

Специфіка досліджуваного явища визначає порогові значення індикаторів. Граничні значення неможливо визначити шляхом точних розрахунків, тому вони визначаються експертним шляхом на основі досвіду. На рівень фінансової безпеки впливають багато індикаторів, основними з яких є: наявність дефіциту бюджету, розміри боргових зобов'язань держави, інфляція, ціна банківського кредитування, рівень монетизації еконо-

міки, обсяг резервів та ін. Моніторинг рівня індикаторів фінансової безпеки кожної зі сфер фінансових відносин і в цілому фінансової системи держави, а також структури доходів і витрат по відношенню до ВВП, що відповідає вибраній моделі фінансових відносин, дасть державі змогу ефективно проводити фінансовий контроль, регулювати соціально-економічний розвиток країни, мінімізувати загрози фінансовій безпеці.

Список використаних джерел:

1. Рудик Н.В. Фінансова безпека в системі управління державними фінансами. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Вип. 5. С. 128–133.
2. Сніщенко Р.Г. Фінансова безпека учасників фінансового ринку: монографія. Кременчук: ПП Щербатих О.В., 2015. 372 с.
3. Луценко І.С. Методичний підхід до оцінювання рівня податкової безпеки України. Науковий вісник Харківського державного університету. 2015. Вип. 12. С. 159–163.
4. Яценко Н.М. Поняття та структура фінансової безпеки. Економічний простір. 2014. № 13. С. 170–174.
5. Голинський Ю.О. Суб'єктивний вплив на процес виконання бюджетів Казначейством України як загроза фінансовій безпеці держави. Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. 2013. Вип. 23.15. С. 209–214.
6. Голинський Ю.О. Ефективність контролю органами казначейства за використанням бюджетних коштів. Економіка. Фінанси. Право. 2013. № 8. С. 37–40.
7. Конкурентоспроможність національної економіки: фіскальні важелі та стимули: кол. моногр. / Н.С. Ситник, А.В. Сташишин, У.З. Ватаманюк-Зелінська; за заг. ред. д. е. н. Н.С. Ситник. Львів: Априорі, 2017. Ч. 2. 350 с.
8. Концепція розвитку національної безпеки у фінансовій сфері: Розпорядження КМУ від 15 серпня 2012 р. № 569-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

УДК 339.187.44:330.322(447)

Ситник Н.С.,

доктор економічних наук,

професор кафедри державних та місцевих фінансів,

Львівський національний університет імені Івана Франка

Попович Д.В.,

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри державних та місцевих фінансів,

Львівський національний університет імені Івана Франка

РОЗВИТОК ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ ЯК СКЛАДНИК ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Ситник Н.С., Попович Д.В. Розвиток франчайзингу в Україні як складник інвестиційної політики держави. У статті розглянуто розвиток франчайзингу як складник інвестиційної політики держави. Виділено основні проблеми функціонування франчайзингових відносин у контексті сучасного розвитку вітчизняної економіки та запропоновано низку заходів щодо їх розв'язання.

Ключові слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзі, франчайзингові відносини.

Сытник Н.С., Попович Д.В. Развитие франчайзинга в Украине как составляющая инвестиционной политики государства. В статье рассматривается развитие франчайзинга как составляющей инвестиционной политики государства. Выделены основные проблемы функционирования франчайзинговых отношений в контексте современного развития отечественной экономики и предложен ряд мер по их решению.

Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзи, франчайзинговые отношения.

Sytnyk N.S., Popovych D.V. The development of franchising in Ukraine as an integral part of the investment policy of the state. The article deals with the development of franchising as a part of the investment policy of the state. The main problems of functioning of franchising relations in the context of modern development of the domestic economy are determined and a number of measures are offered for their solution.

Key words: franchising, franchise, franchisor, franchisee, franchise relations.

Постановка проблеми. В умовах сучасного стану вітчизняної економіки особливої гостроти набуває питання активізації інвестиційної політики держави. На нашу думку, франчайзинг як форма інвестування й є тією системою, яку необхідно розвивати в Україні. Ця форма ведення бізнесу для вітчизняної економіки є відносно новим явищем, тоді як іноземні компанії мають значний досвід функціонування франчайзингових відносин. В умовах сьогодення має місце велика кількість дискусійних питань щодо правового та економічного регулювання даного виду діяльності, потребують вивчення окремі негативні чинники, які впливають на розвиток франчайзингу в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями теорії та практики франчайзингу займаються як зарубіжні, так і вітчизняні науковці, зокрема: Ф. Котлер, М. Мендельсон, І. Амеліна, К. Будник, В. Вудвуд, Є. Галушка, О. Кузьмін, І. Свида, М. Тонюк, В. Хлівний, А. Цират та ін. Однак, незважаючи на значну кількість публікацій, потребує подальшого дослідження проблематика розвитку франчайзингу як складника інвестиційної політики держави з урахуванням сучасних тенденцій розвитку вітчизняної економіки.

