

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський державний університет
харчування та торгівлі

СИСТЕМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ
ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ
СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ

Колективна монографія



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**Харківський державний університет
харчування та торгівлі**

**СИСТЕМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ
ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ
СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ**

Колективна монографія

**Харків
ХДУХТ
2020**

УДК 334.722:330.3-026.16(477)

С 40

Рецензенти:

д-р екон. наук, проф. Т. Д. Косова (м. Київ, Україна)

д-р екон. наук, проф. В. В. Богатирьова (м. Вітебськ, Республіка Білорусь)

Рекомендовано до друку вченою радою Харківського державного університету харчування та торгівлі, протокол № 9 від 19.02.2020 р.

Системне забезпечення економічної активності та сталого розвитку суб'єктів підприємницької діяльності: колективна монографія / За заг. ред. Н. Б. Кащенкої та Т. О. Ставерської; Харківський держ. ун-т харч. та торг. – Х. : Видавець Іванченко І. С., 2020. – 390 с.

ISBN 978-966-405-510-6

В колективній монографії відображено результати науково-дослідної роботи «Організаційно-методологічні аспекти удосконалення фінансових механізмів забезпечення сталого розвитку підприємств торгівлі (державний реєстраційний номер 0118U007223). Монографія представляє авторський підхід колективу науковців до вирішення актуальних питань системного забезпечення економічної активності та сталого розвитку суб'єктів підприємницької діяльності. Обґрунтовано концептуальні засади системного забезпечення активізації економічної діяльності та розвитку підприємницьких структур; здійснено моніторинг сучасних проблем їх економічного зростання; розвинуто підходи до удосконалення управлінського інструментарію та правового регулювання систем забезпечення економічної активності та сталого розвитку підприємств; визначено стратегічні орієнтири активізації економічної діяльності та розвитку суб'єктів підприємницької діяльності.

Призначена для науковців, викладачів, керівників і фахівців підприємств, студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти.

УДК 334.722:330.3-026.16(477)

© Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2020

© Авторський колектив, 2020

© Видавець Іванченко І.С., 2020

ISBN 978-966-405-510-6

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	6
----------------	---

Розділ 1

КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СИСТЕМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Ефективна система управління витратами як передумова забезпечення сталого розвитку підприємства (<i>Гаркуша Н.М.</i>).....	8
1.2. Формалізація концептуальної основи сталого розвитку бізнесу в моделі інтегрованої звітності (<i>Нестеренко О.О., Крутова А.С., Янчева Л.М.</i>).....	21
1.3. Концептуальний підхід до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств роздрібною торгівлі (<i>Проскурніна Н.В.</i>).....	39

Розділ 2

МОНІТОРИНГ ТА ДІАГНОСТИКА СУЧАСНИХ ПРОБЛЕМ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Науково-методичний підхід до оцінки рівня сталого розвитку підприємства (<i>Горошанська О.О., Галуцьких Н.А., Кащена Н.Б.</i>).....	54
2.2. Вплив пандемії COVID-19 на економіку України (<i>Дорошкевич К. О., Шпілька О.С.</i>).....	66
2.3. Розвиток торговельного підприємства та особливості його оцінки (<i>Забродська Л.Д., Забродська Г.І.</i>).....	81
2.4. Ключові тренди, виклики та драйвери забезпечення економічної активності підприємств торговельної сфери (<i>Кащена Н.Б.</i>).....	91

– по-третє, визначення цілей і показників крізь призму перспектив задоволення потреб особистості, підприємства, країни, тобто застосування принципів цільового підходу;

– по-четверте, враховувати зростаючу роль інтелектуальної, психологічної, організаційної, комунікаційної, мотиваційної складових розвитку підприємств торгівлі.

Спираючись на викладені аспекти виокремлення основних складових компонентів розвитку та його оцінки розроблено структурну схему, яка відображає їх взаємозв'язок (рис. 2).

Підводячи підсумки зауважимо, що виокремлення взаємозв'язку компонентів процесу розвитку та методичного підходу до оцінки розвитку торговельного підприємства дозволить підприємствам чітко визначити наявність, рівень, особливості розвитку, що сприятиме формуванню конкурентних переваг. Подальші дослідження даної проблематики спрямовані на розробку загальної методології оцінки розвитку підприємств торгівлі.

2.4. Ключові тренди, виклики та драйвери забезпечення економічної активності підприємств торговельної сфери

УДК 658.8:005.21

© Кашена Н.Б.

© Kashchena N.

Formation of strategic guidelines of business environmental sustainability providing under uncertainty

***Анотація.** Доведено, що торгівля була і залишається однією з найбільш впливових складових формування економічної активності національної економіки. Досліджено сучасний стан та перспективи розвитку економічної активності підприємств торгівлі в контексті глобальних викликів, детермінант, трендів*

та драйверів її забезпечення. Встановлено ключові детермінанти негативних змін в торгівлі, активовані пандемією COVID-19. Визначено тенденції та ідентифіковано характер змін ділових очікувань та ділової впевненості підприємств торгівлі щодо їх економічної активності у поточному році і на перспективу. Означено драйвери адаптації підприємств торгівлі до «нової реальності», які враховують глобальні тренди цифрової трансформації економіки та розвитку ритейлу. Визначено напрями діджиталізації бізнес-процесів та надано рекомендації щодо їх реалізації для забезпечення підвищення рівня економічної активності та сталого розвитку підприємств торгівлі.

Ключові слова: підприємство торгівлі, економічна активність, ділові очікування, ділова впевненість, цифровізація.

Abstract. *It is proved that trade was and remains one of the most influential components of the formation of economic activity of the national economy. The current state and prospects of economic activity of trade enterprises in the context of global challenges, determinants, trends and drivers of its provision are studied. The key determinants of negative changes in trade, activated by the COVID-19 pandemic, have been identified. Trends are identified and the nature of changes in business expectations and business confidence of trade enterprises in relation to their economic activity in the current year and in the future is identified. Drivers of adaptation of trade enterprises to the "new reality", which take into account global trends of digital transformation of the economy and retail development, are identified. The directions of digitalization of business processes are determined and recommendations for their implementation are provided to ensure the increase of the level of economic activity and sustainable development of trade enterprises.*

Key words: *trade enterprise, economic activity, business expectations, business confidence, digitalization.*

2020 рік поставив величезні виклики для України та всього світу. Об'єктивною реальністю сьогодення на тлі негативних змін і невизначеності бізнес-середовища, що

посилюються і прогресують через глобалізацію та пандемію COVID-19, є підвищення рівня інформатизації суспільства. Пронизуючи усі сфери життя, новітні цифрові технології створюють умови для ефективної соціально-інфокомунікаційної взаємодії держави, бізнесу і населення, поживлення підприємницької діяльності, розширення шляхів і можливостей отримання прибутку. Разом з тим зміни інформаційного простору бізнес-процесів активують зміну підходів до вирішення проблем забезпечення ефективного функціонування суб'єктів підприємницької діяльності в сфері торгівлі, підвищення їх економічної активності та розвитку з орієнтацією на активне впровадження інновацій, якісне задоволення потреб споживачів, покращення екологічної ситуації й соціальної захищеності працівників, інтеграцію до світового ринку. В контексті імплементації цілей сталого розвитку актуальним є дослідження сучасних викликів, детермінант, трендів та драйверів забезпечення економічної активності підприємств торговельної сфери.

Результати попередніх досліджень [1-5] свідчать, що торгівля була, є і буде однією з найважливіших сфер діяльності в економіці будь-якої держави. Посилення її ролі у системі національних та загальносвітових господарських відносин обумовлює зміну економічної активності підприємств торговельної сфери, і визначає необхідність пошуку адекватних способів набуття та зміцнення конкурентних переваг, підвищення іміджу та створення умов для сталого розвитку за мінливості бізнес-оточення та уподобань споживачів.

