

УДК 338.24:657.01

DOI: 10.25140/2411-5215-2018-4(16)-36-42

*Оксана Чумак, Марина Мельничук***ЕКОНОМІЧНИЙ ТА ОБЛІКОВИЙ ЗМІСТ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА***Оксана Чумак, Марина Мельничук***ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И УЧЕТНОЕ СОДЕРЖАНИЕ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ***Oksana Chumak, Marina Melnuchuk***ECONOMIC AND ACCOUNTING CONTENT OF THE COMPANY'S SOCIAL CAPITAL**

У статті наведено економічний зміст соціального капіталу підприємства у взаємозв'язку із концепцією вартісно-орієнтованого управління. Акцентовано увагу на необхідності визначення ефекту декаплінгу у процесі оцінювання соціального капіталу. Запропоновано приріст соціального капіталу визначати сукупністю позитивних різниць елементів соціального капіталу. Розкрито обліковий зміст соціального капіталу як об'єкта обліку. У цьому аспекті розглянуто його нематеріальну природу та операції підприємства соціально-відповідального характеру. Визначено зміст соціального капіталу через людський, інтелектуальний, репутаційний та інформаційний капітал. Як облікову категорію соціальний капітал визначено через сукупність економічних ресурсів, які генерують нематеріальні активи через соціальну взаємодію учасників бізнес-процесів.

Ключові слова: соціальний капітал; нематеріальні активи; вартісний підхід; підприємство; управління.

Бібл.: 11.

В статті приведено економічне содержание соціального капіталу підприємства во взаємозв'язку з концепцією ціннісно-орієнтованого управління. Акцентовано увагу на необхідності визначення ефекту декаплінгу при оцінці соціального капіталу. Предложено прирост соціального капіталу определять как совокупность положительных разниц элементов соціального капіталу. Раскрыто учетное содержание соціального капіталу как объекта учета. В этом аспекте рассмотрена его нематериальная природа и операции предприятия социальнo-ответственного характера. Определено содержание соціального капіталу путем изучения человеческого, интеллектуального, репутационного и информационного капіталу. Как учетная категория, социальный капітал определен как совокупность экономических ресурсов, генерирующих нематериальные активы посредством социального взаимодействия участников бизнес-процессов.

Библ.: 11.

Ключевые слова: социальный капитал; нематериальные активы; стоимостный подход; предприятие; управление.

The article presents the economic content of the social capital of the enterprise in conjunction with the concept of value-oriented management. Attention is focused on the need to determine the decoupling-effect when assessing social capital. It is proposed to determine the growth of social capital as a set of positive value of elements of social capital. The accounting content of social capital as an object of accounting is disclosed. In this aspect, its intangible nature and operations of an enterprise of a socially responsible nature are considered. The content of social capital is determined by the study of human, intellectual, reputational and informational capital. As a category of accounting, social capital is defined as a set of economic resources that generate intangible assets through social interaction of participants in business processes.

Keywords: social capital; intangible assets; value based approach; enterprise; management.

References: 11.

JEL Classification: M12

Постановка проблеми. Підприємство як суб'єкт господарювання, з метою ефективного виконання своїх завдань, існує в економічному середовищі частиною мережі взаємопов'язаних бізнес-відносин. Нині підприємства на рику оцінюються не виключно за фінансовими показниками і якістю продуктів, а і впливу їхньої діяльності на суспільство загалом та співробітників зокрема. Зважаючи на те, що головною метою розвитку підприємств стає збільшення цінності, а не прибуток, соціальний капітал потребує уваги як об'єкт, який сприяє збільшенню вартості й цінності бізнесу. За загальновідомою концепцією VBM (Value Based Management) максимізація вартості підприємства є основною метою його діяльності, і всі зусилля менеджерів мають бути переважно спрямовані на зростання (додавання) ринкової цінності підприємства. У сучасних підприємствах переважаючими стають соціальні складові над комерційними, тому у вартості підприємства соціальний капітал набуває все більшої значущості поряд із фінансовим та фізичним. Проте в економіці існують обмеження щодо усіх видів капіталу, у тому числі й соціального. Для його визнання, виміру, оцінки й обліку актуальним є визначення економічної природи та економічного змісту в системі управління підприємством.

