

ISSN 2409-9260 (Print)
ISSN 2415-3869 (Online)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВСЕУКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МОЛОДИХ НАУКОВЦІВ

НАУКОВИЙ ВІСНИК
*Одеського національного економічного
університету*

Збірник наукових праць

№ 3-4 (276-277), 2020

Виходить 10-12 разів на рік (5-6 випусків) • Заснований
у грудні 1994 р.

Одеса
2020

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Головний редактор

Завадська Діана Володимирівна, доктор екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна

Заступники головного редактора

Слатвінська Марина Олександрівна, доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, **Хомутенко Алла Віталіївна**, доктор екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна

Технічний редактор

Батанова Тетяна Володимирівна, начальник науково-редакційного відділу, Одеський національний економічний університет, Україна

Літературний редактор, редактор-коректор англomовного контенту

Шостак Ірина Іванівна, канд. пед. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна

Божинова Маріяна, доктор екон. наук, професор, Академія економіки ім. Д. А. Ценова, Республіка Болгарія, **Бухтіарова Аліна Геннадіївна**, кандидат екон. наук, доцент, Сумський державний університет, Україна, **Гончаренко Олена Миколаївна**, доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, **Гудзь Тетяна Павлівна**, доктор екон. наук, професор, Полтавський університет економіки і торгівлі, Україна, **Єрмакова Ольга Анатоліївна**, доктор екон. наук, професор, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, **Жердецька Лілія Вікторівна**, доктор екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, **Зборіна Ірина Михайлівна**, кандидат екон. наук, доцент, Поліський державний університет, Республіка Білорусь, **Зеленка Владімір**, канд. екон. наук., доцент, Вища школа економіки у Празі, Чеська Республіка, **Кетнерс Карліс**, доктор екон. наук, професор, Банківська вища школа бізнесу і фінансів, Латвійська Республіка, **Лайко Олександр Іванович**, доктор екон. наук, старший науковий співробітник, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, **Літвінов Олександр Сергійович**, доктор екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, **Лоханова Наталія Олексіївна**, доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, **Маркс-Бельська Рената**, канд. екон. наук., доцент, Вармінсько-Мазурський університет в Ольштині, Республіка Польща, **Меджибовська Наталія Семенівна**, доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, **Нездоймінов Сергій Георгійович**, кандидат екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, Україна, **Онищенко Світлана Володимирівна**, доктор екон. наук, професор, Національний Університет «Полтавська політехніка ім. Ю. Кондратюка, Україна, **Семенова Валентина Григорівна**, доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, **Слободяник Юлія Борисівна**, доктор екон. наук, професор, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана, Україна, **Сментина Наталія Валентинівна**, доктор екон. наук, професор, Одеський національний економічний університет, Україна, **Смокова Маруся**, кандидат екон. наук, доцент, Академія економіки ім. Д. А. Ценова, Республіка Болгарія, **Совік Людмила Єгорівна**, доктор екон. наук, професор, Поліський державний університет, Республіка Білорусь

Міжнародна представленість та індексація:

Index Copernicus International (ICV 2018: 75.22). Google Scholar (h-індекс - 10). Open Ukrainian Citation Index (OUCI). CrossRef. Dimensions. Реферативна база даних «Україніка наукова». Український реферативний журнал «Джерело». Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. Наукова електронна бібліотека eLIBRARY.ru. Електронний репозитарій Одеського національного економічного університету. Російський індекс наукового цитування (РІНЦ)

Засновник та видавець:

Одеський національний економічний університет

Свідоцтво про Державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:

Серія КВ № 20991-10791 ПР

від 18 серпня 2014 р. (перереєстрація)

Включено до категорії «Б» в «Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук» на підставі наказу Міністерства освіти і науки України від 02.07.2020 р. № 886

Адреса редакції та видавця:

65082, м. Одеса, вул. Гоголя, 18, ауд. 110,
Одеський національний економічний університет,
науково-редакційний відділ, тел.: (+38048) 777-89-16
e-mail: visnik.nauka@oneu.edu.ua
web-site: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/index.php>