Дослідження останніх тенденцій світової торгівлі, проведене фахівцями Світової організації торгівлі (СОТ) [6], доводить, що з часів світової фінансової кризи 2008-2009 років у 2019 році вперше констатується зменшення обсягів торгівлі товарами (на 0,1% у натуральному і на 3,0% у вартісному вимірі) та погіршення темпів росту торгівлі послугами (до 2,1% після 8,4% у 2018 році) (рис. 1).

Першопричинами такого становища експерти Світової організації торгівлі називають довготривалу торгіву війну між Китаєм та США, вихід Великобританії з Європейського союзу

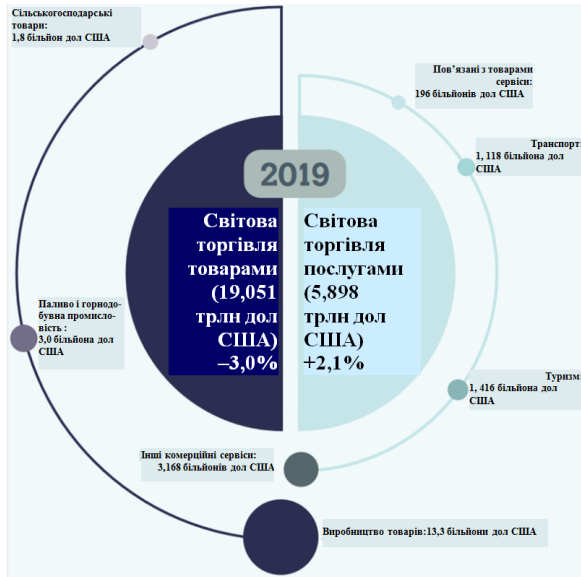


Рис. 1. Обсяги світової торгівлі у 2019 році [6]

та зміни у монітарній політиці найбільших країн світу. Ще одним викликом для глобальної економіки та торгівлі зокрема стала пандемія COVID-19. Через шоківі зміни попиту та пропозиції вже у першій половині 2020 року констатується різкий спад експортних замовлень і пов'язаної з ними кількості вантажних комерційних перевезень, та зниження відносно січня 2020 року індексу ділової активності на 22,9 пункти – з базового рівня 50 до 27,1 у квітні (рис. 2).

Коронакриза негативно вплинула і на обсяги торгівлі України. Так, за даними Державної служби статистики України у I півріччі 2020 року значно скоротився фізичний обсяг обороту роздрібної торгівлі, а саме: до 103,0% у червні 2020 року проти 113,5% у лютому цього ж року (рис. 3).

Зменшення обсягу роздрібного товарообороту відповідним чином відобразилося і на участі торговельних підприємств у формуванні внутрішнього валового продукту (ВВП) країни.

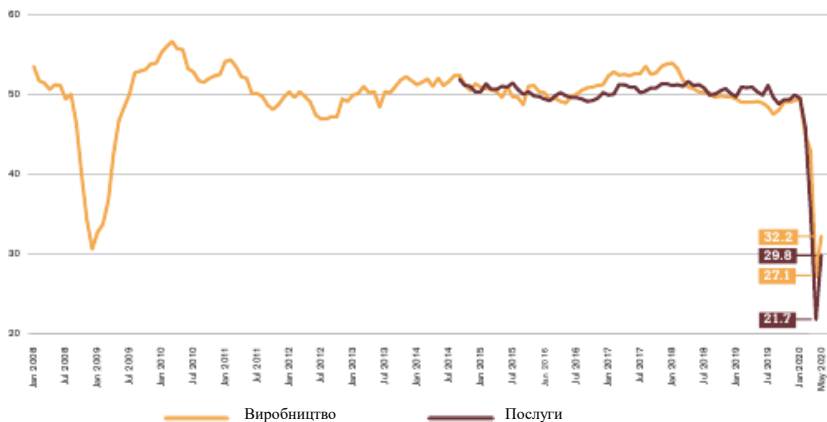


Рис. 2. Динаміка індексу ділової активності з січня 2008 року по травень 2020 року [6]

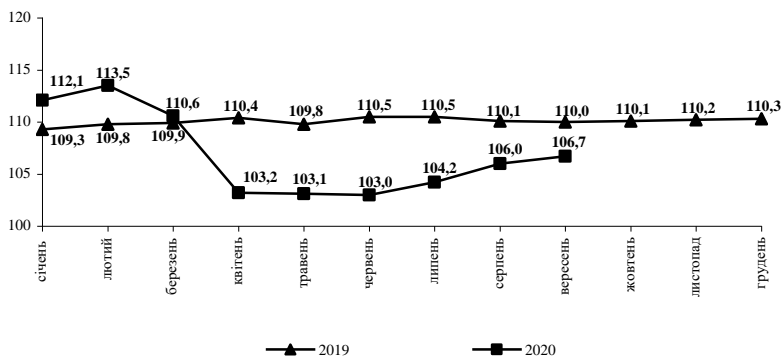


Рис. 3. Індеси фізичного обсягу обороту роздрібної торгівлі (у % до відповідного періоду попереднього року, наростаючим підсумком)

Джерело: складено за даними ДССУ [7]

У II кварталі 2020 р. зниження реального ВВП становило 11,4% до відповідного кварталу минулого року та було найбільшим за останні 5 років (рис. 4).

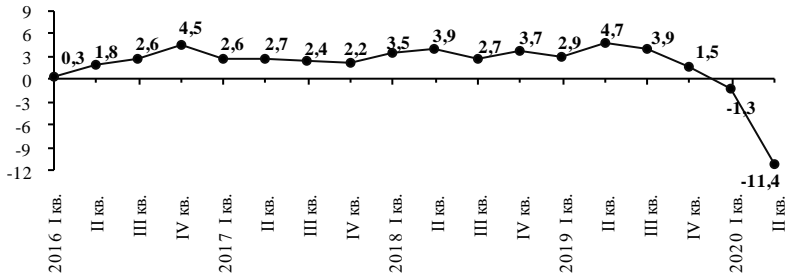


Рис. 4. Зміна реального ВВП України (у % до відповідного кварталу попереднього року)

Джерело: складено за даними ДССУ [7]

Першопрчиною зниження ВВП поряд із зменшенням внутрішнього попиту на товари та послуги є жорсткий карантин, який припав на березень–травень.

Карантинні обмеження, пов'язані із заборонаю діяльності в цей період значної кількості підприємницьких структур (зокрема непродовольчих магазинів, ринків, закладів сфери послуг та транспорту тощо), фактично призвели до скорочення доходів населення і прибутків, погіршення споживчих та ділових настроїв.

Проте не дивлячись на падіння споживання товарів та послуг (зокрема ресторанів, готелів, закладів відпочинку та культури) та невизначеність щодо подальшого розвитку пандемії COVID-19, у січні-вересні поточного року торгівля як і у попередні десять років залишається однією з галузей, частка яких у створенні валової доданої вартості і формуванні валового внутрішнього продукту країни практично не змінюється.

За даними Державної служби статистики України (ДССУ) у 2010-2019 роках (рис. 5) оптовою й роздрібною торгівлею в середньому забезпечені 14,% валового внутрішнього продукту держави. Така ж тенденція простежується і у поточному році. Так, у січні–вересні 2020 року попри скорочення обсягів товарообороту та негативні темпи зміни валового внутрішнього продукту частка оптової й роздрібної торгівлі у його формуванні в середньому незначно збільшилась і склала 14,1%.