Сьогодні франчайзинг є ще недостатньо вивчений науковцями в частині складника інвестиційної політики держави, потребує подальших досліджень практика його розвитку, виявлення стримуючих чинників та шляхів їх подолання.

Формулювання цілей статті. Метою стаття є дослідження франчайзингу як складника інвестиційної політики держави, виявлення чинників, які стримують розвиток підприємницьких відносин на основі франшизи, та надання рекомендацій щодо їх усунення.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки особливої гостроти набуває питання активізації інвестиційної політики держави. Як відомо, інвестиційна політика є складником економічної політики держави, яка полягає у цілеспрямованій, науково обґрунтованій діяльності щодо керування функціональним розвитком економіки на макро- і мікрорівні для забезпечення сталих показників економічного розвитку. На законодавчому рівні ст. 10 Господарського кодексу України визначено основні напрями економічної політики, до яких належить, зокрема, інвестиційна політика, яка «спрямована на створення суб'єктам господарювання необхідних умов для залучення і концентрації коштів на потреби розширеного відтворення основних засобів виробництва, переважно в галузях, розвиток яких визначено як пріоритети структурно-галузевої політики, а також забезпечення ефективного і відповідального використання цих коштів та здійснення контролю над ними» [1]. Саме від реалізації інвестиційної політики залежать загальний добробут і спроможність держави гарантувати економічну стабільність.

Інвестиційна політика за своєю суттю є цілісним комплексом заходів щодо створення сприятливих умов для розвитку підприємницького середовища, активізації інвестиційної діяльності, забезпечення ефективності фінансово-господарської діяльності, часткового вирішення соціальних проблем суспільства. Державна інвестиційна політика являє собою сукупність макроекономічних підходів і рішень, що визначають напрями інвестування, мобілізують підприємницьку активність та створюють сприятливий інвестиційний клімат за допомогою податкових, аморти-

заційних пільг, методів грошово-кредитного регулювання, забезпечують інституційну визначеність в управлінні процесом залучення, планування та реалізації інвестицій. На жаль, слід визнати, що реалізація заходів інвестиційної політики держави є такою, що не відповідає сучасним потребам розвитку вітчизняної економіки.

Сучасний досвід організації інвестиційної діяльності доводить що однією з доступних і поширених форм здійснення інвестицій є франчайзинг як самостійна зобов'язальна форма реалізації інвестиційних відносин. За даними консалтингової компанії Franchise Group, у США близько 80% малого та середнього бізнесу працює на умовах франчайзингу, в Європі – 67%, а в Україні – лише 23% [2]. Сутність франчайзингу полягає у наданні одним суб'єктом підприємницької діяльності (франчайзером) права на здійснення певної діяльності з використанням його торговельної марки (товарного знаку), технологій, ноу-хау та інших об'єктів інтелектуальної власності іншому суб'єкту підприємництва (франчайзі) протягом установленого терміну на обмеженій території і на визначених умовах щодо методів продажу, якості, ціни, причому таке право має назву франшизи (від англ. franchise – привілей, пільга, особливе право). Отже, франчайзинг являє собою метод ведення підприємницької діяльності, за якого всі її учасники працюють під однією торговою маркою і за загальною системою. На практиці господарювання франчайзинг є однією з форм специфічного інвестування [3], не капітального чи фінансового, а вкладення комерційного досвіду, який має виняткове значення для розвитку саме малого та середнього бізнесу.

Франчайзинг є достатньо складною системою, яка передбачає виокремлення певних його видів. Основними видами франчайзингу в міжнародній практиці є [4]:

виробничий – передача прав на отримання сировини (зазвичай одного або декількох найважливіших інгредієнтів) для виробництва та реалізації продукту (ресторани і підприємства швидкого обслуговування тощо);

товарний – надання права поширювати товари франчайзера з його товарним знаком (продаж автомобільного палива, косметики або побутової техніки);

сервісний – франчайзер розробляє систему певних послуг, які за умовами договору франчайзі обов'язково надає своїм споживачам (послуги з техобслуговування та ремонту автомобілів або обслуговування кредитних карт).