ЗМІСТ

<i>Рецензії</i>	10
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ	
<i>Яценко Ольга</i>	
Економічна дипломатія у формуванні і розвитку національного бренду	14
ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА	
<i>Hvizdova Eva, Tatiana Minx</i>	
Мотивація і інтеграція працівників – передумова підвищення робочої ефективності	31
АНАЛІЗ, АУДИТ, ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ	
<i>Пацарнюк Олексій</i>	
Методичні аспекти аналізу ефективності інноваційного проєкту підприємства	41
ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ	
<i>Волохова Ірина</i>	
Зарубіжний та вітчизняний досвід реформування пенсійної системи	50
<i>Коваленко Вікторія</i>	
Макроекономічні чинники мотивації домогосподарств до заощаджень	59
<i>Онищенко Юлія</i>	
Дослідження еволюції теоретичних підходів щодо сутності банку як основа формування бізнес-моделі банку	69
<i>Сергєєва Олена</i>	
Оцінка ефективності інвестування в банківський персонал в сучасних умовах	82
МЕНЕДЖМЕНТ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ	
<i>Кузнецова Інна, Бігунович Анастасія</i>	
Механізм управління результативності діяльності логістичного підприємства	90
<i>Місько Ганна</i>	
Сутність поняття результативність та ефективність в менеджменті	97
МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ	
<i>Горовий Дмитро, Івахненко Андрій</i>	
Застосування інноваційних бізнес-моделей в управлінні інноваціями на підприємствах в умовах ризиків	103
<i>Піддубна Людмила</i>	
Конкурентоспроможність послуг міжнародного туристичного страхування	111
<i>Джеджула В'ячеслав, Єпіфанова Ірина</i>	
Стан та перспективи розвитку енергосервісних компаній в Україні	124
<i>Манойленко Олександр, Горовий Дмитро, Строков Євген</i>	
Аутсорсинг бізнес-процесів, як засіб підвищення капіталізації підприємства	132
<i>Сергієнко Олена, Білоцерківський Олександр, Криворучко Наталя, Нікітенко Станіслав</i>	
Оцінювання впливу управління якістю на загальну ефективність та ефективність інновацій	140
МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ	
<i>Дербенцев Василь, Безкоровайний Віталій, Овчаренко Андрій</i>	
Моделювання короткострокової динаміки валютних курсів з використанням глибоких нейронних мереж	153

ISSN 2409-9260 (Print)
ISSN 2415-3869 (Online)

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
ODESSA NATIONAL ECONOMIC UNIVERSITY
ALL—UKRAINIAN ASSOCIATION OF YOUNG SCIENTISTS

SCIENTIFIC BULLETIN
of Odessa National Economic University

Collection of Scientific Works

No. 3-4 (276-277), 2020

Published 10-12 times a year (5-6 issues) • Founded in December 1994

Odessa
2020

EDITORIAL BOARD

Editor-in-Chief

Zavadska Diana, Dr. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., Odessa National Economic University, Ukraine

Deputies of Editor-in-Chief

Khomutenko Alla, Dr. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., Odessa National Economic University, Ukraine, **Slatvinska Maryna**, Dr. Sc. (Econ.), Prof., Odessa National Economic University, Ukraine

Proofreader editor

Batanova Tetiana, Head of the scientific and editorial department, Odessa National Economic University, Ukraine

Proofreader and literary editor of English-language content

Shostak Iryna, Cand. Sc. (Ped.), Assoc. Prof., Odessa National Economic University, Ukraine