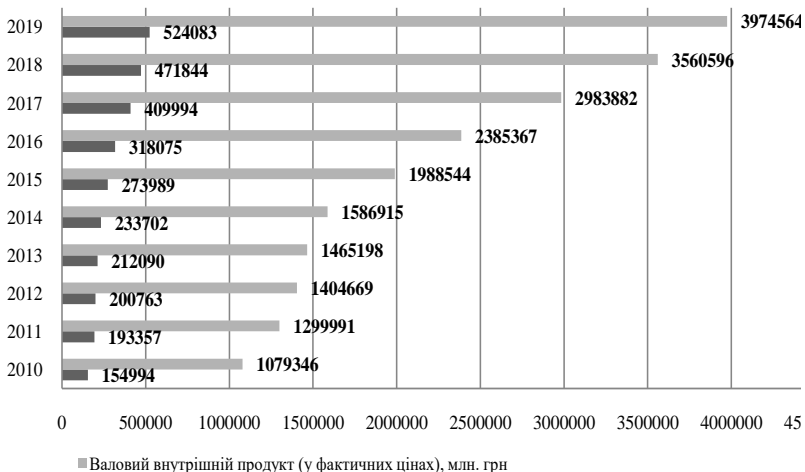


Рис. 5. Внесок торгівлі у формування ВВП України (млн грн)
Джерело: складено за даними Держстату України [7]

Скасування жорстких карантинних обмежень з кінця травня поточного року та уведення адаптивного карантину зумовило відновлення економічної активності. Зокрема, поступово збільшувалася кількість відкритих кафе та ресторанів і їх обсяги реалізації, зростала кількість переміщень автомобілями та громадським транспортом, почали відновлюватися авіаперельоти. Все це дало змогу поліпшити оцінку спаду реального ВВП у III кварталі порівняно з попереднім прогнозом до $-6,2\%$ (рис. 6).

Щодо поточного стану економіки України та перспектив поживлення економічної активності зазначимо, що наразі триває адаптація підприємницьких структур до нових реалій сьогодення та умов функціонування з урахуванням мінливості ситуації з рівнем захворюваності на COVID-19 у світі та в середині країни. Так, за даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України окремі види промислової діяльності (зокрема, виробництво споживчих товарів тривалого використання), будівництво (активне продовження програми «Велике будівництво»), сфера торгівлі

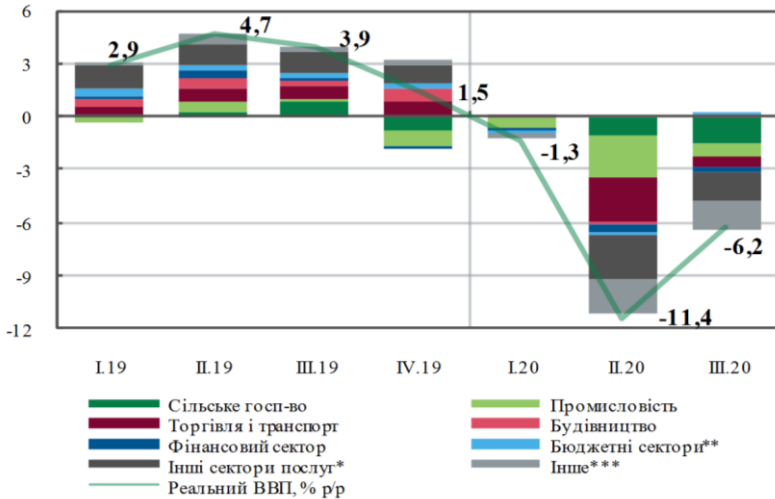


Рис. 6. Внески валової доданої вартості окремих видів діяльності в річну зміну реального ВВП України (%)

Джерело: складено за даними [7; 8]

(як оптового товарообороту (відновлення попиту з боку окремих ВЕД на послуги галузі), так і активний розвиток роздрібного сегменту ринку (в умовах реалізації відкладеного споживчого попиту, його переорієнтації на внутрішній ринок та зростання заробітної плати)) продемонстрували покращення своєї динаміки (табл. 1).

Як результат (рис. 7), після стрімкого падіння економіки у червні 2020 року, що засвідчується скороченням Зведеного індексу виробництва (ЗІВ) до 7,7% (падіння на 7,3 відсотка у січні-травні 2020 року) в більшій мірі через негативний вплив поширення у світі COVID-19 (через тимчасове зменшення загальної економічної активності у світі, інвестиційну паузу, у тому числі, з боку іноземних інвесторів) та дії стримуючих чинників, сформованих у попередніх періодах, що вдержували розвиток більшості видів економічної діяльності, констатується незначне покращення рівня економічної активності.

Таблиця 1 – Тенденції зміни економічної активності у січні-вересні 2019-2020 років

Показник	Вересень 2020 року (Серпень 2020 року)	Січень-вересень 2020 року (Січень-вересень 2019 року)
Промисловість	-4,4 (-5,3) ↑	-7,0 (1,2) ↓
Будівництво	12,5 (7,2) ↑	0,2 (23,5) ↓
Сільське господарство	-19,2 (-5,5) ↓	-13,1 (5,9) ↓
Торгівля	x	3,4 (3,1) ↑
Транспорт	x	-15,6 (2,9) ↓
Зведений індекс виробництва (ЗІВ)	x	-6,2 (3,9) ↓

Джерело: складено за даними [7; 8]

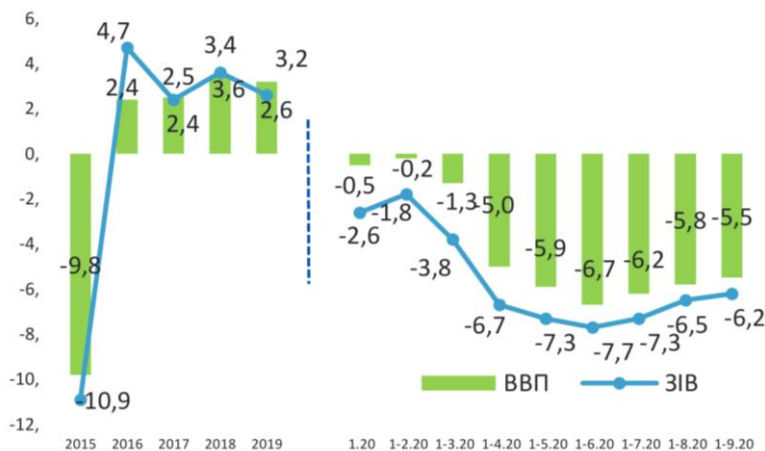


Рис. 7. Зміна ЗІВ та ВВП України (% до попереднього року) [9]

Зокрема простежується уповільнення падіння ЗІВ у січні-вересні 2020 року до 6,2% (6,5% за 8 місяців 2020 року). Відповідно зменшення обсягів ВВП орієнтовно оцінюється на рівні 5,5% (на рівні 3,6% у III кварталі 2020 року до III кварталу

2019 року, що є кращим значенням ніж очікувалося раніше – падіння на рівні 6,5%).

Ключовими факторами зміни економічної активності стрижневих індикаторів економіки (промисловість, будівництво, сільське господарство, торгівля, транспорт) впродовж січня-вересня 2020 року були визнані:

- адаптація до діяльності в умовах адаптивного карантину;
- збереження відносно високої купівельної спроможності населення (торгівля);
- сприятлива кон'юнктура на світових ринках чорних металів та металевих руд у вересні (промисловість);
- млява інвестиційна активність в економіці;
- нижчий за минулорічний врожай пізніх сільськогосподарських культур (зокрема, кукурудзи, соняшника, сої та буряка цукрового).

Як показали проведені дослідження, поліпшенню ситуації у роздрібному сегменті ринку сприяло продовження реалізації відкладеного споживчого попиту, його переорієнтація на внутрішній ринок (на тлі активізації попиту на внутрішній туризм через обмежений доступ до закордонних поїздок), прискорення зростання реальної заробітної плати, а також пристосованість та гнучкість торговельної галузі, підсилена здобутим у березні-квітні досвідом роботи в умовах жорстких карантинних обмежень. У вересні 2020 року вперше за останні одинадцять місяців відбулося зростання обсягів оптового товарообороту, що, підтримувалося попитом як з боку роздрібної торгівлі, так і з боку окремих промислових підприємств, зокрема: текстильного, хімічного та фармацевтичного виробництва в умовах попиту на їх продукцію на тлі продовження боротьби з коронавірусною інфекцією, а також з боку виробництва гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції в умовах активного виконання програми «Велике будівництво».

Як результат, за підсумком 9 місяців 2020 року зростання обсягів внутрішньої торгівлі становило 3,4% (1,7% за 8 місяців

2020 року), що вище минулорічного показника на 0,3%-их пункти (зростання на 3,1% за 9 місяців 2019 року) (табл. 2).

