Найкращий показник щодо рівня оплати комунальних послуг киянами був досягнутий у 2017 р. у розмірі 107,2 % з урахуванням погашення боргів попередніх років. У 2018 р. та 2019 р. рівень оплати комунальних послуг киянами знизився відповідно до 106,4 % і 102,7 % з урахуванням сплати боргів попередніх періодів.

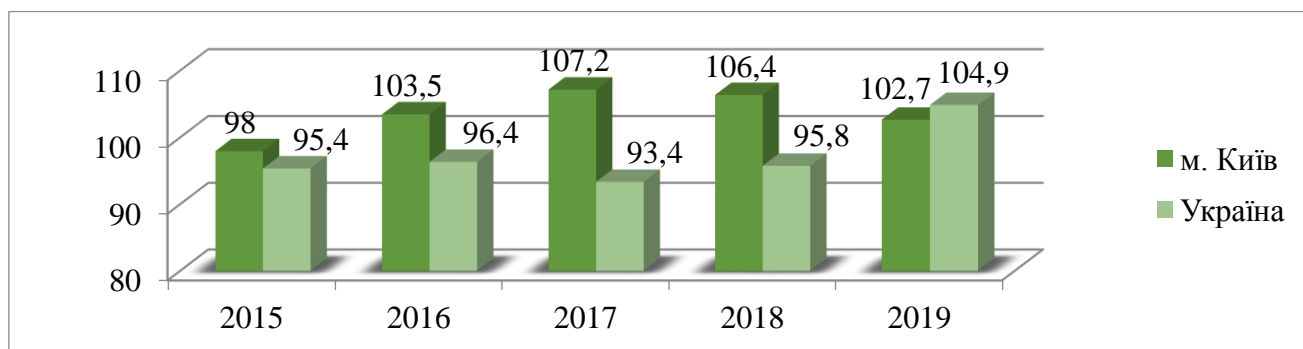


Рис. 2. Динаміка рівня оплати населенням вартості житлово-комунальних послуг по м. Києву порівняно з Україною, у % з початку року (січень-вересень 2015-2019рр.). Джерело: складено автором за даними [2,4]

Загальна площа житлового фонду Києва зросла за період 2011-2018 рр. на 4,76%, в середньому на одного жителя столиці на 3,81%. Кількість квартир у місті Києві за досліджуваний період зросла на 3,32%. Питома вага загальної житлової площі у місті Києві обладнаної водопроводом за період 2011-2018 рр. зменшилась на 0,81 %, обладнаної каналізацією - на 3,24 %, опаленням – на 3,32%, газом – на 8,46 %, гарячим водопостачанням – на 0,82 %. Треба зауважити, що у місті Києві найбільша питома вага за даними статистики, станом на 2018 р., належала житловій площі, обладнаній водопроводом – 98,1 % (від загальної житлової площі) (табл.2).

Аналіз динаміки змін у житловому фонді міста Києва за період 2014-2018 рр. надав можливість зробити наступні висновки. Питома вага загальної площі житлового фонду, обладнаної водопроводом склала у 2018 р. 98,1%, каналізацією – 95,7 %, опаленням – 96,1 %, газом – 63,8 %, гарячим водопостачанням – 96,7% [1,2].

Динаміка змін у житловому фонді міста Києва за період 2011-2018 рр.

Назва показника	Роки								Відхилення даних 2018 від 2011, %
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Загальна площа, млн.м ²	60,6	61,6	62,2	62,7	64,9	63,5	63,4	63,5	4,78
У середньому на одного жителя, м ²	21,0	21,3	21,3	22,0	22,6	22,0	21,9	21,8	3,81
Кількість квартир, тис.	1046,9	1056,5	1065,6	1068,3	1112,1	1080,6	1078,5	1081,7	3,32
Питома вага загальної площі житлового фонду, обладнаної, %									
- водопроводом	98,9	99,0	99,0	97,2	98,0	97,7	98,1	98,1	- 0,81
- каналізацією	98,9	99,0	99,0	80,7	96,9	97,7	98,0	95,7	- 3,24
- опаленням	99,4	99,4	99,4	97,5	98,1	98,1	96,0	96,1	- 3,32
- газом	69,7	67,8	67,2	60,8	64,3	63,5	63,3	63,8	- 8,46
- гарячим водопостачанням	97,5	97,1	97,3	95,4	96,0	96,3	96,7	96,7	- 0,82

Джерело: складено автором за даними [2,4]

Таким чином, можна констатувати, що житлові будинки мешканців міста Києва мають достатньо високий рівень комунальних зручностей. Доцільно звернути увагу на фізичний стан комунальних мереж міста Києва: станом на 01.01.2019 р. у місті Києві ступінь зношеності водопровідних мереж склала 81%, каналізаційних мереж 72 %, теплових мереж 66 %, кабельних ліній – 62 %. Якість надання комунальних послуг мешканцями Києва оцінюється на 2,3 бали за шкалою оцінки 1-5 балів. За рівнем задоволеності своїми житловими умовами у 2018 р. мешканці міст розподілилися наступним чином: дуже задоволені – 1,8%, задоволені - 53,8 %, не дуже задоволені – 29,8 %, не задоволені – 11,1%, дуже не задоволені – 3,5% [3].

Для підвищення ефективності управління об'єктами житлового фонду міста Києва доцільно: запровадити на базі вищих навчальних закладів столиці програм з навчання людей ефективно реалізовувати своє право спільної сумісної власності в багатоквартирному будинку; органам влади та місцевого самоврядування Києва розробити та систематично проводити заходи, спрямовані на підвищення правової

культури населення, виховання у киян відповідальності за спільну сумісну власність.