Bozhinova Mariyana, Dr. Sc. (Econ.), Prof., D.A. Tsenov Academy of Economics, Republic of Bulgaria, **Bukhtiarova Alina**, Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., Sumy State University, Ukraine, **Goncharenko Olena**, Dr. Sc. (Econ.), Prof., Odessa National Economic University, Ukraine, **Hudz Tetiana**, Dr. Sc. (Econ.), Prof., Poltava University of Economics and Trade, Ukraine, **Ermakova Olga**, Dr. Sc. (Econ.), Prof., Institute of Market Problems And Economic-Ecological Research of the NAS of Ukraine, **Ketners Karlis**, Dr. Sc. (Econ.), Prof., BA School of Business and Finance, Republic of Latvia, **Laiko Oleksandr**, Dr. Sc. (Econ.), Senior Scientific Associate, Institute of Market Problems And Economic-Ecological Research of the NAS of Ukraine, **Litvinov Oleksandr**, Dr. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., Odessa National Economic University, Ukraine, **Lokhanova Nataliia**, Dr. Sc. (Econ.), Prof., Odessa National Economic University, Ukraine, **Marks-Bielska Renata**, Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., University of Warmia and Mazury in Olsztyn, Poland, **Medzhibovska Nataliia**, Dr. Sc. (Econ.), Prof., Odessa National Economic University, Ukraine, **Nezdoyminov Sergii**, Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., Odessa National Economic University, Ukraine, **Onyshchenko Svitlana**, Dr. Sc. (Econ.), Prof., National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic», Ukraine, **Sovik Lyudmila**, Dr. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., Polesky State University, Republic of Belarus, **Semenova Valentyna**, Dr. Sc. (Econ.), Prof., Odessa National Economic University, Ukraine, **Slobodanyk Yuliia**, Dr. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., Kyiv national economic university named after Vadym Hetman, Ukraine, **Smentyna Nataliia**, Dr. Sc. (Econ.), Prof., Odessa National Economic University, Ukraine, **Smokova Marusya**, Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., D. A. Tsenov Academy of Economics, Republic of Bulgaria, **Zborina Irina**, Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., Polesky state university, Republic of Belarus, **Zelenka Vladimir**, Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., University of economics Prague, Czech Republic, **Zherdetska Liliia**, Dr. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., Odessa National Economic University, Ukraine

International Abstracting and Indexing:

Index Copernicus International (ICV 2018: 75.22).
Google Scholar (h-index - 10).
Open Ukrainian Citation Index (OUCI). CrossRef.
Dimensions.
Reference database «Ukrainika Naukova». Ukrainian abstract journal «Dzherelo».
Vernadsky National Library of Ukraine. eLIBRARY.ru Scientific Electronic Library. Electronic repository of the Odessa National Economic University.
Russian Scientific Citation Index (RSCI).

Founder and publisher:

Odessa National Economic University

Certificate of State Registration of the Print Media:

Series KV No. 20991-10791PR dated August 18, 2014 (re-registration)
Included in the category “B” in the “List of scientific professional publications of Ukraine” in which the results of dissertations for the degree of Doctor of Sciences and Candidate of Sciences can be published on the basis of the direction of the Ministry of Education and Science of Ukraine from 02.07.2020 № 886

Editorial and publisher address:

18, Hoholia str., room 110, Odessa, 65082, Odessa National Economic University, Scientific and editorial department,
tel. (*38048) 777-89-16
e-mail: visnik.nauka@oneu.edu.ua website: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/index.php>

© Odessa National Economic University, 2020

CONTENTS

<i>Reviews</i>	10
<i>ECONOMICS AND MANAGEMENT OF THE NATIONAL ECONOMY</i>	
<i>Yatsenko Olga</i>	
Economic diplomacy in the formation and development of a national brand	14
<i>DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMICS, SOCIAL ECONOMICS AND POLITICS</i>	
<i>Hvizdova Eva, Tatiana Minx</i>	
Motivation and integration of employees - a prerequisite for increasing work performance	31
<i>ANALYSIS, AUDIT, ACCOUNTING AND TAXATION</i>	
<i>Patsarniuk Alexey</i>	
Methodological aspects of analysis of efficiency of the enterprise's innovative project	41
<i>FINANCE, BANKING AND INSURANCE</i>	
<i>Volokhova Irina</i>	
Foreign and domestic experience of pension system reform	50
<i>Kovalenko Victoria</i>	
Macroeconomic factors of motivation of households to savings	59
<i>Onyshchenko Yulia</i>	
Evolution of theoretical approaches to the bank	
Essence as the background for the bank business model formation.....	69
<i>Sergeeva Elena</i>	
Efficiency evaluation of investment in banking staff under modern conditions	82
<i>MANAGEMENT AND BUSINESS ADMINISTRATION</i>	
<i>Kuznetsova Inna, Bigunovich Anastasia</i>	
Performance management mechanism of logistic enterprise	90
<i>Misko Anna</i>	
The essence of the concept of effectiveness and efficiency in management	97
<i>MARKETING, ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES</i>	
<i>Gorovyi Dmytro, Ivakhnenko Andriy</i>	
Application of innovative business models in innovation management at enterprises	
in risk conditions	103
<i>Piddubna Lyudmila</i>	
Competitiveness of international travel insurance services	111
<i>Djedjula Vyacheslav, Yepifanova Iryna</i>	
State and prospects of development of energy service companies in ukraine	124
<i>Manoylenko Oleksandr, Gorovyi Dmytro, Stokov Ievgen</i>	
Business process outsourcing as a way to increase the capitalization of an enterprise	132
<i>Sergienko Olena, Bilotserkiivskyi Oleksandr, Kryvoruchko Natalya, Nikitenko Stanislav</i>	
Assessment of the quality management impact on total efficiency and efficiency of innovation	140
<i>INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS</i>	
<i>Derbentsev Vasily, Bezkorovainyi Vitalii, Ovcharenko Andrey</i>	
Modeling of short-term dynamics of foreign exchange rates using deep neural networks.....	153