Таблиця 2 – Тенденції зміни економічної активності у роздрібному сегменті ринку за січень-вересень 2019-2020 років

Показник	Вересень 2020 р.	Січень-вересень 2020 р.	Внесок
	(Серпень 2020 р.)	Січень-вересень 2019 р.	Січень-вересень 2020 р. Січень-вересень 2019 р.
Випуск ВЕД «Торгівля», %	x	3,4 (3,1) ↑	x
Оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі, %	x	1,9 (0,2) ↑	1,3 (0,2) ↑
Оборот роздрібно-ї торгівлі, %	11,6 (8,7) ↑	6,7 (10,0) ↓	2,1 (2,9) ↓

Джерело: складено за даними [7; 8]

Ключовими детермінантами зазначених змін стали:

- зростання реальної заробітної плати у вересні 2020 року (на 9,7%-их пункти проти 6,0% у серпні 2020 року);
- низька цінова динаміка на внутрішньому ринку;
- зростання споживчого кредитування (за даними Національного банку України (НБУ) у вересні 2020 року (на кінець періоду) ↑ на 6,0%-их пункти);
- поліпшення споживчих настроїв домогосподарств (порівняно з серпнем 2020 року).

За даними дослідження Info Sapiens «Споживчі настрої в Україні», що здійснюється за фінансової підтримки Dragon Capital, у вересні 2020 року Індекс споживчих настроїв (ICN) склав 71,6 пункти, що на 3,1 пункти вище, ніж у серпні (рис. 8).

Динаміку ICN за вересень 2020 року визначала низка факторів серед яких, зокрема, особисте матеріальне становище та доцільність здійснення великих покупок. Так, споживачі покращили свої очікування щодо зміни особистого матеріального становища, перш за все, через зростання

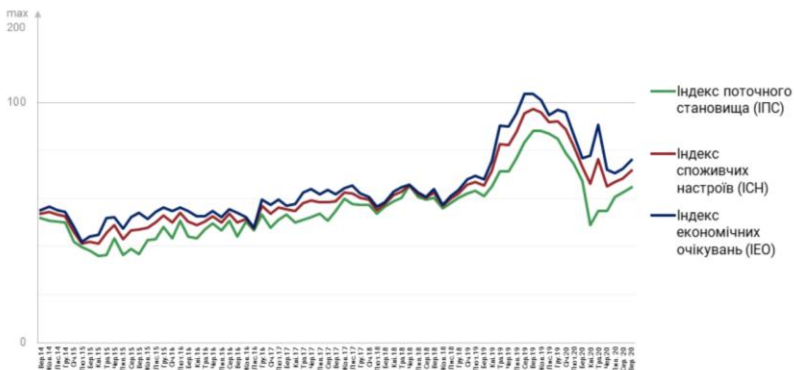


Рис. 8. Динаміка індексу споживчих настроїв в Україні (з вересня 2014 року по вересень 2020 року) [10]

зайнятості та поживавлення економічної активності у третьому кварталі 2020 року. Водночас, споживачі зберігають обережність щодо своїх витрат (індекс доцільності робити великі покупки не змінився і склав 74,7 пункти).

Відносно квітня 2020 року позитивною є також динаміка Індексу поточного становища (ІПС) та Індексу економічних очікувань (ІЕО). Так, ІПС не значно зріс і склав 64,8, що на 2,3 пункти вище за показник минулого місяця, а ІЕО у вересні 2020 року – зріс на 3,6 пункти й склав 76,1. Позитивна динаміка індексів обумовлюється незначним покращенням індикаторів ділових очікувань бізнесу по країні в цілому та в роздрібній торгівлі зокрема.

За інформацією НБУ попри незначне поліпшення настроїв, бізнес усе ще стримано оцінює результати своєї економічної діяльності. У вересні 2020 року ділові очікування підприємств залишаються нижче рівноважного рівня (Індекс очікувань ділової активності (ІОДА) складає 49,4 пункти проти 47,9 пунктів у серпні 2020 року), що сигналізує про переважання песимістичних настроїв бізнесу [7].

При цьому, найпесимістичніші очікування спостерігаються у підприємств сфери торгівлі, зокрема роздрібної. Індекс очікувань ділової активності торговельних

підприємств у вересні 2020 року знизився до 46,4 пунктів (проти 52,3 пунктів у серпні поточного року), зокрема підприємств роздрібно́ї торгівлі до -0,7 пункти (проти 2,2 пунктів у серпні 2020 року) (рис. 9.)

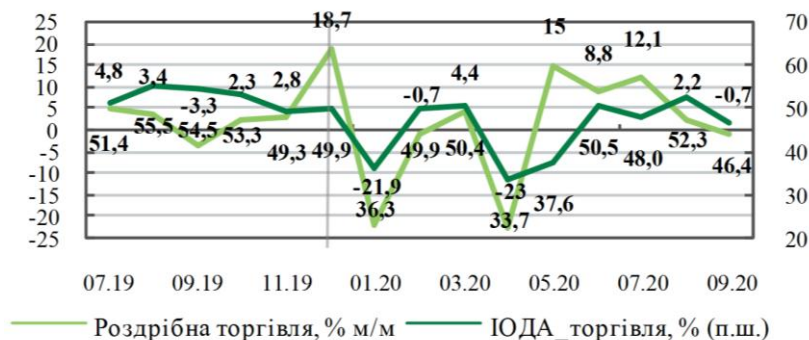


Рис. 9. Динаміка Індексу очікувань ділової активності підприємств торгівлі з липня 2019 року по вересень 2020 року [8]

Слід зазначити, що погіршилися очікування за всіма показниками операційної діяльності підприємств торгівлі, зокрема: обсягів товарообороту, обсягів закупівлі товарів для продажу, чисельності зайнятих працівників (рис. 10).

Порівняно із серпнем у вересні поточного року скорочення дифузійних індексів товарообороту, закупівлі товарів для продажу та загальної чисельності працівників становить відповідно: 4,2 пункти, 13,0 пунктів та 2,7 пункти.

На тлі стійких очікувань зростання закупівельних цін (дифузійний індекс дорівнює 25,7 пункти) збереглися високі оцінки щодо зростання вартості товарів, закуплених для продажу (дифузійний індекс складає 68,9 пункти). Більшість підприємств сектора очікують подальше зниження торговельної маржі (дифузійний індекс у вересні поточного року знизився до 29,7 пункти проти 33,3 пунктів у серпні). У секторі очікується також скорочення загальної чисельності працівників (дифузійний індекс склав 47,3 пункти у вересні, що на 2,7 пункти нижче ніж у серпні поточного року).

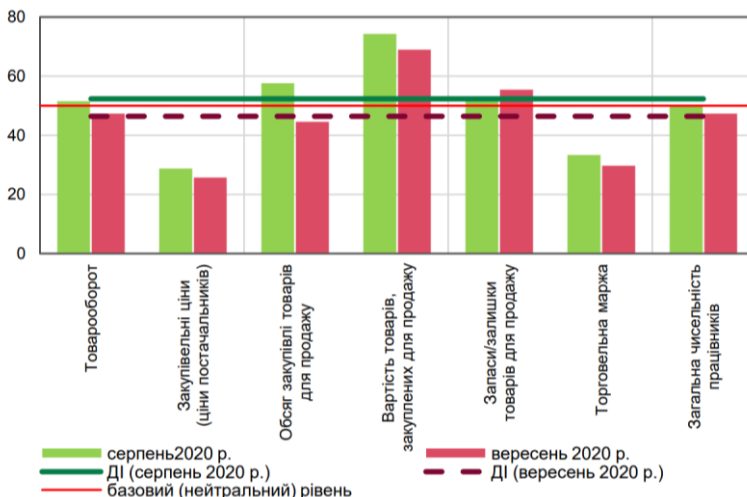


Рис. 10. Дифузійні індекси очікувань ділової активності підприємств торгівлі у серпні-вересні 2020 року [11]

Негативна динаміка Індексу очікувань ділової активності підприємств торгівлі цілком правомірно визначається негативною динамікою Індикатору ділової впевненості в роздрібній торгівлі (рис. 11).