Проблеми, які потрібно розв'язати: вбачається потреба у збільшенні фінансування міських програм співфінансування реконструкції, реставрації, проведення капітальних ремонтів, технічного переоснащення спільного майна у багатоквартирних будинках та реалізації енергоефективних заходів у житлових будинках міста Києва, в яких створені об'єднання співвласників багатоквартирних будинків, а також у кооперативних будинках; необхідно прискорити темпи створення ОСББ на території м. Києва.

Список використаних джерел інформації:

1. Офіційний сайт. Департамент житлово-комунальної інфраструктури виконавчого органу міської ради (КМДА). URL: <https://dzki.kyivcity.gov.ua/content/zhytlove-gospodarstvo.html> (дата звернення 19.05.2020).

2. Офіційний сайт. Головне управління статистики м. Києва. Населені пункти та житло. Житловий фонд міста Києва (1995-2018). URL: <http://www.kiev.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=445&lang=1> (дата звернення 19.05.2020).

3. Офіційний сайт. Департамент економіки та інвестицій виконавчого органу міської ради (КМДА). Діяльність. Програма економічного і соціального розвитку м. Києва на 2018-2020 рр. URL: <https://dei.kyivcity.gov.ua/content/programma-ekonomichnogo-i-socialnogo-rozvytku-m-kyieva-na-20182020-roky.html> (дата звернення 19.05.2020).

4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Статистична інформація. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 19.05.2020).

Маляр С.А.,
аспірант
кафедри фінансів та економіки
Київського університету
імені Бориса Грінченка
м. Київ

ФІНАНСУВАННЯ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ ДОРУЧЕНЬ ВИБОРЦІВ ДЕПУТАТАМ КИЇВРАДИ ЧЕРЕЗ ГРОМАДСЬКУ ПРИЙМАЛЬНЮ

Конституція визначає, що єдиним джерелом влади в Україні є народ, який здійснює владу безпосередньо, або через органи місцевого самоврядування [1]. Органами місцевого самоврядування є зокрема сільські, селищні, районні, міські, обласні ради.

У 2010 році в Києві було ліквідовано районні ради і єдиним органом місцевого самоврядування в столиці є Київська міська рада, що складається зі ста двадцяти депутатів, обраних киянами. Діяльність органів місцевого самоврядування регулюється Законом України «Про статус депутатів місцевих рад» та регламентами відповідних рад, а депутатів Київради – ще й Законом України «Про столицю України – місто-герой Київ». Законом «Про місцеве самоврядування в Україні» передбачено, що виборці мають право давати обраним депутатам доручення щодо покращення життя виборців відповідного округу, або територіальної громади в цілому [2]. Такі доручення депутати мають враховувати в програмі економічного та соціального розвитку міста, при підготовці планів, при складанні бюджету та підготовці низки інших питань.

В столиці створено низку ефективних механізмів взаємодії депутатів з виборцями та виконання їхніх доручень. До таких механізмів можна віднести громадську приймальню депутата, діяльність якої регламентована Положенням про громадську приймальню депутата Київської міської ради, затвердженого рішенням Київради № 172/833 від 22.02. 2007 року [3]. Зазначене положення визначає, що такі приймальні є формами роботи депутатів міськради з громадянами та їх об'єднаннями, установами, підприємствами та організаціями і мають забезпечувати безперервний зв'язок між громадянами і відповідним депутатом. Разом з тим, така

«Розвиток економіки міста в умовах євроінтеграції»

приймальня не є юридичною особою. Функції громадської приймальні мають бути покладені на громадську організацію, що надасть на це свою згоду. Утворюється приймальня розпорядження заступника міського голови – секретаря Київради.

Для ефективної роботи приймалень депутатів, міська влада вживає заходів їх матеріального забезпечення. Кожній такій приймальні надається в оренду вартістю одна гривня на рік приміщення комунальної форми власності площею до п'ятдесяти метрів квадратних або компенсація за оренду комерційної нерухомості, що складає близько трьох тисяч гривень. Варто відмітити, що така компенсація, в порівнянні з вартістю оренди комерційної нерухомості в Києві є незначною, що призводить до того, що громадські приймальні депутатів здебільшого розміщені в приміщеннях комунальної форми власності. Крім того, з бюджету столиці надаються видатки на оплату комунальних послуг приймалень.

Штат кожної приймальні складається з двох працівників: керівника та ще однієї штатної одиниці (бухгалтер, юрист, секретар тощо). Працевлаштовуються ці особи у відповідну громадську організацію, яка виконує функції громадської приймальні, проте оплата праці цих працівників здійснюється за рахунок коштів місцевого бюджету – по 4 мінімальних заробітних плати кожному працівнику щомісячно. Станом на даний час, мінімальна заробітна плата в Україні складає 4723 гривень, відтак зарплата працівників депутатських приймалень – 18892 гривні. В порівнянні із середньою заробітною платою в м. Києві, така оплата є досить привабливою та конкурентною, враховуючи й відсутність вимог до кваліфікації працівників щодо наявності вищої освіти.

Київрадою приймаються програми вирішення депутатами соціально-економічних проблем, виконання передвиборчих програм та доручень виборців, які крім коштів на утримання приймалень і оплату праці працівників передбачають видатки на виконання депутатом доручень виборців. Згідно Програми, у 2020 році для кожної з приймалень на такі видатки передбачено 644 600, 00 гривень. Кожна приймальня може витратити кошти на виконання доручень виборців за такими напрямками: соціальний захист, освіта, охорона здоров'я, культура і мистецтво та

житлово-комунальне господарство. Серед громадськості кошти, передбачені відповідною програмою, більші відомі під назвою «Депутатський фонд».