ISSN 2409-9260 (Print)
ISSN 2415-3869 (Online)

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ
ОДЕССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ВСЕУКРАИНСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

НАУЧНЫЙ ВЕСТНИК
Одесского национального экономического
университета

Сборник научных трудов

№ 3-4 (276-277), 2020

Выходит 10-12 раз в год (5-6 выпусков) • Основан в декабре 1994 г.

Одесса
2020

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор

Завадская Диана Владимировна, доктор экон. наук, доцент, Одесский национальный экономический университет, Украина

Заместители главного редактора

Слатвинская Марина Александровна, доктор экон. наук, профессор, Одесский национальный экономический университет, Украина, **Хомутенко Алла Витальевна**, доктор экон. наук, доцент, Одесский национальный экономический университет, Украина

Технический редактор

Батанова Татьяна Владимировна, начальник научно-редакционного отдела, Одесский национальный экономический университет, Украина

Литературный редактор, редактор-корректор англоязычного контента

Шостак Ирина Ивановна, канд. пед. наук, доцент, Одесский национальный экономический университет, Украина

Божинова Марьяна, доктор экон. наук профессор, Академия экономики им. Д. А. Ценова, Республика Болгария, **Бухтиярова Алина Геннадьевна**, кандидат экон. наук, доцент, Сумской государственный университет, Украина, **Гончаренко Елена Николаевна**, доктор экон. наук, профессор, Одесский национальный экономический университет, Украина, **Гудзь Татьяна Павловна**, доктор экон. наук, профессор, Полтавский университет экономики и торговли, Украина, **Ермакова Ольга Анатольевна**, доктор экон. наук, профессор, Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, **Жердецкая Лилия Викторовна**, доктор экон. наук, доцент, Одесский национальный экономический университет, Украина, **Зборина Ирина Михайловна**, кандидат экон. наук, доцент, Полесский государственный университет, Республика Беларусь, **Зеленка Владимир**, канд. экон. наук, доцент, Высшая школа экономики в Праге, Чешская Республика, **Кетнерс Карлис**, доктор экон. наук, профессор, Банковская высшая школа бизнеса и финансов, Латвийская Республика, **Лайко Александр Иванович**, доктор экон. наук, старший научный сотрудник, Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, **Литвинов Александр Сергеевич**, доктор экон. наук, доцент, Одесский национальный экономический университет, Украина, **Лоханова Наталия Алексеевна**, доктор экон. наук, профессор, Одесский национальный экономический университет, Украина, **Маркс-Бельская Рената**, канд. экон. наук, доцент, Варминско—Мазурский университет в Ольштыне, Республика Польша, **Меджибовская Наталия Семеновна**, доктор экон. наук, профессор, Одесский национальный экономический университет, Украина, **Нездойминов Сергей Георгиевич**, кандидат экон. наук, доцент, Одесский национальный экономический университет, Украина, **Онищенко Светлана Владимировна**, доктор экон. наук, профессор, НУ «Полтавская политехника им. Ю. Кондратюка, Украина, **Семенова Валентина Григорьевна**, доктор экон. наук, профессор, Одесский национальный экономический университет, Украина, **Слободяник Юлия Борисовна**, доктор экон. наук, профессор, Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана, Украина, **Сментына Наталия Валентиновна**, доктор экон. наук, профессор, Одесский национальный экономический университет, Украина, **Смокова Маруся**, кандидат экон. наук, доцент, Академия экономики им. Д. А. Ценова, Республика Болгария, **Совик Людмила Егоровна**, доктор экон. наук, профессор, Полесский государственный университет, Республика Беларусь

Международная представленность и индексация:

Index Copernicus International (ICV 2018: 75.22).
Google Scholar (h-индекс - 10).
Open Ukrainian Citation Index (OUCI). CrossRef.
Dimensions.
Реферативная база данных «Україніка наукова».
Украинский реферативный журнал «Джерело».
Национальная библиотека Украины им. В.И. Вернадского.
Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru.
Электронный репозиторий Одесского национального экономического университета.
Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).