Так, за даними Державної служби статистики України [13] у III кварталі 2020 року Індикатор ділової впевненості в роздрібній торгівлі підвищився порівняно з II кварталом 2020 року на 17,0 %-их пунктів і склав мінус 2,7%. Обсяг продажу (обороту) у квітні-червні 2020 року ідентифіковано на рівні мінус 19%, а очікування за цим показником у III кварталі 2020 року склали плюс 2%. При цьому оцінка поточного обсягу запасів товарів становить мінус 9%.

За прогнозними даними у IV кварталі 2020 року очікується підвищення Індикатору ділової впевненості в роздрібній торгівлі до рівня плюс 7,7%, що на 10,4 %-их пункти більше ніж у III кварталі 2020 року [14]. Прогнозується також покращення складових економічної активності в сфері роздрібної торгівлі, зокрема:

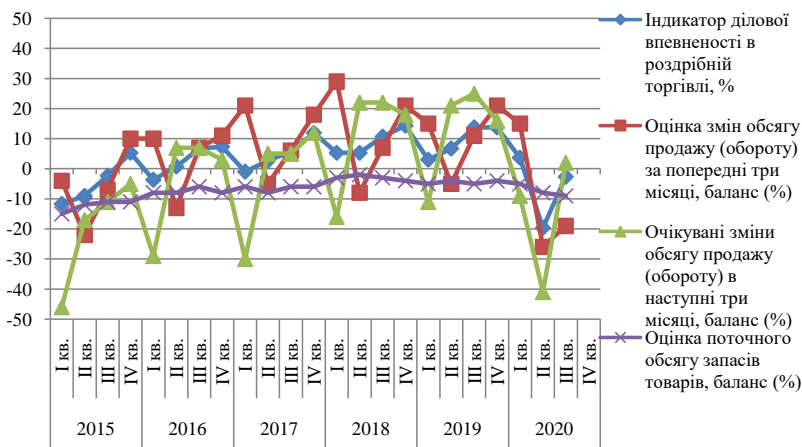


Рис. 11. Динаміка Індикатору ділової впевненості в роздрібній торгівлі у 2015-2020 роках

Джерело: складено за даними [12]

- уповільнення темпів зменшення обсягу замовлень товарів відносно попереднього періоду (рис. 12);
- уповільнення темпів зменшення кількості працівників на підприємствах роздрібної торгівлі порівняно з III кварталом 2020 року (рис. 13);
- зростання цін реалізації товарів у роздрібній торгівлі (рис. 14).

Приймаючи до уваги поточний стан й очікуване позавлення економічної активності в сфері торгівлі та враховуючи карантинні обмеження, спрямовані на подолання наслідків пандемії, які за припущеннями будуть збережені у I півріччі наступного року, можна впевнено стверджувати, що більшість підприємницьких структур значною мірою вже адаптувалися до діяльності в умовах карантину. Та разом з тим через високий рівень невизначеності найближчим часом громадяни та бізнес будуть все ще досить стриманими в своїх споживчих та інвестиційних рішеннях, що відповідним чином відобразиться на економічній активності держави в цілому.

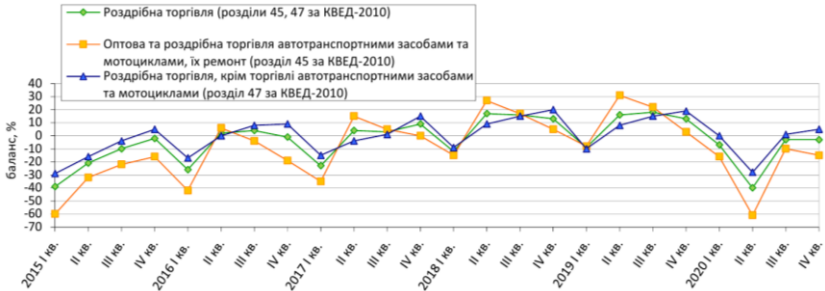


Рис. 12. Динаміка обсягу замовлень товарів у 2015-2020 роках (% відносно попереднього періоду) [14]

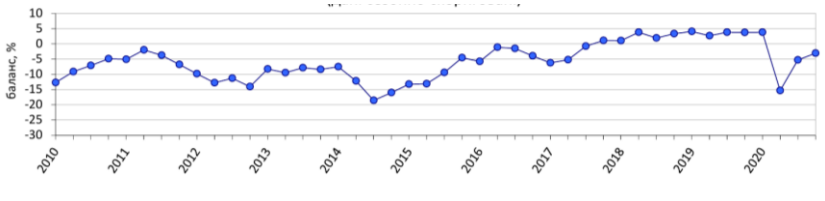


Рис. 13. Динаміка кількості працівників на підприємствах роздрібної торгівлі у 2015-2020 роках (% відносно попереднього періоду) [14]

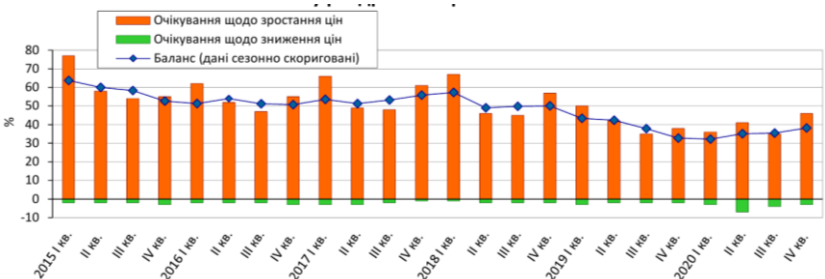


Рис. 14. Динаміка цін реалізації товарів підприємствами роздрібної торгівлі у 2015-2020 роках (% відносно попереднього періоду) [14]

За підсумками року Мінекономіки залишає незмінним прогноз скорочення ВВП на рівні 4,8%, у т.ч. скорочення ВВП у IV кварталі – на рівні 3,0% за умови, що ситуація з рівнем

захворюваності до кінця року як в світі, так і в середині країни значно не погіршиться, та відповідно не відбудеться посилення превентивних заходів (не буде відновлений тривалий жорсткий карантин на значній території країни/країн). Однак, якщо матиме місце тривалий локдаун в Україні та світі, то падіння ВВП у IV кварталі може виявитись значно більшим – на рівні 6,0%, і за таких умов, відповідно, падіння ВВП за підсумком року очікується на рівні 5,6% [9].

Як очікується, у середньостроковій перспективі українська економіка зростатиме завдяки відновленню зовнішнього попиту, збільшенню реальних доходів населення, поліпшенню споживчих настроїв та зростанню кредитної активності. Водночас зміни окремих споживчих уподобань та бізнес-процесів в економіці під час карантину формуватимуть нові виклики на ринку праці разом із новими напрямками бізнесу, що згодом сприятиме зростанню зайнятості [8].

З огляду на зазначений розвиток подій НБУ прогнозує у 2021-2022 роках повернення української економіки до зростання на рівні близько 4% [15]. Задля цього національна економіка вже дає позитивні сигнали. З травня 2020 року в міру послаблення карантинних обмежень констатується поступове зростання економічної активності. Завдяки стрімкому відновленню споживчого попиту воно відбувається навіть швидше, ніж очікувалося. Економіку підтримує зростання доходів громадян, поліпшення зовнішньої кон'юнктури, а також нарощування витрат бюджету на дорожню інфраструктуру. Згідно прогнозу основним драйвером росту ВВП на рівні 4% у 2021–2022 роках залишатиметься приватне споживання.