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичну базу для дослідження соціального капіталу заклали П. Бурдьє, Е. Глейзер, Дж. Коулмен, Р. Патнем, Ф. Фукуяма. Велику увагу приділено змісту соціального капіталу, його складу, функціям як у вітчизняній, так і зарубіжній економічній літературі. Зазначені питання розглянуто в роботах Н. Апаріної, Р. Блома, М. Буданової, Н. Бусової, А. Вавілова, М. Гуравичева, І. Дементьєва, І. Дискіна, А. Конькова, М. Курбатової, Ю. Латова, Л. М'ясникової, Л. Поліщука, М. Савельєвої, М. Савіної, А. Саградова, С. Штирбула, Є. Ясіна.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Разом із тим є значна кількість досліджень, що стосуються різноманітності природи соціального капіталу, однак спостерігається недостатність наукових поглядів щодо загального підходу до визнання соціального капіталу в обліковій системі підприємства за умов вартісно-орієнтованого управління.

Вищенаведене є основою для визначення **мети** дослідження як обґрунтування необхідності в розкритті економічної сутності поняття «соціальний капітал» в обліковій та економічній системі підприємства.

Виклад основного матеріалу. Соціальний капітал, як об'єкт наукових досліджень вивчали з погляду економіки, державного управління, соціології. Тому ця категорія, з одного боку, є багатогранною, а з іншого – маловивченою як складова бізнес-структур. Засновники теорії соціального капіталу І. П. Бурдьє і Дж. Коулмен вказували на своєрідність соціального капіталу, порівняно з іншими формами капіталу (економічним, людським), але зазначали, що соціальний капітал являє собою невід'ємний елемент у структурі соціальних відносин [1-2]. П. Бурдьє також наголосив, що можливість конвертації соціального капіталу в інші види капіталів робить активи критичними у визначенні потенціалу соціальної позиції індивіда.

Економічну сутність соціального капіталу розкриває В. Сікора, як головний напрямок економічного мислення у сфері економічного розвитку, що фактично утверджується як нова парадигма. Когнітивними елементами соціального капіталу за А. К. Клімочкіним є: довіра, благонадійність, взаємність, позитивні чекання, інформаційні канали, соціальні норми та санкції, відносини солідарності, спроможність до кооперації [3]. Економічне управління підприємством, спрямоване на збільшення вартості, ґрунтується й на обліковому управлінні, таким чином, посилюються вимоги до змісту облікових категорій, які генерують додаткові цінності підприємству. Керівники підприємства несуть відповідальність за те, яким чином стратегія, управління, економічна діяльність та перспективи розвитку приведуть до створення цінності протягом певного періоду. Соціальний капітал стає чинником, який сприяє збільшенню доданої вартості через використання нематеріальних активів. О. А. Грішнова зауважує на тому, що соціальний капітал – «наймолодша» серед досліджуваних категорій і на рівні підприємства розкриває його сутність як нематеріальний актив, що створюється організацією через систему соціальних відносин на внутрішньоорганізаційному, міжорганізаційному та організаційно-інституціональному рівні та чинить синергетичний вплив на результати її діяльності завдяки здатності мобілізувати ресурси чи знижувати витрати [4]. Вчена виділяє такі економічні ознаки соціального капіталу, як ресурсність, прибутковість і конвертованість. О. Демянчук виділяє ще одну ознаку – нагромадження [5] та стверджує, що вигоди, які отримує підприємство від соціального капіталу, включають таке: краще поширюється інформація та професійні знання між працівниками підприємства; знижуються трансакційні витрати; підвищується організованість дій. Ресурсність соціального капіталу розглядають у формування відносин на підприємстві. Прибутковість визначається через економію трансакційних витрат або одержання соціальної ренти. Нагромадження – відображає створення мереж, які спричиняють соціальні зобов'язання. Соціальний капітал підприємства, як і інші форми капіталу, являє собою довгострокову цінність, яка стає важливим чинником розвитку, підвищує вартість підприємства та його конкурентоспроможність.