Основатель и издатель:

Одесский национальный экономический университет
Свидетельство о Государственной регистрации печатного средства массовой информации:
Серия КВ № 20991-10791 ПР от 18 августа 2014 г.
(перерегистрация)

Включен в категорию «Б» в «Перечне научных профессиональных изданий Украины, в которых могут публиковаться результаты диссертационных работ на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук»
на основании приказа Министерства образования и науки Украины от 02.07.2020 г. № 886

Адрес редакции и издателя:

65082, г. Одесса, ул. Гоголя, 18, ауд. 110,
Одесский национальный экономический университет,
научно-редакционный отдел, тел.: (+38048) 777-89-16
e-mail: visnik.nauka@oneu.edu.ua
website: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/index.php>

© Одесский национальный экономический университет, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Рецензии</i>	10
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ	
<i>Яценко Ольга</i> Экономическая дипломатия в формировании и развитии национального бренда	14
ДЕМОГРАФИЯ, ЭКОНОМИКА ТРУДА, СОЦИАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА И ПОЛИТИКА	
<i>Hvizdova Eva, Tatiana Minx</i> Мотивация и интеграция работников – предпосылка увеличения рабочей эффективности	31
АНАЛИЗ, АУДИТ, УЧЕТ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ	
<i>Пацарнюк Алексей</i> Методические аспекты анализа эффективности и инновационного проекта предприятия	41
ФИНАНСЫ, БАНКОВСКОЕ ДЕЛО И СТРАХОВАНИЕ	
<i>Волохова Ирина</i> Зарубежный и отечественный опыт реформирования пенсионной системы	50
<i>Коваленко Виктория</i> Макроэкономические факторы мотивации домохозяйств к сбережениям	59
<i>Онищенко Юлия</i> Исследование эволюции теоретических подходов к сущности банка как основа формирования бизнес-модели банка	69
<i>Сергеева Елена</i> Оценка эффективности инвестирования в банковский персонал в современных условиях	82
МЕНЕДЖМЕНТ ТА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЕ	
<i>Кузнецова Инна, Бигунович Анастасия</i> Механизм управления результативности деятельности логистического предприятия	90
<i>Мисько Анна</i> Сущность понятия результативность и эффективность в менеджменте	97
МАРКЕТИНГ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, ТОРГОВЛЯ И БИРЖЕВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	
<i>Горовый Дмитрий, Ивахненко Андрей</i> Применение инновационных бизнес-моделей в управлении инновациями на предприятиях в условиях рисков	103
<i>Піддубна Людмила</i> Конкурентоспроможність послуг міжнародного туристичного страхування	111
<i>Джеджула Вячеслав, Епифанова Ирина</i> Состояние и перспективы развития энергосервисных компаний в Украине	124
<i>Манойленко Александр, Горовый Дмитрий, Строков Евгений</i> Аутсорсинг бизнес-процессов, как средство повышения капитализации предприятия	132
<i>Сергиенко Елена, Билоцерковский Александр, Криворучко Наталья, Никитенко Станислав</i> Оценка влияние управления качеством на общую эффективность и эффективность инноваций	140
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ	
<i>Дербенцев Василий, Безкоровайный Виталий, Овчаренко Андрей</i> Моделирование краткосрочной динамики валютных курсов с использованием глубоких нейронных сетей	153

РЕЦЕНЗІЯ

на монографію Брича Василя, Галиш Наталії, Борисяк Олени «Стратегія управління підприємством з виробництва біопалива»: Тернопіль: ВПЦ «Економічна думка ТНЕУ», 2020. – 224 с.