Разом з тим, значним недоліком є те, що кошти передбачені на поточні видатки у разі надходження звернень від виборців зокрема щодо встановлення вікон у під'їзді, проведення капітального ремонту будинку, придбання комп'ютерної техніки для шкіл тощо, депутат не може скерувати зазначені кошти на капітальні видатки і задовольнити такі прохання виборців. Тому, на нашу думку, слід внести відповідні зміни до таких програм, які приймає Київрада та передбачити можливість витрачання «депутатських фондів» на капітальні видатки.

Планом використання бюджетних коштів 2020 по Програмі вирішення депутатами Київської міської ради соціально-економічних проблем, виконання передвиборчих програм та доручень виборців на 2016-2020 рік передбачений рівний для всіх депутатів бюджет. Загальний розмір бюджету складає 77, 352 тис. грн. який розподіляється за дорученнями виборців за наступними напрямками: соціальний захист та соціальне забезпечення (46,87 %), освіта (22,26 %), охорона здоров'я (1,85 %), культура і мистецтво (2,28 %), житлово-комунальне господарство та благоустрій населених пунктів (26,74 %) [4]. За наведеною структурою витрат бюджетних коштів можна констатувати, що найбільш пріоритетними напрямками є соціальний захист та соціальне забезпечення та витрати на житлово-комунальне господарство та благоустрій населених пунктів.

Список використаних джерел інформації:

1. Конституція України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80/print>
2. Про статус депутатів місцевих рад. Закон України № 524-IX поточна редакція від 20.03.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93-15>
3. Положення про громадську приймальню депутата Київської міської ради, затверджене рішенням Київради № 172/833 від 22.02. 2007 року. URL: <https://kmr.gov.ua/uk/content/polozhennya-pro-gromadsku-pryymalnyu-deputata-kyuivskoyi-miskoyi-rady>

4. План використання бюджетних коштів 2020 по Програмі вирішення депутатами Київської міської ради соціально-економічних проблем, виконання передвиборчих програм та доручень виборців на 2016-2020 рік. URL: https://kmr.gov.ua/sites/default/files/orders-voters/plan_vykorystannya_byudzhetnyh_koshtiv_na_2020_rik_po_programi.pdf

Малютин О.К.,
комеційний директор
ТОВ ТД «Укр РосХим»,
доктор економічних наук

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МІСТА КИЄВА

Інвестування є одним із ефективних методів зростання економіки країни. З проведеним аналізом статичних даних щодо тенденції зміни обсягів інвестування, зокрема, зовнішнього іноземного інвестування, в економіку України, можна зробити наступні висновки. Обсяги прямих іноземних інвестицій в економіку України в цілому та міста Києва, зокрема, мали тенденцію до зростання до 2014 р. включно. Обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку України у 2015 р. зменшився на 28,58 % у порівнянні із 2014 р. У 2019 р. обсяг прямих іноземних інвестицій знизився на 11,84 % у порівнянні із 2015 р. і на 17, 21% у порівнянні із 2010 р [1].

Інвестиційна привабливість регіону залежить від багатьох чинників: міста розташування, економічного стану, демографічної ситуації та інших. Київ – є одним із найбільших міст України і столицею держави. У Києві сконцентровано багато підприємств, організацій та закладів, позитивна демографічна ситуація, розвинена інфраструктура, що робить саме місто Київ привабливим для інвесторів. Обсяги прямих іноземних інвестицій в економіку міста Києва мали значні коливання: до 2014 р. обсяги інвестицій зростали, в 2015 р. обсяг прямих іноземних інвестицій зменшився на 30,73% у порівнянні із 2014 р., а в 2019 р. зріс на 4,21 % у порівнянні із 2010 р. Питома вага обсягів надходження прямих іноземних інвестицій в економіку Києва є значною і коливалася від 40,34 % у 2010 р. до 52,63 % у 2019 р. Таким чином, за рахунок зростання питомої ваги прямих іноземних інвестицій в економіку міста Києва, місто не втратило обсягів інвестування. Кумулятивні прямі іноземні інвестиції у 2018 р. на одного мешканця міста Києва склали 8,1 тис. дол. США. Прогнозне значення обсягу кумулятивних прямих іноземних інвестицій на 1 мешканця міста Києва у 2025 р. складе 14 тис. дол. США [3]. Зростання обсягів

прямих іноземних інвестицій в економіку міста Києва свідчить про інвестиційну привабливість економіки міста.

За проведеним аналізом інвестиційної привабливості видів діяльності зроблено висновок, що найбільш привабливим видом діяльності для інвестування є фінансова і страхова діяльність. Аналогічна ситуація спостерігається і в тенденціях інвестування в економіку міста Києва.

Існують резерви підвищення ефективності інвестиційної діяльності в місті Києві. За даними Департаменту економіки та інвестицій виконавчого органу міської ради (КМДА) було підписано у 2019 р. тільки 9% договорів від загальної кількості заповнених анкет інвесторів. Планується до 2025 р. довести кількість ратифікованих інвестиційних договорів до рівня 25 % від загально поданих до реалізації [3]. Загальна кількість укладених інвестиційних договорів у 2017 р. по місту Києву складала 20 % від кількості інвестиційних проектів. Заплановано цю цифру довести до рівня 50% у 2025 р. [3]. У місті Києві створено публічний реєстр інвестиційних проектів міста Києва, що сприятиме прозорості інвестиційних потоків. Всі ці заходи сприяють підвищенню інвестиційної привабливості економіки міста Києва для іноземних інвесторів. Таким чином, можна констатувати, що в економіці міста Києва існують резерви щодо збільшення обсягів інвестування, зростання кількості реалізованих інвестиційних проектів.

Список використаних джерел інформації:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Статистична інформація. URL: www.ukrstat.gov.ua. (дата звернення 19.05.2020).
2. Офіційний сайт Головне управління статистики м. Києва. URL: <http://kyiv.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=3597&lang=1> (дата звернення 19.05.2020).
3. Офіційний сайт. Департамент економіки та інвестицій виконавчого органу міської ради (КМДА). Діяльність. Програма економічного і соціального розвитку м. Києва на 2018-2020 рр. URL: <https://dei.kyivcity.gov.ua/content/programma-ekonomichnogo-i-socialnogo-rozvytku-m-kyieva-na-20182020-roky.html> (дата звернення 19.05.2020).