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Вартісний підхід до вивчення соціальних та економічних проблем підприємства відслідковується різними економічними школами в їх історичному розвитку. Вартісно-орієнтоване управління підприємством як гілка вартісних теорій є досить новою парадигмою у вивченні капіталізації бізнесу й визначає показник вартості як основний стратегічний орієнтир розвитку підприємства. Логіка моделювання ефективності управління капіталом зумовлює необхідність диференціації ціннісних пропозицій для різних груп стейкхолдерів: нефінансових (споживачі, держава, суспільство, працівники) та фінансових (інвестори, кредитори, власники підприємств) [6]. У розвиток цього твердження Л. В. Потрашкова пропонує концептуальну модель причинно-наслідкового взаємозв'язку між соціальною відповідальністю, зовнішнім деперсоналізованим соціальним капіталом та результатами діяльності підприємства. Модель характеризується:

а) сприйняттям підприємства його стейкхолдерами (або ставлення стейкхолдерів до підприємства) – оцінка переваг;

б) обов'язками перед підприємством з боку стейкхолдерів;

в) нормами, які регулюють взаємодію стейкхолдерів із підприємством [7].

Економічний розвиток підприємства спрямований на збільшення його вартості, навіть за умов дотримання соціальної відповідальності, характеризується зростанням показників, які спричинюють зростання ресурсоспоживання. Функціональна ефективність вартісно-орієнтованого управління підприємством виражається через доцільність витрат ресурсів для отримання очікуваного ефекту зростання його вартості [8]. Автор економічну ефективність вартісно-орієнтованого управління визначає як співвідношення вартісного зростання майна підприємства із понесеними витратами ресурсів, які забезпечили таке зростання. У розвиток цієї думки вважаємо за доцільне звернутись до декаплінг-аналізу (співвідношення темпу економічного зростання підприємства та темп зростання його впливу на довкілля). Ефект декаплінгу виявляється тоді, коли за позитивної динаміки економічного зростання показники негативного впливу на навколишнє середовище залишаються стабільними або демонструють тенденцію до зниження за той самий період [9]. Оскільки досягнення соціального й економічного прогресу підприємства, зокрема, ґрунтується на відносно низьких темпах ресурсоспоживання, позитивний ефект свідчить про приріст соціального капіталу підприємства з огляду на вимоги, здебільшого, держави, суспільства та зарубіжних партнерів. Отже, запити стейкхолдерів щодо оптимізації структури соціального капіталу через ідентифікацію проблемних аспектів вимагають диференціювати цілі в управлінні капіталом підприємства. Вважаємо за доцільне при побудові концепції вартісно-орієнтованого управління підприємством оптимізувати стратегію під вимоги всіх учасників: фінансових стейкхолдерів, власників, держави, суспільства. Щодо соціального капіталу, то його складові забезпечують саме створення додаткової вартості підприємства. Приріст соціального капіталу характеризується сукупністю позитивних різниць елементів капіталу, визначених як дельта від показників минулих періодів, середньостатистичних або нормативних показників. Таким чином, структура соціального капіталу вартісно-орієнтованого підприємства за умов соціально-відповідальної діяльності визначає цінність на ринку, яка формується вартістю й ефективністю складових капіталу.

Успішність бізнесу все більше має соціальне спрямування, що зумовлює ведення соціально відповідальної діяльності, яка здійснюється в межах взаємозв'язку осіб – учасників процесу бізнесу при досягненні соціально-економічних результатів. Соціалізація підприємницької діяльності дедалі спричинює визнавати операції, пов'язані із забезпеченням соціальної відповідальності бізнесу в системі бухгалтерського обліку підприємства. Тому виникає необхідність окреслити коло осіб, зацікавлених в інформації щодо соціальних процесів. Зважаючи на природу соціального в економічних процесах

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

підприємств, доцільно виділити таких користувачів облікової інформації щодо соціального капіталу в їх відносинах: власник-працівники, власник-управлінський персонал, адміністрація-працівники, працівники-покупці, покупці-конкуренти, адміністрація-контролюючі органи та органи місцевого самоврядування, власник-інші організації, власник й адміністрація-постачальники (кредитори). Враховуючи, що зазначеними відносинами визначається рівень продуктивності праці, репутація й конкурентоспроможність, соціальний капітал можна вважати чинником, який забезпечує їх зростання.