Слід зазначити, що в економічній літературі недостатня увага приділена саме систематизації видів франчайзингу. Зокрема, Я.П. Вашук виділяє такий вид, як прямиий франчайзинг, та розглядає його як взаємодію між франчайзером та франчайзі. На його думку, «це найкращий спосіб, щоб забезпечити гарний взаємозв'язок. Таких франшиз може бути багато з різними франчайзі» [5]. А.В. Цират виділяє виробничий, розширений та сервісний франчайзинг, зазначаючи, зокрема, що розширений – це вид франчайзингу, за якого франчайзі може управляти будь-якою кількістю франчайзингових точок [6]. На думку В.В. Вудвуд, доцільно розглядати франчайзинг за такою класифікацією: за типом франчайзингової системи: прямиий франчайзинг; транзитний франчайзинг – це вид франчайзингу, за якого укладається угода через посередників; за способом продажу: виробничий франчайзинг; розширений франчайзинг; сервісний франчайзинг; за терміном використання: довгостроковий (один-п'ять років) та короткостроковий (до одного року); за типом умов франчайзингового пакету: з чіткою фіксацією умов; з можливістю регулювання окре-

мих умов [7]. На нашу думку, доцільно застосовувати класифікацію франчайзингу за способом реалізації: виробничий, товарний та сервісний, а також з урахуванням виду франчайзингового пакету (без зміни умов, із частковим урегулюванням умов), оскільки останній має надзвичайно велике значення у процесі здійснення франчайзингової діяльності. Найбільш поширеною практикою є застосування Стандартного пакету франчайзингової пропозиції (UFOC – Uniform Franchise Offering Circular), в якому франчайзер надає франчайзі інформацію щодо основних характеристик бізнесу.

Проте відсутність системного підходу до класифікації видів франчайзингу є не єдиною проблемою щодо врегулювання франчайзингової діяльності в Україні. Сьогодні практично відсутня законодавча база франчайзингової форми ведення бізнесу. Регулювання даних правовідносин обмежується положеннями Господарського кодексу України (гл. 36) та Цивільного кодексу України (гл. 76) [1; 8], проте законодавці оперують поняттям «комерційна концесія». У науково-практичному коментарі до Цивільного кодексу України зазначено, що український законодавець не сприйняв назву «франчайзинг», вирішивши уникнути вживання іноземних термінів [9, с. 817]. Погоджуємося з думкою К.А. Будника [10], що однією з найголовніших організаційно-правових проблем розвитку франчайзингу в Україні залишається використання у чинному законодавстві поняття «комерційна концесія» замість поняття «франчайзинг», а це породжує цілу низку проблем. По-перше, вживання поняття «комерційна концесія» замість поняття «франчайзинг» не відповідає світовій практиці та створює непорозуміння у відносинах з іноземними контрагентами. По-друге, за своїм змістом поняття «комерційна концесія» не є тотожним поняттю «франчайзинг». У законодавстві зарубіжних країн, таких як Франція, Бельгія і Швейцарія, під поняттям «комерційна концесія» розуміють договори про передачу виняткового права на продаж товарів (так звані дистриб'юторські угоди). Слід також зазначити, що основним механізмом, який регулює франчайзингову діяльність у світі, є Кодекс етики франчайзингу [11], а також ціла низка законодавчих норм, що діють, зокрема, на території Європейського Союзу (основним документом, який регламентує сьогодні відносини франчайзингу на території ЄС, є Регламент № 330/2010 (чинний до 2022 р. [12])). Адаптація вітчизняного законодавства у частині застосування поняття «франчайзинг» замість поняття «комерційна концесія» мала б сприяти розвитку інвестиційної активності з боку іноземних компаній, а також відповідала б гармонізації вітчизняного законодавства до права ЄС, що зумовлено європейським вектором розвитку нашої держави.