Михайленко О.Г.,
здобувач ступеня бакалавра,
Науковий керівник
Жукова Ю.М.,
доцент кафедри фінансів та економіки
Київський університет імені Бориса Грінченка

ПРОПОЗИЦІЯ ВПРОВАДЖЕННЯ У МІСТІ БІЗНЕС-ПРОЄКТУ «МІНІ ІВЕНТ-АГЕНТСТВА»

На локальному рівні (м. Бородянка) допоміжні послуги по організації різноманітних заходів набирають своєї популярності, що стає поштовхом для створення івент - агентства. Представляємо бізнес-план по створенню та організації міні івент-агентства “Olay-olua”. Чому саме така назва? Все просто! «Olay» з турецької перекладається як подія, а «olua» з англійської як Оля (моє ім'я) - в результаті гри букв вийшла така назва. Ідея проекту - це організація різноманітних свят чи подій, таких як дні народження, весілля чи вечірки на різноманітну тематику. Робота буде спрямована на організацію різних святкових івентів (подій) як в цілому, так і окремих їх аспектів, наприклад, прикрашання святкової зали, організація розважальної програми для гостей, організація кенді-барів тощо. Для такого агентства існують як і фактори успіху, так і ризику (табл.1).

Таблиця 1

Фактори успіху та ризику бізнес-проекту

Основні фактори успіху	Основні фактори ризику
1. Незначний розмір стартового капіталу.	1. Невеликий попит на ринку у зв'язку з новизною бізнесу.
2. Відсутність великого колективу працівників.	2. Відсутність підтримки та допомоги з боку колективу.
3. Практична відсутність конкурентів на місцевому ринку.	3. Відсутність конкурентів.
4. Організація як у цілому, так окремих аспектів свята.	4. Широкий спектр функцій, що ускладнює завдання.
5. Посередницька робота між клієнтами та виробниками.	5. Непряма участь у організації та виробництві.
6. Можливість самостійної організації окремих питань.	
7. Нова послуга на місцевому ринку.	

Джерело: складено автором

Запропонована організаційно-правовою формою на початковому етапі - це ФОП, проте в майбутньому з розширенням штату працівників та функцій можлива реєстрація юридичної особи. Також обиратиметься спрощена система оподаткування для 2 група платників податків. Основною сферою діяльності є надання організаційних послуг, а шляхи реалізації заключатимуться в роботі онлайн, в телефонному режимі та безпосередньому обговоренні із клієнтами сценарію проведення свята або надання інших послуг в межах івент-агенства.

Агентство «Olay-olya» буде єдиним в своєму роді в даній місцевості, тому успіх буде залежати, в першу чергу, від рекламної акції. Особливість даного проекту - у креативному мисленні та вмінні знаходити консенсус із клієнтами з приводу організаційних питань. Найбільш відмінною рисою нашого агентства є організація як окремих аспектів події (прикрашання святкової зали, організація розважальної програми тощо), так і свят в цілому. Найбільша наша цінність в тому, що ми будемо відштовхуватися від кінцевого результату, а не від величини бюджету.

Основними сегментами ринку будуть:

1. Дитячі заклади різноманітного типу (Дитячий будинок творчості, гуртки, клуби тощо).
2. Організації та компанії будь-якого типу і масштабу.
3. Приватні особи, що є найголовнішим сегментом ринку.

Для I сегменту ми пропонуватимемо організацію днів народження, вечірок та ін., для II – корпоративних заходів, а для III – івентів на різноманітну тематику (ювілеї, вечірки до дня народження, весілля тощо).

Основним шляхом розповсюдження інформації щодо даних послуг і нарощенням клієнтської бази буде, так зване, «сарафане радіо» та соціальні мережі. Задоволені клієнти будуть створювати умови для збільшення попиту. Задля цього варто розпочати із організації свят своїм рідним та близьким. Це стане хорошим початком для відмінної репутації та виходу на ринок. Окрім цього, ще будуть такі шляхи реклами наших послуг: «реклама в мережі»; постери та банери по місту.

Основна діяльність набуватиме посередницького характеру, а організація її буде проводитися онлайн та в телефонному режимі. У зв'язку з цим основними ресурсами будуть матеріали для оформлення робіт і технічні засоби (комп'ютер, телефон, принтер тощо). Наші послуги будуть надаватися від виробників. На початковому етапі, ми будемо домовлятися із аніматорами, тамадою та іншими необхідними для нас працівниками в телефонному та онлайн режимі, згодом із розвитком нашої компанії ми зможемо винаймати тих чи інших працівників на постійній основі.

Стосовно витрат та доходів, то були проведені попередні розрахунки, що представленні у табл.1.

Таблиця 1

Розрахункові економічні показники впровадження бізнес-проєкту «міні івент-агенство»

Назва показника	Сума
Початкові витрати, грн.	60 000
Витрати на місяць, грн.	53 000
Середньомісячний дохід, грн.	59 500
Сукупний дохід за 12 місяців, грн.	714 000
Сукупні витрати за 12 місяців, грн.	696 000
Прибуток (за прогнозом) за 12 місяців, грн.	18000

За проведеними розрахунками бізнес-проєкт окупиться за рік, якщо буде достатній попит на послуги. Загалом, такий проєкт має хороші перспективи з огляду на те, що на місцевому ринку практично відсутні конкуренти в даній сфері, проведені розрахунки показали швидку окупність та існує можливість розширення як кількості працівників, так і їх функцій у майбутньому.