Під час розмірковування над економічним змістом соціального капіталу, важливим постає питання, які його елементи будуть відображені у складі активів, які у складі пасивів підприємства, які будуть характеризувати доходи, а які витрати або втрати, і у яких формах звітності знайдуть відображення за результатами звітного періоду. І. В. Жиглей у результаті дослідження місця соціального капіталу в системі бухгалтерського додела, що: 1) при продажу компонента підприємства соціальний капітал відображається у вигляді гудвілу; 2) вираженням соціального капіталу є різниця між номінальною та ринковою вартістю цінних паперів; 3) витрати, які виникають у процесі створення та реалізації соціального капіталу, відображаються в системі бухгалтерського обліку в складі різних об'єктів [10]. М. В. Корягін [11] відзначив, що під час оцінювання вартості підприємства на етапі визначення основного виду економічної діяльності існує проблема недооцінки складових соціального капіталу як таких, що не мають матеріальної форми, але які забезпечують одержання економічних вигод від їх використання.

Оскільки соціальний капітал підприємства має нематеріальну природу, нами допускається думка, що його зміст доцільно розглядати через скупість таких видів капіталу: людський, інтелектуальний, інформаційний і репутаційний.

Найбільшого дослідження як об'єкт обліку набув людський капітал, який ученими пропонується визнавати витратами поточного періоду, джерелом доходу, зобов'язаннями, активом (виробничий ресурс), окремим видом нематеріальних активів (зокрема, частина гудвілу), складовою частиною репутації підприємства. визнаючи людський капітал як набуті ціннісні якості працівника, об'єктами обліку соціального капіталу можуть виступати розрахунки з працівниками за медичне, недержавне пенсійне та інші види страхування, підвищення кваліфікації на навчання персоналу. Людський капітал містить рису запасу капіталу, але який з часом не витрачається, а набуває певного розвитку, який приносить додаткові економічні вигоди. Одночасно наявність соціальної складової в людському капіталі підприємства стає рушійною силою до розвитку знань і співпраці для взаємної вигоди при партнерстві працівник – роботодавець. Соціальний капітал при цьому виступає як сукупність набутих індивідуальних переваг, характерних для колективу цього підприємства, тобто його власником виступає об'єднання у вигляді працівників. Користувачем додатково отриманих благ від витрат на соціальне забезпечення працівників виступає власник бізнесу, отримавши зростання вартості частини майна, яке не буде відображеним у складі пасиву балансу. Соціальна складова пов'язана із працівником, передбачається в трудовій угоді та колективному договорі. Соціальна складова людського капіталу генерує такі якісні його риси, як довіра, гарантія партнерських стосунків, надійність, встановлення необхідних зв'язків для обміну важливою для управління інформацією, які зумовлюють зростання конкурентоспроможності підприємства. Отже, формування в обліку інформації про соціальні виплати за різними аналітичними розрізами та джерелами їх виникнення дає змогу власникам управляти розвитком персоналу через оптимізацію рівня таких витрат, сформованих у вигляді інвестицій у людський капітал.

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Репутація підприємства може бути виражена через наявність і вартість активів, які забезпечують підприємству отримання прибутку та сприяють зростанню його вартості. У системі управління репутацією підприємства до таких активів може бути віднесено: нематеріальні активи, рівень управління персоналом, соціалізація бізнесу, застосування інновацій, позиції на ринку, можливості реалізовувати окремі брендові лінійки за товарними позиціями або отримати відомий франчайзинг, увійти до складу брендованої мережі тощо. Тобто в бухгалтерському обліку до складу репутаційного капіталу, який буде відображено у складі майна, можна віднести: елементи нематеріальних активів; соціальні виплати працівникам; екологічні та соціальні об'єкти обліку; франчайзингові операції; знижки; гарантії тощо. Відповідно до визначених об'єктів обліку щодо репутаційного капіталу можемо виділити основні його складові: нематеріальну (нематеріальні активи) і зобов'язальну (зобов'язання, які виникають у підприємства у зв'язку з операціями, які підвищують репутацію).