В основі поширення популярності франчайзингу є такі чинники:

1) купуючи бізнес, франчайзі отримує майже абсолютну підтримку з боку франчайзера – напрацьовані технології, рекламу, бренд і низку послуг, які надаються відповідно до умов певної франшизи. Франчайзі отримує інформацію, що допомагає знайти місце розташування підприємства, сформувати його стиль і забезпечити та проконтролювати функціонування. Завдяки отриманим уже основам, що здобув франчайзер, покупець знижує ризик провалу на початковій стадії свого проекту;

2) франчайзеру така угода дає інвестиції, необхідні для розвитку, регіони для роботи через поширення

бренду, а також створює стійкий ринок із певними складностями для конкурентів [13].

Нині франчайзинг зарекомендував себе як один із найоптимальніших способів ведення підприємницької діяльності. Ефективність цієї форми ведення бізнесу полягає у тому, що франчайзинг – надійний спосіб зменшення операційних ризиків, а також збільшення тривалості життєвого циклу компанії. Згідно зі статистичними даними Міжнародної асоціації франчайзингу, середня рентабельність інвестицій за перші 10 років роботи для звичайних незалежних підприємств становить близько 300%. Для компаній, які працюють у межах франшизи, – 600%. Із усіх створених у світі незалежних компаній на протязі трьох років у середньому близько 90% закінчують своє існування, тоді як для франчайзингових компаній частка банкрутів у перші три роки становить менше 10% [14]. За даними вітчизняної статистики, 77% усіх підприємств в Україні припиняють свою діяльність після семи років роботи на ринку, після 10 років тільки 18% продовжують працювати, тоді як тільки 8% підприємств, які працюють за договором франчайзингу, залишають ринок через п'ять років роботи і 90% утримують свої позиції після 10 років існування на ринку [15].

Найбільше франчайзингові відносини розвинені у США і застосовуються як мінімум у 65-ти сферах: готельному та туристичному бізнесі, громадському харчуванні, автосервісі та оренди машин, постачанні в різних галузях (служб та логістичних послуг), будівництві, мережі хімісток, салонах краси, продажу товарів по каталогах, медичних, страхових, бухгалтерських (аудиторських), фінансових послугах, фармацевтиці, оптиці, торгівлі тощо. У Великобританії на основі франшизи працюють у 46 сферах бізнесу, з яких виділяють 38 додаткових секторів [14]. В Україні лідерами у сфері франчайзингового бізнесу є підприємства роздрібної торгівлі товарами і послугами, ресторани швидкого харчування і бізнес-послуги. У 2016 р. сфера роздрібної торгівлі товарами і послугами, що розвивається за франчайзингом, становить 34% від загальної кількості франчайзингових підприємств [16].

В аналітичному звіті «Тенденції українського ринку франчайзингу. Загальний огляд сектору франчайзингу та його показники на основі анкетування», розробленому компанією Franchise Group за підтримки Комерційної служби США, відображено основні показники щодо стану і розвитку українського ринку франчайзингу за результатами 2016 р. Зокрема, в результаті опитування було виявлено, що в Україні в 2016 р. франшизу продавала 461 компанія, 63% цих франшиз належать українським компаніям, які працюють на ринку більше трьох років. Кількість франчайзингових компаній скоротилася порівняно з 2014 р. (565 компаній), що свідчить про вихід із ринку дрібних і «фейкових» франшиз і стійкість великих компаній. У 2016 р. серед усіх франчайзингових підприємств на ринку України продовжували лідувати франшизи українського походження (63%). Результати комерційної діяльності за 2016 р. свідчать про стійкість франчайзингових операторів роздрібної торгівлі. Зросла конкуренція між українськими і зарубіжними ритейлерами, так само як і виріс попит на альтернативні, більш дешеві ресурси. Проте збільшення числа респондентів, які повідомили про підвищення доходів у 2016 р. порівняно з 2015 р. (71% у 2016 р. проти 45% у 2015 р.),

вказує на поступову стабілізацію ситуації у цілому [16]. Очевидно, враховуючи макроекономічні показники розвитку економіки, схожі тенденції розвитку ринку франчайзингу мали місце й у 2017 р.

Незважаючи на те що ринок франчайзингу продовжує розвиватися, існує низка чинників, які значною мірою стримують його подальший розвиток:

1. Недосконалість українського законодавства та нормативно-правової бази стосовно франчайзингових відносин. Окрім того, частина відомих іноземних франчайзерів відкривають на території України свої власні підприємства, не використовуючи франчайзингову форму розширення діяльності, пояснюючи це недосконалістю вітчизняного законодавства щодо захисту інтелектуальної власності.

2. Необізнаність українських підприємців з основними принципами ведення бізнесу на умовах франчайзингу.