Сосновська О.О.,
д. е. н., проф. каф. фінансів та економіки,
Київський університет імені Бориса Грінченка
Сіренька І.І.,
здобувачка I (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Київський університет імені Бориса Грінченка

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ СТРАХОВИКА

За сучасних умов нестабільної економічної та політичної ситуації, ускладнення конкурентного бізнес-середовища та порушення стійких параметрів функціонування страхових компаній, актуальним завданням їх успішного розвитку є забезпечення фінансової безпеки. Це потребує розробки дієвих заходів управління фінансовою безпекою страховика та визначення послідовності їх реалізації для підвищення рівня фінансової безпеки як умови стратегічного розвитку вітчизняного страхового ринку.

Серед актуальних тенденцій сучасності слід відмітити динамічні зміни на страховому ринку, системні проблеми в банківському секторі, зниження ділової активності місцевих підприємств, високий рівень недовіри інвесторів як наслідок політичної нестабільності, проблеми на світових фінансових ринках, обмежений обсяг фінансових ресурсів. Це підтверджує важливість створення системи забезпечення фінансової безпеки, що дозволить мінімізувати вплив негативних факторів та буде сприяти ефективній діяльності страховика. Адже, слушно зазначити, що безпека будь-якої системи, в тому числі страхової компанії, обумовлена сукупністю певних дій та їх результатів.

Метою управління фінансовою безпекою страховика є забезпечення його фінансових інтересів, зокрема максимізації ринкової вартості компанії за умови примноження капіталу власників при одночасному задоволенні потреб страхувальників.

Слід зазначити, що на рівень фінансової безпеки страхового сектору безпосередній вплив здійснює рівень державного нагляду за страховою діяльністю, який має орієнтуватися на міжнародні принципи і стандарти ведення страхового бізнесу. Нині, ні в сфері державного регулювання страхової діяльності, ні на рівні суб'єктів страхового підприємництва не існує поняття необхідності об'єднання елементів управління фінансовою безпекою страховиків в уніфіковану систему. Передусім це викликано відсутністю єдиного підходу до розуміння сутності та завдань системи управління фінансовою безпекою страхового сектору в цілому та окремих страховиків.

При цьому, система управління фінансовою безпекою страхових компаній на державному рівні реалізується шляхом вивчення їх фінансового стану, платоспроможності страхових зобов'язань перед страхувальниками. Нестача коштів у страховій компанії для виконання зобов'язань підриває довіру не тільки до конкретного страховика, але і до страхового ринку. Враховуючи це, держава має здійснювати безпосередній вплив на забезпечення сприятливих умов ведення страхової діяльності, об'єднуючи інтереси страховиків, страхувальників та економіки в цілому.

З точки зору оцінки фінансової безпеки страхового ринку, роль держави реалізується шляхом розрахунку набору показників діяльності та порівняння результатів з граничними значеннями. Об'єктом спостереження є дані за наступними показниками: валові страхові премії із загального страхування і страхування життя, валові страхові виплати, страхові премії, передані перестраховикам-нерезидентам, ВВП тощо. Приймаючи їх як базові показники, розраховують: частку страхування життя в загальній сумі зібраних страхових премій; індекс проникнення страхування; рівень страхових виплат; показник щільності страхування; частку премій, що належать перестраховикам-нерезидентам; частку загальної суми статутних капіталів страхових компаній, що належать нерезидентам в їх загальному обсязі.

Що стосується управління фінансовою безпекою на рівні самого страховика, варто зазначити, що його основним завданням є організація діяльності всіх

структурних підрозділів компанії, яка спрямована на забезпечення її фінансової стійкості, стабільного розвитку і прибутковості діяльності. Досягнення цих цілей визначається стратегією компанії, яка реалізується за допомогою фінансової політики страхової компанії та застосування відповідних механізмів та інструментів.

Однією з умов формування системи управління фінансовою безпекою страхової організації є виявлення загроз. Від того, наскільки точний і максимально визначений перелік загроз, що впливають на діяльність страховика в певному періоді часу, рівень інтенсивності їх прояву і можливі збитки, залежить ефективність побудови всієї системи. Механізм управління фінансовою безпекою страхової компанії покликаний забезпечити її фінансову надійність і незалежність, максимізувати її фінансовий потенціал і ефективно використовувати його за допомогою оптимізації бізнес-процесів, побудови системи показників для виявлення загроз фінансової стійкості та розробки програми заходів щоб уникнути, мінімізувати і усунути їх наслідки.

Також для організації ефективного процесу управління фінансовою безпекою страхової компанії важлива інформаційна підтримка, яка охоплює велику кількість видів джерел інформації як внутрішніх, так і зовнішніх: первинна і розпорядча документація, дані бухгалтерського обліку, дані фінансової звітності, ЗМІ дані, статистика, дані моніторингу інтернет-ресурсів, нормативні документи, результати опитувань і анкет, інформація про дії конкурентів тощо.

Таким чином, одним із головних особливостей створення і ефективного функціонування системи управління фінансовою безпекою страховика є своєчасне виявлення та запобігання внутрішнім і зовнішнім загрозам порушення фінансової стійкості, забезпечення захисту фінансових інтересів власників (інвесторів, акціонерів), клієнтів (страхувальників), найманих працівників і держави, досягнення поставлених цілей та виконання місії компанії в умовах впливу на неї факторів нестабільного економічного середовища.

Список використаних джерел

1. Ачкасова С.А., Клімчук О.В. Теоретичні аспекти визначення сутності фінансової безпеки страхової компанії: Молодий вчений. (Харків травень 2016 рік) Харків, 2016. № 5(32). С.4-8.

2. Журавка О. С., Колеснік А. І. Теоретичні підходи до визначення фінансової безпеки страховика: Збірник матеріалів II Всеукраїнської науково-практичної конф. (Суми, 23 листопада 2017 року) Суми, 2017. С. 148-152.