У монографії викладено підходи до формування стратегії управління підприємством з виробництва твердого біопалива, що функціонує в умовах сталого розвитку та продукує специфічну продукцію – енергетичний носій, що належить до відновлюваних джерел енергії. При цьому, практично значущим внеском авторів слід вважати здійснення оцінки та аналізу процесів стратегічного управління на підприємстві і методи удосконалення систем корпоративного менеджменту.

Аналіз категорій «стратегія» та «управління» дозволив систематизувати наукові здобутки вітчизняних авторів і зарубіжних дослідників, а також запропонувати власне бачення понять «стратегія», «стратегічне управління», «стратегічне мислення». Окремо звернено увагу та окреслено базові напрямки прийняття стратегічних рішень в напрямку забезпечення економічної безпеки підприємства.

У монографії розкрито сутність стратегічного управління виробничим підприємством, зокрема узагальнено сучасні підходи до формування стратегії управління підприємством та його трансформації в контексті сталого розвитку економіки і суспільства, а також визначено основні фактори впливу на формування цієї стратегії. Зокрема, під стратегією автори пропонують розуміти систематизований комплекс правил, принципів і прийомів, спрямований на довгострокову і ефективну діяльність фірми (підприємства, організації), що реалізовує свої внутрішньокорпоративні цілі, маневруючи при цьому у динамічному та непередбачуваному зовнішньому середовищі. Авторами згруповано основні підходи до розуміння стратегічного управління, що умовно представлені появою концептуальних течій та методичних розробок впродовж 70-80-х років XX ст. і виникненням новаторських трактувань стратегічного менеджменту вже наприкінці 90-х рр. XX ст. з опорою на концепцію сталого розвитку, в якій ключову роль відіграють ресурси (як первинні, так і вторинні).

Сферою виробництва біопалива окреслювалися межі функціонування об'єкту дослідження, тому детальну увагу приділено виявленню специфічних характеристик цього виду продукту, його класифікаціям та нормативно-правовому тлумаченню в Україні та за кордоном. Виявлено основні тенденції розвитку підприємств у сфері виробництва біопалива, основні проблеми та перспективи їх діяльності.

У межах розглянутої теорії стратегічного управління, для формування стратегії розвитку підприємства з виготовлення пелет з деревної біомаси була сформована математична модель, параметрами системи якої є кількість доступної сировини, кількість виготовлених пелет, валовий прибуток підприємства, експортні та внутрішні ціни на пелети.

Аналізуючи параметри управління системи, можна визначити необхідні об'єми сировини та виготовленої продукції, для максимізації прибутку, яка в системі стратегічного розвитку досліджуваного підприємства є пріоритетною. Модель використана для оптимізації формування балансу сировини на підприємстві та його впливу на процес виготовлення деревних пелет. При цьому акцент зосереджено на наявній сировині та витратах, пов'язаних з її необхідним обсягом.

Для ефективного формування сировинного балансу в процесі реалізації генеральної стратегії підприємства з виготовлення деревних пелет, виявлено проблему доставки необхідної кількості біомаси на економічно обґрунтовану відстань. З огляду на вагомість даної складової в загальній системі максимізації прибутку, була застосована транспортна задача щодо визначення оптимальної відстані доставки сировини; сформовані критерії щодо якості однієї партії сировини, її обсягу, ваги, вологості, визначені обмеження, що стосуються параметрів моделі.

В роботі також здійснено оцінку зовнішнього та внутрішнього середовища роботи підприємств, для яких виробництво пелет є основним, супутнім та доповнюючим. Слід сказати, що в кожному із випадків, в залежності від типу операційної діяльності, зовнішнє середовище має свій конкретний вплив на роботу і результати підприємства. Тобто, фактори оточуючого середовища мають визначальний вплив на якість функціонування внутрішньої конфігурації суб'єкту бізнесу.

Вважаємо що дана робота викличе значний інтерес у науковців і практиків, що займаються даною проблемою.

Д.е.н., проф., проректор
з науково-педагогічної роботи
Івано- Франківського національного
технічного університету нафти і газу

Л. Т. Гораль

РЕЦЕНЗІЯ**на монографію «Управління бізнес-стійкістю підприємств на ринку
хлібопродуктів»****авторів Кузнецової І.О., Балабаш О.С.**

Підприємства хлібопродуктів у непростих економічних умовах, що склалися протягом останніх років, забезпечують реалізацію експортного потенціалу держави, впливають на стабільність функціонування ринку зерна та гарантують продовольчу безпеку України. Успішність їх функціонування в сучасних реаліях залежить від комплексного оцінювання стану хлібоприймальних підприємств, формування заходів із досягнення стабільності його внутрішнього середовища та забезпечення стійкості у мінливому зовнішньому конкурентному середовищі. Тому проблема розвитку теоретико-концептуальних і методичних положень та науково-практичних рекомендацій щодо управління бізнес-стійкістю підприємств є обґрунтованим і актуальним дослідженням у даній монографії.