У 2021-2023 роках прогнозується також позитивна тенденція зміни обсягів випуску внутрішньої торгівлі. Зокрема, у середньому щорічно очікується збільшення на рівні 4,3 відсотка (у 2021 році – на 4,8 відсотка), що дещо перевищуватиме значення звітних показників 2017-2019 років (3,9 відсотка) за рахунок інтенсивного розвитку роздрібного сегменту ринку в умовах розширення торгових мереж, онлайн-торгівлі та збільшення споживчого попиту на тлі зростання доходів населення, а також відновлення попиту на торговельні

послуги з боку підприємств реального сектору економіки з урахуванням зменшення попиту торгівлі енергетичними товарами в умовах підвищення енергоефективності.

Втім, за даними Департаменту стратегічного планування та макроекономічного прогнозування Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України у середньостроковій перспективі вже починаючи з 2022 року, відбуватиметься поступове зменшення ролі споживчого попиту як приватного, так і державного, у формуванні економічного зростання, що загалом є характерним для України у посткризові періоди. Так, прогнозується скорочення питомої ваги у структурі ВВП приватного споживання на 2,0 %-их пункти у 2022 році, та на 0,9 %-их пункти у 2023 році. Скорочення частки державного споживання очікується у 2022-2023 роках у середньому на 0,8 %-их пункти щорічно, в той час як у 2021 році скорочення майже не відбудеться через необхідність збереження на початку постпандемічного періоду значного фіскального стимулу для відновлення економічного зростання у посткризовий період [16]. Загалом у 2021-2023 роках у структурі ВВП відновиться тенденція щодо поступового зміщення акцентів на користь інвестиційної компоненти, що була притаманна українській економіці у до кризовий період.

Викладене доводить, що пандемія COVID-19, як глобальний фактор, не тільки спровокувала зміни трендів розвитку національної та світової економік і загострила наявні проблеми (зокрема структурні диспропорції, а саме – вузький внутрішній ринок для вітчизняних виробників, низька частка доданої вартості у продукції, значна імпортозалежність особливо по сировинних товарах та ін.), вирішення яких дозволить впевнено рухатися далі, але й сприяла зміні форматів ведення бізнесу, цінностей та споживчої поведінки.

Позитивним є те, що зміна економічної поведінки та споживчих цінностей відкрила нові можливості для розвитку торговельних підприємств, які, перш за все, пов'язані із поширенням користування новітніми цифровими технологіями. Вдала подальша реалізація цих можливостей залежатиме від здатності бізнесу швидко переглядати свої стратегії розвитку з

метою трансформації діяльності під нові потреби користувачів і темпи діджиталізації.

На разі за темпами впровадження сучасних цифрових технологій Україна знаходиться в рамках світового тренду, а за кількісним рівнем навіть дещо вища від світового (в світі лише ряд країн лідирують, в той час як інші мають низький рівень, наприклад Близький Схід, Північна Африка, Латинська Америка та ін.). Згідно рейтингу Global Innovation Index (GII) у 2020 році зі всього списку в 131 країн 35 європейських держав входять в ТОП-50, у тому числі всі 27 держав-членів ЄС. Україна у рейтингу посідає 45 місце – між Тайландом і Румунією, випереджаючи Російську Федерацію на 2 позиції [17].

Активний розвиток, швидкість розповсюдження та глибина проникнення цифрових технологій в сучасному світі відкриває для України в цілому, і торгівлі зокрема, унікальні можливості для активізації економічної діяльності підприємницьких структур і реалізації цілей сталого розвитку, створення додаткової доданої вартості в виробничих ланцюжках, підвищення конкурентоспроможності, рівня задоволення потреб споживачів та якості життя населення.

За оцінками Мінекономіки, через розвиток цифровізації економіки за прогнозованою тенденцією, що сформувалася в останні роки, у 2023 році частка торгівлі у ВВП України орієнтовно зросте до рівня 5,2 відсотка проти 4,4 відсотка на кінець 2019 року (на 0,86 відсоткових пункти більше ніж у 2015 році). У середньостроковій перспективі це дозволить посилити позиції України на глобальному цифровому ринку, а також скоротити на один рік розрив відставання від європейського рівня впровадження сучасних цифрових технологій (у 2019 році відставання було на три роки). Швидка адаптація цифрових технологій в сучасні бізнес-процеси дозволить Україні використати нову проривну бізнес-модель, в основі якої лежать скорочення витрат, раціональність використання ресурсів і підвищення ефективності, що відкриє можливість використати весь потенціал Індустрії 4.0 в сучасному глобалізованому світі [17].

Викладене доводить, що торговельна галузь знаходиться в постійному процесі трансформації під впливом світових економічних трендів і викликів (глобалізація, зростаюча конкуренція, пандемія COVID-19, цифровізація бізнес-процесів (діджиталізація), інновації, зміна споживчих уподобань, переосмислення цінності та вартості ведення бізнесу, орієнтація на задоволення потреб споживачів тощо). Останні спричинили у сфері торгівлі безпрецедентну невизначеність, складність та перетрубації, через які вже в найближчому майбутньому деякі підприємства торгівлі процвітатимуть, а інші намагатимуться вижити. А також, як свідчать результати дослідження глобальних трендів роздрібно́ї торгівлі [18], прискорили розвиток чотирьох ключових драйверів адаптації ритейлерів до «нової реальності», які вже впливали на цей сектор економіки, а саме: еволюція бізнес-моделі, цінність цілей, жорстка спрямованість на зниження затрат та підвищені можливості споживачів (рис. 15). Національний ринок також розвивається дуже активно і не відстає від глобальних тенденцій.

Для адаптації до динамічних змін бізнес-середовища, що загрожують ефективному функціонуванню та економічному зростанню, торговельні підприємства повинні мати відповідну інфраструктуру, здатну забезпечити збалансованість ресурсного потенціалу, результатів його функціонування та задоволення потреб споживачів і стейкхолдерів в процесі вирішення тактичних та стратегічних завдань. На даний момент, при впровадженні нових рішень ритейл здебільшого орієнтується на діджиталізацію і персоналізацію, побудову омніканальної комунікації торгових мереж і споживача, використання великих даних для поліпшення клієнтського сервісу.

Діджиталізація, маючи певні переваги і недоліки (рис.16), дає вітчизняним ритейлерам не лише широкі можливості для застосування передових підходів у процесі залучення цільової аудиторії (реклама, зручна навігація на сайті магазину, 3D-примірочні, мобільні додатки, миттєва оплата товару, зворотний зв'язок тощо), але й носить позитивний соціально-економічний характер для країни, оскільки поліпшується якість

товарів і послуг, розвивається інфраструктура, з'являються нові продукти і послуги, скорочуються витрати.

	<p>Тренд 1 Еволюція бізнес-моделі Вершина роздрібно́ї торгівлі у стаціонарних магазинах вже подолана. Незважаючи на те, що кількість магазинів, безумовно, буде зростати, очевидним є те, що економічне зростання лише за рахунок стаціонарних магазинів неможливе. Більшість ритейлерів шукають платформні компанії, які могли б допомогти їм у реалізації товарів</p>
	<p>Тренд 2 Першочерговість філософії та мети підприємства Безпека громадян і працівників понад усе, вище за прибутки. COVID-19 лише прискорив цю тенденцію, яка вже набирала обертів. Згідно з дослідженням Edelman, проведеним наприкінці 2018 року, майже дві третини споживачів у всьому світі сказали, що вони приймають рішення щодо того, придбати чи бойкотувати товар того чи іншого бренду, виходячи виключно зі своєї позиції щодо соціального чи політичного питання.</p>
	<p>Тренд 3 Переосмислення вартості ведення бізнесу Більшість підприємств роздрібно́ї торгівлі визнають, що звичні форми зниження витрат більше не є достатніми для підтримки маржі та відновлення бізнесу. Навіть після того, як у відповідь на COVID-19 негайно були розроблені і впроваджені агресивні стратегії стримування витрат, більшість підприємств торгівлі визнають, що їм необхідно буде вживати додаткових заходів, якщо вони сподіваються повернути свій бізнес до прибуткового зростання у подальших роках. Очікується, інвестиційне пожвавлення у сфері підвищення вартості існуючих активів протягом наступного року.</p>
	<p>Тренд 4 Вибір клієнта розглядається під мікроскопом У сучасних умовах клієнти менше дбають про асортимент товарів і більше про їхню наявність і доступність. І це може змінити спосіб роботи багатьох ритейлерів. Коли різні країни перейшли на режим суворої ізоляції, роздрібні магазини, які торгували товарами не першої необхідності, зачинилися, а полиці продуктових магазинів спорожніли, ті підприємства роздрібно́ї торгівлі, які знають своїх клієнтів, мали очевидні переваги.</p>