3. Відсутність практики апробації бізнесу. За кордоном франчайзер не має права продавати франшизу, якщо не було апробації ведення бізнесу за нею. В Україні франчайзер може не вести комерційну діяльність, але практикувати продаж франшизи.

4. Невідповідність переважної більшості вітчизняних компаній міжнародним стандартам франчайзингу. За даними Федерації франчайзингу України [17], лише 40 українських франшиз відповідають міжнародним стандартам.

5. Висока вартість франшизи порівняно з низькою купівельною спроможністю покупців.

6. Неготовність вітчизняних підприємців чітко дотримуватися встановлених франчайзером стандартів діяльності, що може негативно впливати на імідж торговельної марки франчайзингової мережі.

7. Незахищеність українських франчайзі у франчайзингових відносинах з іноземними партнерами.

8. Відсутність кваліфікованих кадрів.

9. Низька конкурентоздатність вітчизняних франшиз. За даними Федерації франчайзингу України [17], всього п'ять франшиз було продано за межі країни (здебільшого покупцями цих франшиз були вихідці з нашої країни).

9. Складні умови та адміністративні бар'єри для організації та ведення бізнесу.

10. Значне обмеження розвитку бізнесу податковими нормами, внаслідок чого підприємці змушені

шукати «обхідні шляхи» у здійсненні паушального внеску та роялті.

Нестабільність і непередбачуваність вітчизняної економіки, складна політична ситуація, військові дії на Сході також, своєю чергою, не сприяють розвитку франчайзингових відносин. На жаль, ці фактори становлять найбільшу загрозу інвестиційним проектам. Закордонні франчайзери уникають можливості освоєння українського ринку, віддаючи перевагу більш стабільним ринкам країн Центральної та Східної Європи. Підсилює проблему недостатній рівень розвитку вітчизняного банківського сектора і сфери кредитування.

Активізація інвестиційної політики держави у сфері франчайзингових відносин потребує хоча б часткового вирішення окреслених проблемних питань, які гальмують розвиток франчайзингової діяльності в Україні. У пріоритеті мала б бути реалізація таких заходів:

– удосконалення законодавства в частині впровадження поняття «франчайзинг» та відповідність чинної нормативно-правової бази міжнародним вимогам щодо функціонування франчайзингових відносин;

– забезпечення доступності кредитування для бізнесу, який має бажання працювати на умовах франшизи;

– популяризація, консалтингова та інформаційна підтримка франчайзингу через консультативні центри, які можуть функціонувати при державних органах, що забезпечують реалізацію державної економічної політики.

Здатність України повною мірою реалізувати свою інвестиційну політику залежить не лише від макроекономічних показників її розвитку, а й від здатності здійснити економічні і регуляторні реформи, у тому числі у сфері франчайзингових відносин.

Висновки. У сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки особливої актуальності набуває активізація інвестиційної політики держави. Однією з доступних і поширених форм здійснення інвестицій є франчайзинг як самостійна зобов'язальна форма реалізації інвестиційних відносин. Розвиток франчайзингових відносин у нашій країні має позитивну динаміку, проте існує низка чинників, які стримують його подальший розвиток. Реалізація з боку держави економічних та регуляторних реформ у сфері франчайзингових відносин посприяла б активізації розвитку франчайзингу, що, своєю чергою, забезпечить зростання вітчизняної економіки.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Про франчайзинг. Електронні публікації Franchise Group. 2016. URL: <http://franchisegroup.com.ua/about-company/franchising/>. Назва з екрану.
3. Дмитришин В.С. Договір комерційної концесії та договір франчайзингу. Співвідношення понять та правова природа. Часопис Київського університету права. 2010. № 3. С. 199–202.
4. Офіційний сайт Franchise Group. URL: <http://franchisegroup.com.ua>.
5. Вашук Я.П. Франчайзинг: договір комерційної концесії. (Патентний повірений України, представник у справах інтелектуальної власності, в державному реєстрі з 1992 року). URL: <http://patent.km.ua/rus/kb/i53>.
6. Цират А.В., Кривонос Е.А. Франчайзинг от А до Я: Терминологический словарь. Ассоциация франчайзинга, 2004. 60 с.
7. Вудвуд В.В., Білоус А.Я. Франчайзинг в системі малого та середнього бізнесу України в умовах світової кризи. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2012. Вип. 32(1). С. 68–71. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2012_32\(1\)_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2012_32(1)_17).
8. Цивільний кодекс України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
9. Науково-практичний коментар Цивільного кодексу України: у 2-х т. / Відп. ред. О.В. Дзера. К.: Юрінком Інтер, 2005. Т. 2. 927 с.
10. Будник К.А. Правове регулювання договору комерційної концесії (франчайзингу). Наше право. 2014. № 3. С. 140–145. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nashp_2014_3_26.