3. Ревак І.О. Структура та функціональне призначення механізму управління економічною безпекою страхової компанії: Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Львів, 2017. №128-136.

Поздєєва К.В.,
*начальник управління фінансів освіти, культури,
суспільних комунікацій, фізичної культури та спорту
Департаменту фінансів виконавчого органу
Київської міської ради (КМДА)
м. Київ*

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФІНАНСУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ МІСТА КИЄВА

Фінансування середньої освіти в Україні здійснюється за рахунок коштів, які виділяються відповідно до нормативів нарахування на одного учня. Такі нормативи мають враховувати оптимальний розмір коштів для забезпечення всіх функцій, що має виконувати ця галузь – отримання достатнього рівня знань, перебування в опалених та побутово дотриманих приміщеннях, тощо. Але наявний дисбаланс між обсягом завдань, які визначаються державою перед освітою, та обсягами фінансового забезпечення цих завдань, не дають змоги повноцінно застосувати нормативний метод. З одного боку, тенденція до зростання обсягів навчального матеріалу і тривалості освітньої діяльності, а з іншого — наявне скорочення надходжень фінансових ресурсів на фінансування освіти. На сьогодні коштів, які виділяються державою для надання освітніх послуг на кожну територію, не вистачає на покриття базових статей витрат: заробітну плату, єдиний соціальний внесок, плату за енергоносії. Дефіцит бюджетних коштів, які виділяються щороку на середню загальну освіту в містах України, за останні три роки становить у різних регіонах 10- 20%. В основі розрахунків потреби у бюджетних коштах лежать нормативи видатків на одного учня. Величина видатків на одного учня в загальній середній освіті по Україні коливається як в абсолютних, так і в середніх показниках.

Фактори, що впливають на величину витрат на одного учня, які можна назвати традиційними, це: чисельність учнів в навчальному закладі, наповнюваність класів; тип закладу; місцезнаходження навчального закладу.

Водночас, на величину вартості утримання одного учня в Україні впливає не тільки співвідношення інфраструктури та чисельності учнів. Оскільки загальна

«Розвиток економіки міста в умовах євроінтеграції»

середня освіта фінансується із місцевих бюджетів, то ця величина залежить і від такого чинника, як економічний розвиток району.

Місцеві бюджети можуть бути «багаті» за умови наявності значної кількості діючих підприємств, працюючих громадян. Це дає їм можливість збільшувати фінансування закладів середньої освіти, забезпечуючи не тільки мінімальні обов'язкові витрати. Так, з бюджету Київської міської адміністрації додатково фінансується харчування учнів в загальноосвітніх середніх закладах (програма «Турбота»), випуск підручників тощо.

Загальні видатки на утримання 14771 окремих шкіл України у 2018 р. склали 82,8 млрд. грн. Бюджетні видатки на функціонування всіх закладів загальної середньої освіти міста Києва склали у 2018 р. 5991,6 млн. грн. Середні витрати по країні на підготовку одного учня в 2018 році склали 21,3 тис. грн на рік. Загальна площа приміщень шкіл міста Києва складає 2640213,52 м². Кількість штатних працівників педагогічного персоналу міста Києва склала у 2018 р. 24475 осіб. Питома вага непедагогічного персоналу у загальній кількості працівників шкіл м. Києва складає 30,1 %. У закладах загальної середньої освіти міста Києва у 2018 р. навчалось 277420 учнів у 9966 класах. Середня наповненість класів 28 учнів. Показник співвідношення кількості учнів на 1 вчителя у Києві є одним із найвищих по країні і складає 11,2 учня на 1 вчителя. [1]. Обов'язковим є забезпечення бюджетними коштами видатків на оплату праці, єдиний соціальний внесок та комунальні послуги. Інші видатки в останні роки фінансуються дуже мало, далеко від встановленої потреби. Однак, враховуючи те, що фінансування недостатнє навіть для цих двох статей видатків, використовуються заходи по економії коштів.

Аналізуючи сучасну практику застосування фінансування оплати праці у закладах загальної середньої освіти, можна зробити висновки, що система оплати праці та матеріального заохочення вчителів потребує суттєвого вдосконалення. Але таке вдосконалення має відбуватись в рамках проведення комплексних змін у фінансово – організаційному механізмі розвитку середньої школи. Надання більших повноважень щодо господарської самостійності закладам загальної середньої освіти

надасть можливість збільшити частку перемінної оплати праці вчителів та непедагогічних працівників у вигляді доплат за певні результати, премії, індивідуальні надбавки, тощо, додаючи їх до постійної, тарифної чи окладної частини.

У практиці сучасного фінансування закладів загальної середньої освіти є таке поняття як «додаткові освітні послуги». В ліцеях, гімназіях (державних) офіційно вноситься плата не за навчання, а плата за додаткові освітні послуги. Батьки сплачують ці внески на добровільній основі, розуміючи це, як плату за більш якісне навчання (менша наповнюваність класів, вищий рівень вимог до учнів, кращий рівень підготовки). Додаткові фінансові надходження включаються до спеціального фонду (позабюджетні надходження та їх розподіл), який утворюється поряд із загальним фондом (надходження з державного бюджету та розподіл нормативних видатків). Нормативно-правові засади функціонування закладів середньої освіти залишають за ними дуже незначну свободу у розпорядженні своїми ресурсами. Як правило, фінансові справи шкіл ведуть централізовані бухгалтерії при районних управліннях (відділах) освіти. Фактично керують процесами розподілу і використання коштів спеціального фонду Батьківські ради шкіл (гімназій), які працюють на безоплатній основі та колегіально, на загальних зборах батьків, вирішують напрями розподілу коштів із спеціальних фондів. Звітуються за використані кошти із спеціальних фондів також перед загальними зборами батьків учнів школи (гімназії). Така форма надає можливість уникнути корупції та дійсно профінансувати необхідні для даної школи (гімназії) напрями витрат.