Прийнято вважати, що соціальний капітал виконує інформаційну функцію, що дозволяє виділяти серед об'єктів обліку інформаційний капітал. Якщо інформація загалом ученими розглядається як фактор розвитку суспільства, то інформацію, яка пов'язана з бізнесом, можна розглядати як фактор розвитку підприємства, що приносить економічний ефект та може бути оцінений. Оскільки інформація забезпечує зростання вартості капіталу підприємства, бере участь у формуванні прибутку й ресурсів, науковцям доводиться доцільність вживання поняття інформаційний капітал. Інформаційні ресурси, створені з метою сприяння рентабельній роботі підприємства, представлені інформацією про споживачів і постачальників, кредиторів, стан ринку за його сегментами, про фінансовий стан підприємства, діяльність контрагентів, архіви, рейтинги.

Отже, соціальний капітал, як чинник створення доданої вартості, визначено через сукупність економічних ресурсів (матеріальні, фінансові та нематеріальні), які забезпечують приріст вартості підприємства, тобто генерують нематеріальні активи через соціальну взаємодію учасників бізнес-процесів на макро- та макрорівні.

Висновки і пропозиції. Кризові явища, вибагливість стейкхолдерів, умови праці персоналу, значне розширення потужностей, соціальна відповідальність бізнесу вимагають від підприємств створювати ресурси, які забезпечують ефективне функціонування шляхом зростання їх капіталізації. Соціально-відповідальна економічна діяльність підприємств створює передумови формування соціального капіталу, який уможливорює поліпшення їх конкурентоспроможності та потребує визнання за низкою структурних об'єктів капіталу в системі бухгалтерського обліку. Отже, соціальний капітал є сукупністю економічних ресурсів, які забезпечують капіталізацію підприємства, тому виступає чинником стабільності соціально-економічного розвитку.

Список використаних джерел

1. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий. *Общественные науки и современность*. 2001. № 3. С. 122–139.
2. Бурдые П. Формы капитала. *Экономическая социология*. 2002. Т. 3, № 5. С. 60–74.
3. Климочкин А. К. Социальный капитал как условие осуществления трансакций. *Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина*. 2014. Т. 6, № 3. С. 15–27. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-kapital-kak-uslovie-osuschestvleniya-transaktsiy>.
4. Грішнова О. А. Людський, інтелектуальний і соціальний капітал України: сутність, взаємозв'язок, оцінка, напрями розвитку. *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. 2014. № 1. С. 34–40.
5. Дем'янчук О. І. Формування властивостей соціального капіталу підприємства. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер.: Економіка*. 2011. Вип. 16. С. 270–276.

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

6. Ивашковская И. В. Стейкхолдерский подход к управлению, ориентированному на приращение стоимости компании. *Корпоративные финансы*. 2012. № 2. С. 14–23.
7. Потрашкова Л. В. Модель зв'язку соціально відповідальної поведінки та соціального капіталу підприємства. *Економіка розвитку: наук. журн.* 2011. № 3 (55). С. 7–78.
8. Мних О. Б. Маркетинг у формуванні ринкової вартості машинобудівного підприємства: теорія і практика: монографія. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. 428 с.
9. Сотник М. І., Кулик Л. А. Декаплінг-аналіз економічного зростання та впливу на довкілля в регіонах України. *Економічний часопис-XXI*. 2014. № 7-8 (2). С. 60–64.
10. Жиглей І. В. Бухгалтерський облік соціально відповідальної діяльності суб'єктів господарювання: необхідність та орієнтири розвитку: монографія. Житомир: ЖДТУ, 2010. 496 с.
11. Корягін М. В. Бухгалтерський облік у системі управління вартістю підприємства: теоретико-методологічні концепції: монографія. Львів: ЛКА, 2012. 389 с.