11. Franchising Code of Ethics. Ukrainian Federation of franchise development. Retrived from. URL: <http://fdf.org.ua/about-franchise/kodeks-etiki-franchajzingu> in Ukrainian.
12. Регламент Комісії (ЄС) № 330/2010 від 20 квітня 2010 р. URL: www.buh24.com.ua/reglament-komisiyi-yes-330-2010-vid-20-kvitnya-2010-r/.
13. Франшиза в туризмі. URL: <http://www.business-investor.info/journal/article-67.htm>.
14. Свида І.В. Франчайзинг як форма організації бізнесу. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2009. Вип. 24(1). С. 191–195. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2009_24\(1\)_39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2009_24(1)_39).
15. Звіт «Франшизи в Україні стійкі до кризи». URL: http://franchisegroup.com.ua/media/files/franchise%20business%20outlook%20report_rus_final-2.pdf.
16. Аналітичний звіт ринку франчайзингу 2016. URL: <http://franchisegroup.com.ua/about-company/franchising/>.
17. Офіційний сайт Федерації франчайзингу України. URL: <http://fdf.org.ua/>.

УДК 336.1-049.5:334.722.8

Стащук О.В.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів та кредиту,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

МЕТОДИ ТА ПРИНЦИПИ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

Стащук О.В. Методи та принципи наукового дослідження фінансової безпеки акціонерних товариств.

У статті обґрунтовано необхідність теоретичного та емпіричного дослідження фінансової безпеки акціонерних товариств. Зазначено, що всю сукупність методів дослідження фінансової безпеки акціонерних товариств доцільно згрупувати за такими напрямками: загальнонаукові методи та загально-економічні методи наукового пізнання. У роботі визначено особливості використання кожної групи методів у процесі дослідження фінансової безпеки корпоративних структур. Відображено основні принципи проведення наукового дослідження фінансової безпеки суб'єктів господарювання акціонерної форми власності. Обґрунтовано, що найбільш вагомими принципами дослідження фінансової безпеки акціонерних товариств є принципи: історичності, універсальності, об'єктивності, комплексності, публічності, динамізму, детермінізму, системності.

Ключові слова: методи дослідження, акціонерні товариства, фінансова безпека, принципи дослідження, емпіричне дослідження, теоретичне дослідження.

Стащук Е.В. Методы и принципы научного исследования финансовой безопасности акционерных обществ. В статье обоснована необходимость теоретического и эмпирического исследования финансовой безопасности акционерных обществ. Отмечено, что всю совокупность методов исследования финансовой безопасности акционерных обществ целесообразно сгруппировать по следующим направлениям: общенаучные методы и общеэкономические методы научного познания. Определены особенности использования каждой из групп методов в процессе исследования финансовой безопасности корпоративных структур. Отражены основные принципы проведения научного исследования финансовой безопасности субъектов хозяйствования акционерной формы собственности. Обосновано, что наиболее весомыми принципами исследования финансовой безопасности акционерных обществ являются принципы историчности, универсальности, объективности, комплексности, публичности, динамизма, детерминизма, системности.

Ключевые слова: методы исследования, акционерные общества, финансовая безопасность, принципы исследования, эмпирическое исследование, теоретическое исследование.

Stashchuk O.V. Methods and principles of scientific research of financial safety of joint stock companies.

The article substantiates the necessity of theoretical and empirical research of financial safety of joint-stock companies. It is noted that all set of methods for researching financial security of joint stock companies should be grouped according to the following directions: general scientific methods and general economic methods of scientific knowledge. The paper describes the peculiarities of using each of the groups of methods in the process of researching the financial security of corporate structures. The author also reflects the basic principles of conducting a scientific study of financial security of the subjects of management of joint-stock ownership. It is substantiated that the most important principles of research of financial safety of joint-stock companies are the following: historicity, universality, objectivity, complexity, publicity, dynamism, determinism, systemicity.

Key words: research methods, joint stock companies, financial security, research principles, empirical research, theoretical research.