Рис. 15. Глобальні тренди розвитку роздрібно́ї торгівлі у 2020 році

Джерело: складено на підставі [19]

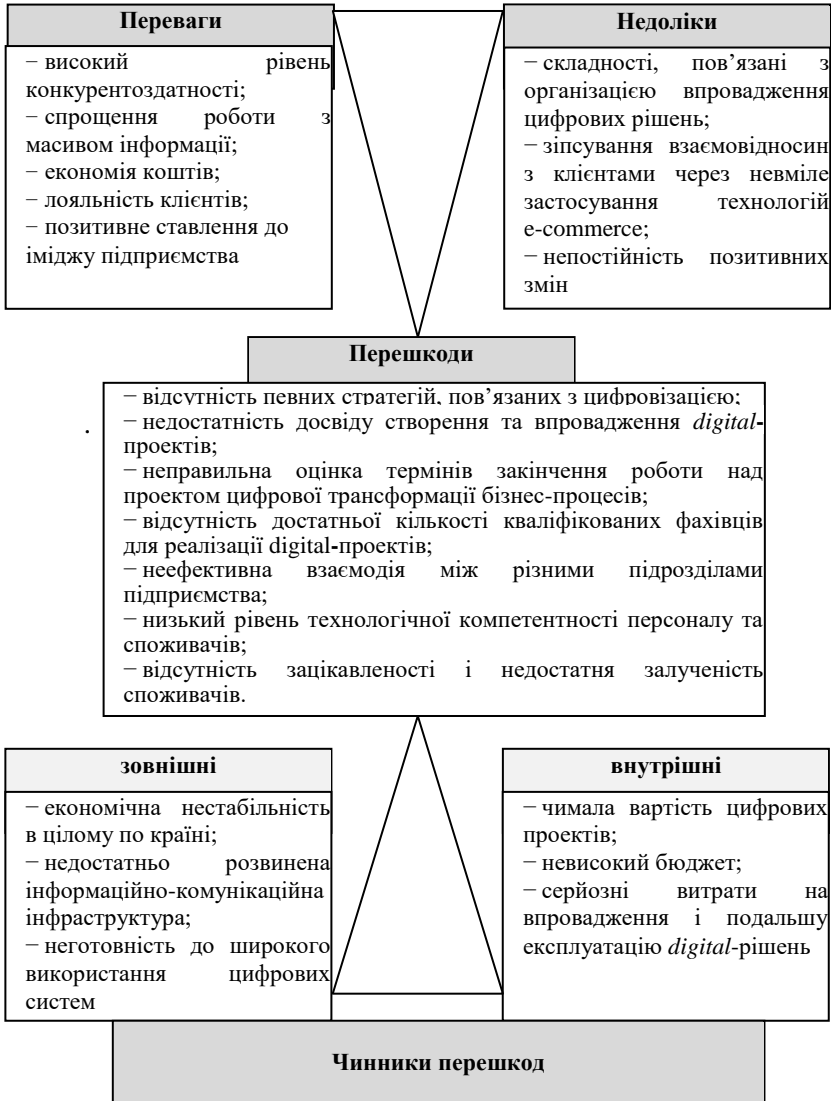


Рис. 16. Плато проблемних аспектів впровадження цифрових рішень в ритейлі

Джерело: розроблено на підставі [18; 19]

З огляду на це важливою є ефективна комунікація торговельних підприємств з органами державної влади. Вона теж має йти в ногу із часом, отже, уже в найближчому майбутньому слід очікувати на подальше поліпшення регулювання і умов роботи галузі.

Наразі ж ритейлери, зіштовхуючись із чисельними перешкодами та здійснюючи чисельні помилки, проходять шлях переосмислення форм, напрямів, методів управління та залучення інновацій й digital-технологій задля підвищення економічної активності і лояльності споживачів. Як показує практика, сучасні покупці активно використовують цифрові технології і різні канали для отримання інформації, більше цінують зручність і екологічність, прагнуть до економії часу, вимагають персонального підходу та з ентузіазмом ставляться до технічних нововведень, з яких найпопулярнішими є каси самообслуговування, безконтактні платежі, мобільні додатки торгових мереж тощо.

Тому, з огляду на зміни характеру і моделі поведінки сучасного споживача, задля забезпечення ефективного функціонування та подальшого економічного зростання основними напрямками цифрової трансформації діяльності будь-якого торговельного підприємства має бути:

- робота зі споживачами, що включає всі етапи від виникнення інтересу до торгової марки до моменту здійснення покупки;
- забезпечення операційної ефективності, в тому числі результативності персоналу, роботи з продукцією, цінниками, викладенням товару та ін.;
- логістика та контроль поставок продукції;
- контроль роботи ІТ-інфраструктури та системи безпеки.

Найвищу результативність забезпечує комплексна їх реалізація, а також інноваційний клімат та відповідна корпоративна культура, високий рівень якої є необхідним для надійної комунікації між всіма ланками управління з метою швидкого впровадження змін. Так, доцільно не тільки впроваджувати системи для підрахунку та аналізу поведінки

відвідувачів, а й переглядати вимоги до персоналу і підвищення продуктивності праці, ефективності операційної діяльності, зменшення собівартості товарів та забезпечення їх доступності. В комплексі це забезпечить ефективність цифрової трансформації всіх бізнес процесів торговельного підприємства, виведе на новий взаємодії з партнерами і клієнтами, сформує нову бізнес-модель економічної поведінки, систему управління і функціонування бізнесу, що, в свою чергу, забезпечить підвищення економічної активності та подальшого сталого розвитку.

На підставі вищевикладеного можна зробити наступні висновки:

1) сфера торгівлі була і залишається однією з найбільш впливових складових формування економічної активності національної економіки. Впродовж останніх років її частка у складі ВВП України в середньому складає близько 14,0%. Й надалі, не дивлячись на турбулентність економіки, прогнозується позитивна тенденція зміни обсягів випуску внутрішньої торгівлі у 2021-2023 роках;

2) у поточному році значний негативний вплив на економічну активність торговельних підприємств України мала активована пандемією COVID-19 глобальна економічна криза новітні тренди розвитку ритейлу, а також digital-технології управління просуванням товарів (цифрові цінники, розумні полиці, чат-боти, цифрові інформаційні панелі, хмарні сервіси, штучний інтелект, портативні сканери, RFID-технології тощо).

3) вперше після стрімкого падіння економіки на початку 2020 року та введення адаптивного карантину у вересні поточного року намітилася позитивна тенденція відновлення економічної активності. Основними чинниками позитивних змін стали: зростання реальної заробітної плати у вересні 2020 року; низька цінова динаміка на внутрішньому ринку; зростання споживчого кредитування та поліпшення споживчих настроїв домогосподарств;

4) через погіршення епідеміологічної ситуації та розширення урядових обмежень у IV кварталі поточного року очікується погіршення за всіма показниками операційної

діяльності підприємств торгівлі, зокрема: обсягів товарообороту, обсягів закупівлі товарів для продажу, чисельності зайнятих працівників;

5) ключовими драйверами адаптації ритейлерів до «нової реальності»: еволюція бізнес-моделі, цінність цілей, жорстка спрямованість на зниження затрат та підвищені можливості споживачів; діджиталізація бізнес-процесів.

б) для підвищення економічної активності та подальшого сталого розвитку основними напрямками цифрової трансформації діяльності торговельних підприємств має бути: робота зі споживачами, забезпечення операційної ефективності, логістика та контроль поставок продукції, контроль роботи ІТ-інфраструктури та системи безпеки. Комплексна реалізація заходів за кожним з них забезпечить модернізацію бізнес-моделі та змінить формат взаємодії ритейлерів з партнерами і клієнтами.