Список використаних джерел інформації:

1. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://www.minfin.gov.ua/news/bjudzhet/ptsm>

Пильцова Х.С.,
здобувач ступеня бакалавра,
Обушний С.М.,
доцент кафедри фінансів та економіки
Київський університет імені Бориса Грінченка

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНСТИТУТІВ СПІЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ В УКРАЇНІ

Однією з найбільш гострих проблем сучасної України є досягнення стабільного економічного росту. Серед чинників, які можуть допомогти трансформувати економіку України, домінуючим стає інвестиційний аспект, а надзвичайно важливим для формування інвестиційного капіталу є ринок цінних паперів. Пріоритетним завданням ринку цінних паперів, як відомо, є забезпечення умов для залучення інвестицій компаніями, доступ підприємств до більш дешевого капіталу, порівняно з іншими джерелами, а також залучення і перерозподіл капіталу в ті галузі економіки, де це необхідно з точки зору економічної доцільності.

Багатоманітність видів інвестиційної діяльності, створення нових інвестиційних інститутів на сучасному етапі розвитку економіки України та її фінансового ринку зумовлюють необхідність розроблення досконалих схем залучення і використання інвестиційного капіталу. Ефективність інвестиційного використання фінансових ресурсів передбачає визначення найбільш раціональних напрямів їх капіталовкладення, обираючи при цьому досконалу форму їх трансформації.

Однією із найбільш затребуваних форм інвестиційної діяльності в теперішній час у масштабах світового фінансового ринку є спільне інвестування при використанні механізмів інвестиційних фондів. Враховуючи масштаби розвитку ринку спільного інвестування та обсяги фінансових ресурсів, що зосереджуються в інвестиційних фондах, надзвичайно актуальним і потрібним постає питання вивчення економічного змісту діяльності інвестиційних фондів, характеристики особливостей інвестиційних відносин, що при цьому виникають.

В Україні перші інвестиційні фонди з'явилися порівняно недавно – у 1994 році і стали важливим механізмом започаткування в Україні процесу масової приватизації. У класичному вигляді, з точки зору їх природи та функцій, інвестиційні фонди почали створюватись в нашій країні у 2003 році, після прийняття у 2001 році Верховною Радою України Закону України «Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)» [2].

Прийняття цього закону певним чином покращило розвиток цієї сфери, запровадивши деякі уточнення та доповнення до стандартів бухгалтерського обліку з метою забезпечення прозорості фондового ринку та підвищення інвестиційної привабливості нашої країни [3, С. 128-131].

В Україні класичні з точки зору їх природи та функцій інвестиційні фонди почали створюватися після прийняття Закону «Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)» від 15 березня 2001 року № 2299-III. З 1 січня 2014 року цей Закон втратить чинність згідно із Законом України «Про інститути спільного інвестування» від 5 липня 2012 року № 5080, а з 12 жовтня 2013 року до цього Закону внесені зміни згідно із Законом України від 6 липня 2012 року № 5178-VI.

Головні засади функціонування вітчизняних інститутів спільного інвестування узгоджено з Директивою ЄС «Про приведення у відповідність Законів та Положень стосовно спільного інвестування в цінні папери, що обертаються» від 20 грудня 1985 р. № 85/611 [1].

Упродовж липня-вересня 2019 року було зареєстровано 33 нових інститути спільного інвестування (далі – ІСІ), у т. ч. венчурних – 31 (після 30-ти у 2-му кварталі; усі – венчурні). З урахуванням фондів, які закрилися протягом 3-го кварталу, станом на 30.09.2019 кількість діючих зареєстрованих ІСІ, за даними Українська асоціації інвестиційного бізнесу, збільшилася до 1848 (+1.4% за 3-й квартал, після +1.6% у 2-му) [4].

Кількість ІСІ, які досягли нормативу мінімального обсягу активів (сформованих, «визнаних») на кінець вересня досягла 1284 (+25 фондів, або +2.0%,

після +1.4%). Таким чином, у 3-му кварталі 2019 року динаміка створення нових фондів залишалася позитивною 16-й квартал поспіль і продовжувала прискорювати зростання.

Збереженню позитивної та навіть прискореної динаміки кількості фондів сприяв попит на венчурні Корпоративний інвестиційний фонд (далі - КІФ), що лише посилювався у цей період: 29 із 33-х новостворених протягом липня-вересня ІСІ та із 35-ти, що досягли нормативів за цей час, були корпоративними фондами (визнаються такими, що досягли нормативів одночасно з реєстрацією як ІСІ), 28 із яких – венчурними КІФ. Натомість, пайових фондів упродовж 3-го кварталу 2019 року всього було визнано 6, із яких 5 – венчурних.

Розглянемо розподілення інвестиційних фондів за регіонами на рис.2.2.