References

1. Koulman, Dzh. (2001). Kapital sotsialnyi i chelovecheskii [Social and human capital]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost – Social sciences and modernity*, 3, 122–139 [in Russian].
2. Burde, P. (2002). Formy kapitala [Forms of capital]. *Ekonomicheskaja sotsiologija – Economic sociology*, 3 (5), 60–74 [in Russian].
3. Klymochkyn, A. K. (2014). Sotsyalnyi kapital kak uslovie osushchestvleniya transaktsii [Social capital as a condition for transactions]. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A. S. Pushkina – Bulletin of the Leningrad State University. A. S. Pushkin*, 6 (3), 15–27. Retrieved from <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-kapital-kak-uslovie-osushchestvleniya-transaktsiy>.
4. Hrishnova, O. A. (2014). Liudskiy, intelektualny i sotsialny kapital Ukrainy: sutnist, vziaemozv'язok, otsinka, napriamy rozvytku [Human, intellectual and social capital of Ukraine: essence, interconnection, assessment, directions of development]. *Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka – Social-labor relations: theory and practice*, 1, 34–40 [in Ukrainian].
5. Demianchuk, O. I. (2011). Formuvannia vlastyvostei sotsialnoho kapitalu pidpryiemstva [Formation of the properties of social capital of the enterprise]. *Naukovi zapysky [Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»]. Ser.: Ekonomika – Scientific notes [National University of Ostroh Academy]. Ser.: Economics*, 16, 270–276 [in Ukrainian].
6. Yvashkovskaia, Y. V. (2012). Steikholderskyi podkhod k upravleniyu, oryentyrovannomu na pryashchenye stoyimosti kompanyy [Steakhouse approach to management, oriented to increase the company value]. *Korporativnye finansy – Corporate Finance*, 2, 14–23 [in Russian].
7. Potrashkova, L. V. (2011). Model zviazku sotsialno vidpovidalnoi povedinky ta sotsialnoho kapitalu pidpryiemstva [Model of communication of socially responsible behavior and social capital of the enterprise]. *Ekonomika rozvytku – Development Economics*, 3 (55), 7–78 [in Ukrainian].
8. Mnykh, O. B. (2009). *Marketynh u formuvanni rynkovoї vartosti mashynobudivnoho pidpryiemstva: teoriia i praktyka [Marketing in the formation of the market value of machine-building enterprises: theory and practice]*. Lviv: Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika» [in Ukrainian].
9. Sotnyk, M. I., Kulyk, L. A. (2014). Dekaplinh-analiz ekonomichnoho zrostannia ta vplyvu na dovkillia v rehionakh Ukrainy [Decaling analysis of economic growth and environmental impact in the regions of Ukraine]. *Ekonomichni chasopys-XXI – Economic Newsletter-XXI*, 7-8 (2), 60–64 [in Ukrainian].
10. Zhyhlei, I. V. (2010). *Bukhhalterskyi oblik sotsialno vidpovidalnoi diialnosti subiektiv hospodariuvannia: neobkhidnist ta oriientyry rozvytku [Accounting of socially responsible activity of business entities: necessity and development benchmarks]*. Zhytomyr: ZhDTU [in Ukrainian].
11. Koriahin, M. V. (2012). *Bukhhalterskyi oblik u systemi upravlinnia vartistiu pidpryiemstva: teoretyko-metodolohichni kontseptsii [Accounting management system cost of the enterprise: theoretical and methodological concepts]*. Lviv: LKA [in Ukrainian].

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Чумак Оксана Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, банківської та страхової справи, ПрАТ «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна академія управління персоналом» (вул. Фрометівська, 2, м. Київ, 03039, Україна).

Чумак Оксана Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов, банковского и страхового дела, ЧАО «Высшее учебное заведение «Межрегиональная академия управления персоналом» (ул. Фрометовская, 2, г. Киев, 03039, Украина).

Chumak Oksana – PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of Department of Finance, Banking and Insurance, PJSC Higher education institution Interregional Academy of Personnel Management (2 Frometovska Str., 03039 Kyiv, Ukraine).

E-mail: chumak_ov@i.ua;

ORCID: 0000-0001-6387-2840

Мельничук Марина Олексіївна – старший викладач кафедри обліку, аудиту та економічного аналізу, Харківський інститут фінансів Київського національного торговельно-економічного університету (пров. Плетнівський, 5, м. Харків, 61003, Україна).

Мельничук Марина Алексеевна – старший преподаватель кафедры учета, аудита и экономического анализа, Харьковский институт финансов Киевского национального торгового-экономического университета (пер. ул. Плетневский, 5, г. Харьков, 61003, Украина).

Melnuchyk Marina – Senior lecturer of Department of Accounting, Audit and Economic Analysis, Kharkov Institute of Finance, Kyiv National University of Trade and Economics (5 Lane Pletnevsky, 61003 Kharkov, Ukraine).

E-mail: marinamelnichuk121@gmail.com

ORCID: 0000-0002-2113-3676