2.5. Система моніторингу фінансової безпеки підприємств

УДК 658.14

© Лачкова В. М., Лачков А.С.

© Lachkova V., Lachkov A.

System for monitoring financial security of enterprises

***Анотація.** Розглянуто основні теоретичні та методичні аспекти моніторингу фінансової безпеки підприємства. Ідентифіковано сучасні загрози фінансовій безпеці українських підприємств, удосконалено понятійний апарат системи фінансової безпеки підприємства; обґрунтовано необхідність запровадження системи санаційного контролінгу для забезпечення ефективності управління фінансовою безпекою підприємства, доведено значення моніторингу як оперативної*

кості підприємств роздрібної торгівлі : монографія. Харків : ХДТУБА, 2010. 177 с.

13. Пічугіна Т. С., Забродська Л. Д., Забродська А. І., Безгінова Л. І. Структурні елементи науково-методичного підходу до оцінювання розвитку підприємств. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг* : зб. наук. пр. Харків, ХДУХТ, 2017. Вип. 2 (26). С. 142-156.

14. Афанасьев Н. В. Управление развитием предприятия. СПб. : Издательский дом « Бизнес пресса», 2003. 276 с.

Підрозділ 2.4.

1. Krutova A., Kashchena N., Chmil H. Enterprises' economic activity stimulation as a driver of national economy sustainable development. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг* : зб. наук. пр. Харків : ХДУХТ, 2020. Вип. 1 (31). С. 162-173.

2. Davydova O., Kashchena N., Staverska T., Chmil H. Sustainable development of enterprises with digitalization of the economic management. *International Journal of Advanced Science and Technology*. 2020. Vol. 29, No. 8s. P. 2370-2378.

3. Davydova O., Kashchena N., Staverska T., Chmil H. Digitalization of economic activity management and sustainable enterprise's development. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*. 2019. Vol. 8, Issue 3C, November. P. 195-200.

4. Кащена Н.Б. Теоретичні аспекти економічної активності підприємств торгівлі. *Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова. Серія «Економіка»*. 2018. Т. 23. Вип. 7(72). С. 115-121.

5. Крутова А.С. Теоретико-методичні аспекти аналізу кредитоспроможності підприємства. *Проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 211-216.

6. World Trade Statistical Review 2020. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2020_e/wts2020_e.pdf

7. Статистична інформація. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/oper_new.html

8. Інфляційний звіт Національного банку України, жовтень 2020 року. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2020_Q4.pdf?v=4.

9. Огляд економічної активності (січень-вересень 2020 року). URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=OgliadEkonomichnoiAktivnosti&pageNumber=1>

10. Прес-реліз «Індекс споживчих настроїв у вересні 2020 року стабільний і становить 71,6». URL: <https://sapiens.com.ua/ua/publication-single-page?id=137>

11. Щомісячні опитування підприємств України, вересень 2020 року. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Business_survey_m_2020-09.pdf?v=4

12. Очікування підприємств роздрібною торгівлі щодо перспектив розвитку їх ділової активності за видами економічної діяльності (2015-2020). URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

13. Очікування підприємств роздрібною торгівлі у III кварталі 2020 року щодо перспектив розвитку їх ділової активності. URL: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/fin/grp/torg/torg_III_2020.pdf

14. Очікування підприємств роздрібною торгівлі у IV кварталі 2020 року щодо перспектив розвитку їх ділової активності. URL: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/fin/grp/torg/torg_IV_2020.pdf

15. Економіка зростатиме у 2021 році і повністю надолужить втрати від коронакризи у 2022 році – Інфляційний звіт НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/ekonomika-zrostatime-u-2021-rotsi-i-povnistyu-nadolujit-vtrati-vid-koronakrizi-u-2022-rotsi--inflyatsiyniy-zvit-nbu>

16. Прогноз економічного і соціального розвитку України на 2021-2023 роки (схвалений Постановою Кабінету Міністрів України № 671 від 29.07.2020 року). URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=98c3a695-56bb-42ba-b651-60ce1f899654&title=PrognozEkonomichnogoISotsialnogoRozvitkuUkrainiNa2021-2023-Roki>

17. Global Innovation Index 2020 rankings. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2020-report#>

18. Global retail trends 2020. Preparing for the new reality. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2020/05/global-retail-trends-2020.pdf>

19. Цифровизация в торговле. URL: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/pervaya-sistema-tsifrovizatsiya-v-torgovle/>

Підрозділ 2.5.

1. Управління фінансовою безпекою підприємств торгівлі в умовах невизначеності: колективна монографія / За заг. ред. А. С. Крутової. Х.: Видавець Іванченко І.С., 2017. 264 с.

2. Лачкова Л.І., Лачкова В.М., Постољна Н.О. Методичні підходи до оцінки фінансової безпеки підприємств роздрібної торгівлі. *Бізнес-Інформ*. 2016. №11. С. 115-126.

3. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: монографія. К.: КНТЕУ, 2001. 584 с.

4. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: монографія. К. : КНЕУ, 2008. 272 с.

5. Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів: навч. посіб. / за заг. ред. С. М. Фролова. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 332 с.

6. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента: учебник. М.: ОМЕГА-Л, 2011. 656 с.

7. Дем'яненко М.Я. Фінансовий словник-довідник. К.: ІАЕУ ААН, 2003. 613 с.

Підрозділ 2.6.

1. Николаев И.В. Методы оценки финансовых рисков экономических систем в условиях кризиса. *Проблемы экономики*. 2011. №4. С.131-134.

2. Камінський А. Б. Концептуальні підходи до вимірювання фінансових ризиків. *Фінанси України*. 2006. № 5. С. 78-85.

3. Бланк И. А. Управление финансовыми рисками. К.: НикаЦентр, 2005. 600 с.

державного університету харчування та торгівлі, Україна,
margarita_ilchenko@ukr.net

Pichenko Margarita, Teaching of the Department of International Economics, Economic Theory and Law, Kharkiv State University of Food Technology and Trade, Ukraine,
margarita_ilchenko@ukr.net

Кащена Наталія Борисівна, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри фінансів та обліку Харківського державного університету харчування та торгівлі, Україна,
natakaschena@gmail.com

Kashchena Nataliia, PhD in Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Finance and Accounting, Kharkiv State University of Food Technology and Trade, Ukraine,
natakaschena@gmail.com

Кирильсва Людмила Олексіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та обліку, Харківського державного університету харчування та торгівлі, Україна,
kirilieva@ukr.net

Kirilieva Liudmila, PhD in Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of finance and accounting, Kharkiv State University of Food Technology and Trade, Ukraine,
kirilieva@ukr.net

Ковалевська Надія Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри товарознавства, торгівлі та управління якістю товарів Харківського державного університету харчування та торгівлі, Україна,
kavalserg@gmail.com

Kovalevska Nadezhda, PhD in Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department Commodity Science, Trade and Product Quality Management, Kharkiv State University of Food Technology and Trade, Ukraine,
kavalserg@gmail.com

Кот Олена Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту та економіки

Наукове видання

**СИСТЕМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ
ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Колективна монографія

**За загальною редакцією канд. екон. наук, проф. Н.Б. Кашеної
та канд. екон. наук, доц. Т.О. Ставерської**

Відповідальні за випуск: Н. Б. Кашена, Т. О. Ставерська
Комп'ютерна верстка: Н. Б. Кашена

План 2020 р., поз. 128
Підп. до друку 02.12.2020 р. Формат 60×84 1/16. Папір офсет. Друк офс.
Ум. друк. арк. 24,4. Тираж 300 прим.

**Видавництво та друк
ФОП Іванченко І. С.**

пр. Тракторобудівників, 89-а/62, м. Харків, 61135.
Тел.: +38 (050/093) 40-243-50.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготівників та розповсюджувачів
видавничої продукції серія ДК №4388 від 15.08.2012 р.
www.monograf.com.ua