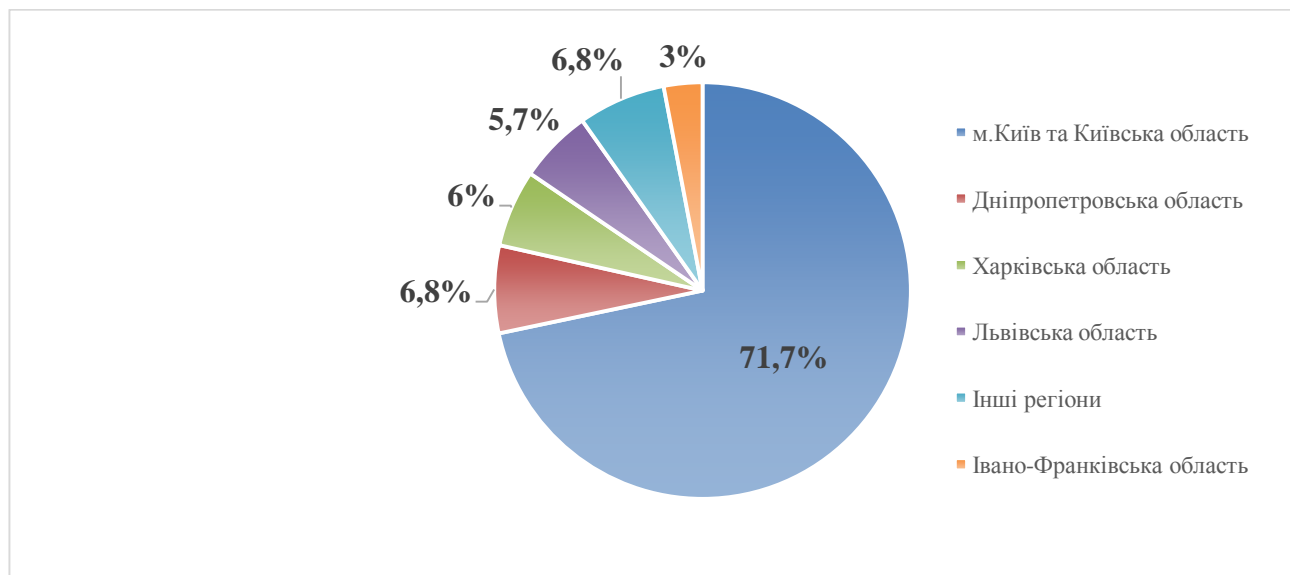


Рис.1. Регіональний розподіл ІСІ за кількістю їхніх активів в управлінні станом на 30.09.19 р.

Кількість ІСІ в управлінні у Києві та області у 3-му кварталі 2019 року знову зросла найбільше серед усіх регіонів – на 22 фонди, або на 2.4% (після +1.3% у 2-му) і становила 958 фондів, у той час як загалом по Україні вона зросла на 2.1%.

Відповідно, вага Києва та регіону за цим показником за 3-й квартал продовжувала підніматися – з 71.5% до 71.7%. Також знову дещо зросла за квартал частка Львова – із 5.6% до 5.7% – за рахунок виходу на ринок ще трьох місцевих фондів (+4.1%, після +4.3% у 2-му кварталі). Кількість ІСІ в управлінні у Дніпрі та

Івано-Франківську не змінилася, а їхня вага опустилася із 7.0% до 6.8% та з 3.1% до 3.0%.

Також зменшилася частка фондів Харкова та області – з 6.2% до 6.0% – на тлі зменшення на один кількості фондів в управлінні у цьому регіоні. Решта регіонів України, де кількість діючих ІСІ в управлінні зросла на три (+3.4%), збільшила свою вагу з 6.7% до 6.8%.

Зважаючи на досить низький рівень розвитку фондового ринку, можемо констатувати, що в Україні інститути спільного інвестування поки що відіграють незначну роль у сфері залучення інвестицій у реальний сектор економіки.

До основних проблем функціонування ринку ІСІ в Україні відносять:

- низький рівень поінформованості населення про переваги ІСІ;
- недостатність на внутрішньому ринку надійних фінансових інструментів;
- недосконалість нормативної правової бази, державного регуляторного впливу на формування ринку ІСІ;
- загальна інституційна та функціональна незрілість фондового ринку України;
- недостатній рівень кадрового та наукового забезпечення ринку;
- недосконалість захисту прав інвесторів інвестиційних фондів;
- низька частка спільних інвестицій у структурі ВВП.

Значним недоліком державної політики України у сфері спільного інвестування є відсутність цілісного державного бачення ефективної моделі розбудови сектору спільного інвестування на середньострокову та довгострокову перспективи, вираженого в єдиному програмному документі, який би містив формулювання цілей та пріоритетні завдання розвитку ринку спільного інвестування України як цілісної системи у сукупності всіх його складових.

Ця обставина актуалізує необхідність здійснення подальших наукових досліджень у цій сфері та розробки Стратегії розвитку ринку спільного інвестування України на період до 2024 р., що має стати передумовою посткризового відновлення та подальшого успішного розвитку економіки нашої держави, а також її інтеграції до загальносвітового та європейського простору.

ІСІ не можуть якісно виконувати свою роль, адже для цього немає реальних можливостей. Великий відсоток венчурних фондів говорить про спекулятивність українських ІСІ. В країнах з розвинутою економікою широко використовуються фонди, в яких досить добре захищені інтереси інвесторів. Розвиток спільного інвестування в Україні, насамперед, залежить від стабільних умов його функціонування.

А зміни, що відбуваються сьогодні в країні, є несприятливими для інвестиційного бізнесу і породжують у його учасників негативні очікування. Враховуючи це, необхідно консолідуватися, щоб спільними зусиллями доносити до владних структур потребу ринку у чітких, прозорих та незмінних правилах гри.

Список використаних джерел інформації:

1. Директива Ради ЄС «Про узгодження законів, підзаконних та адміністративних положень, що стосуються інститутів спільного (колективного) інвестування в цінні папери, що підлягають обігу (ІСІ)» № 85/611/ЄС від 20 грудня 1985 року. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994_293

2. Закон України «Про інститути спільного інвестування» від 5 липня 2012 року № 5080. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5080-17/page>

3. Інститути спільного інвестування. Правове регулювання господарської діяльності зі спільного інвестування / О. В. Гарагонич, Ю. М. Бисага, О. Ю. Кампі, Д. М. Белов. – К. : Вид. дім «Гельветика», 2014. – 216 с.

4. Українська асоціація інвестиційного бізнесу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uaib.com.ua/>