

показники, що збігаються зі змінами економічної кон'юнктури; показники, що відстають від змін економічної кон'юнктури.

Масштаб і тип ринку залежать від рівня монополізації і конкуренції. Його основними показниками виступають: кількість підприємств на ринку кожного товару, їх розподіл за формами власності і за спеціалізацією; обсяг реалізації товарів та послуг наданих підприємством і його частка; форма власності; частка малих, середніх та великих підприємств у загальному обсязі ринку.

Кон'юнктура ринку може вивчатись як інтегровано загалом, так і диференційовано за локальними ринками, у масштабах усієї держави та окремих регіонів, загалом за усіма товарами (послугами) і за кожним товарним ринком (ринком окремих послуг).

Кон'юнктура ринку товарів та послуг, як складовий елемент економічної кон'юнктури, тісно пов'язана зі станом і розвитком ринків інвестицій, цінних паперів та ін.

Завдання статистики кон'юнктури ринку зорієнтоване на формування взаємозв'язаних характеристик стану ринку загалом та окремих його частин. Реалізація цих завдань здійснюється у два етапи. На першому – подається характеристика масштабів і типології ринку, стійкості його розвитку. Другий етап передбачає вищий рівень аналізу причинно-наслідкових зв'язків та умов, що визначають ринкову ситуацію і є основою для прогнозування кон'юнктури ринку товарів та послуг. Поеднуючи стратегічні і оперативні цілі кон'юнктурного аналізу, можна виокремити такі основні завдання статистики:

збір кон'юнктурної інформації та її обробка; кількісне і якісне оцінювання стану ринку, типологія ринкової ситуації; характеристика й аналіз масштабів ринкових операцій і ступеня ділової активності; характеристика стійкості ринку та прогнозування тенденцій його розвитку; аналіз циклічності і сезонності розвитку ринку; статистичне оцінювання регіональних особливостей ринку; характеристика інтенсивності конкуренції та монополізації ринку; аналіз комерційного ризику.

УДК 336.7: 657.6

Мельниченко О.В.,

к.е.н., докторант,

Житомирський державний технологічний університет

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ В БАНКАХ

Банки, на відміну від інших емітентів електронних грошей, традиційно працюють із грошовими коштами як продукцією, а їхня робота в усьому світі перебуває під пильним наглядом з боку громадськості та державних органів. Така увага обумовлена роллю банків у суспільно-економічному житті будь-якої сучасної держави: вони беруть участь в усіх етапах суспільного відтворення від

започаткування бізнесу до придбання й споживання виробленої продукції. Таким чином, банки заслуговують особливої довіри з боку населення для зберігання грошей та використання останніх з їхньої допомогою.

Особливі підходи до здійснення аналізу й аудиту електронних грошей у банках пояснюються також різними цілями й завданнями банків та підприємств у створенні систем електронних грошей, а також відмінними місіями участі в організації їх обігу. Так, небанківські суб'єкти господарювання створюють системи електронних грошей та забезпечують їх обіг для зручності розрахунків клієнтами у межах, як правило, однієї галузі чи сфери діяльності. Прикладами використання системи електронних грошей, створеної небанківською установою, є, скажімо, парк, у якому різними підприємцями встановлено багато атракціонів, а розраховуватись можна електронними грошима, випущеними одним емітентом. Іншим прикладом такої системи є торговельна мережа, що працює за франчайзингом: покупець може розраховуватись доступними йому коштами на електронному гаманці з різними підприємствами, які здійснюють свою діяльність під однією торговельною маркою. Це ж стосується і мереж автозаправних комплексів тощо. Дохідність у цьому випадку зростає зі збільшенням обсягів наданих послуг чи реалізованої продукції за рахунок зручності розрахунків та їх швидкості.

Метою створення банками систем електронних грошей є забезпечення клієнтів (власників) електронних грошей зручним платіжним засобом для придбання товарів, робіт чи послуг в будь-якого торговця. При цьому дохідність проекту забезпечується за рахунок трансакційних операцій з придбання й погашення електронних грошей.

Забезпечення популярності електронних грошей у цих системах та відповідно збільшення кількості трансакційних доходів досягається завдяки розширенню переліку торговців, що беруть до оплати електронні гроші цієї системи. Такого збільшення можна також досягти завдяки залученню до співпраці платіжної системи, що забезпечує розрахунки серед широкого кола її користувачів.

Проведення аналізу електронних грошей в банках здійснюється за допомогою загальнонаукових методів та методик, що використовуються і під час оцінки підприємств-емітентів. Однак досліджуючи діяльність банку, частіше використовуються спеціальні галузеві методики, до інструментів яких слід, зокрема, віднести системи показників, що включають в себе параметри, притаманні виключно банкам:

- дані про вкладників та інших кредиторів банку;
- дані про суми залучених і розміщених коштів;
- значення показників щодо приймання платежів та переказу коштів у готівковій і безготівковій формах;
- інформацію про діяльність касових вузлів та інших пунктів надання фінансових послуг;
- показники використання систем дистанційного банківського обслуговування;

– відомості про системи переказу коштів, платіжні системи та про участь банку в них.

Аудиторська перевірка у підприємствах, що є емітентами електронних грошей, базується на господарському, цивільному й інших галузях права, а аудит в банках – додатково й на банківському і законодавстві з питань регулювання діяльності платіжних систем, а також у нормативних актах з питань протидії відмивання брудних грошей або фінансування тероризму. Тому аудит в банках носить часто більш широкий характер дослідження, що, водночас, спонукає аудиторів залучати до перевірки експертів з питань організації обігу електронних грошей, фахівців з фінансового права тощо. Крім того, слід врахувати, що аудит електронних грошей – новий напрямок перевірки діяльності суб'єктів господарювання, тому він потребує більшої уваги з боку аудиторів та розроблення ними окремої програми перевірки і способів подання інформації про об'єкт перевірки.

Окреме місце в організації роботи банків відводиться аудиту інформаційної безпеки у зв'язку із великим ризиком втратити контроль над усією діяльністю установи внаслідок порушення цілісності інформаційної системи, наприклад, через атаку зловмисників. Такий збій у підприємствах може призвести до витоку інформації, що становить комерційну чи персональну таємницю, а у банку – ще й банківську, що може спричинити значно більший ризик для безпеки суспільства.

Важливими особливостями у підходах до проведення аналізу й аудиту електронних грошей є відмінності в системах бухгалтерського обліку банків та інших суб'єктів господарювання. Так, в Україні функціонують дві абсолютно відмінні одна від одної системи рахунків бухгалтерського обліку, за допомогою яких здійснюється ведення обліку фінансово-господарської діяльності методом подвійного запису.

Тому проведення аналізу й аудиту на підставі даних обліку слід здійснювати з урахуванням таких відмінностей, що полягають, зокрема, у правильному розумінні особами, що здійснюють оцінку та перевірку діяльності суб'єктів господарювання з електронними грошима, принципів відображення операцій у кожному з об'єктів дослідження та підходів до створення і функціонування облікової політики.

Отже, тут наведено основні відмінності здійснення аналізу й аудиту електронних грошей в банках та у інших установах, які ґрунтуються на наступних особливостях: різні цілі участі у створенні системи електронних грошей та участі у їх обігу; неоднакові показники дослідження, що притаманні лише банкам; відмінності банківського законодавства та пов'язані з ним нормативні документи; вищі вимоги до інформаційної безпеки в банках; відмінності у системі обліку в банках тощо.