У монографії авторами досліджено сутність поняття стійкості та сталого розвитку. Визначено основні елементи та запропоновано визначення бізнес-стійкості. Представлено концептуальну модель управління бізнес-стійкістю, яка є важливим теоретичним доробком авторів.

Науковцями систематизовано методи оцінювання стійкого розвитку підприємства, визначено їх переваги та недоліки. На цій підставі обґрунтовано застосування методу оцінки бажаності Харінгтона з подальшою проекцією одержаних результатів на відповідну кількісно-лінгвістичну шкалу бажаності. Обґрунтовано перелік індикаторів оцінювання бізнес-стійкості підприємств на ринку хлібопродуктів та відповідну модель оцінювання підприємств.

Важливим доробком методичного характеру є вдосконалений авторами метод оцінювання стійкості бізнес-процесів хлібоприймальних підприємств. Обґрунтовано перелік індикаторів оцінювання стійкості бізнес-процесів, який включає узагальнені й часткові, а також кількісні та якісні індикатори, що розподілено на дві групи: індикатори операційної стійкості та індикатори стабільності якості. Використання адаптованих автором шкал оцінювання дозволяє врахувати результати збоїв операційної діяльності підприємства. Для узагальнення результатів оцінювання за визначеним переліком індикаторів авторами слушно використано метод нечіткої логіки.

Авторами систематизовано методи оцінювання стійкості здібностей підприємства як складової бізнес-стійкості і на цій підставі доведено перевагу їх ранжування з використанням лексикографічного упорядкування.

Позитивною рисою дослідження є формалізація оцінювання бізнес-стійкості шляхом визначення комплексного показника стійкого розвитку підприємств хлібопродуктів, яке відрізняє використання нечіткої функції приналежності для вибору оцінок за всіма категоріями адаптованої вербально-числової шкали.

Проведено апробацію технології оцінювання бізнес-стійкості на реальних підприємствах. Розроблено інформаційну модель забезпечення бізнес-стійкості підприємств на ринку хлібопродуктів.

Заслугує на увагу вміло використані різноманітні методи дослідження, а також опрацьовано значний масив інформації, яка представлена у літературних джерелах, періодичних виданнях, статистичних даних.

Представлену на рецензування монографію можна вважати завершеним науковим дослідження. Авторами вирішено низку важливих для вітчизняної теорії та практики завдань. Проведене дослідження дало змогу розкрити сутність методологічних, концептуальних і методико-прикладних положень щодо технології управління бізнес-стійкістю підприємств хлібопродуктів.

Вважаємо що дана робота викличе значний інтерес у науковців і практиків, що займаються даною проблемою.

Доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри зовнішньоекономічної та
митної діяльності
Національного університету «Львівська
політехніка»

О.Г. Мельник

**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ
ГОСПОДАРСТВОМ**

УДК 339.9

DOI:10.32680/2409-9260-2020-3-4-276-277-14-30

**ЕКОНОМІЧНА ДИПЛОМАТІЯ У ФОРМУВАННІ І РОЗВИТКУ
НАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДУ**

Яценко О. М., доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Київ, Україна
e-mail: yacenkoolgakneu@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4399-2217

Анотація. Досліджено поняття «економічної дипломатії» та «національного бренду», їх взаємозв'язок, взаємовплив, складові. Ідентифіковано існуючі методичні підходи оцінки бренду країни та його класифікацію у міжнародній торгівлі за сприйняттям країни споживачем. Визначено алгоритм формування, розвитку і просування національного бренду. Досліджено позиції країн світу у провідних брендингових рейтингах та охарактеризовано тенденції щодо провідних лідерів та аутсайдерів. Узагальнено чинники, які безпосередньо впливають на формування національного бренду та розкрито вплив пандемії COVID 19 на відповідні процеси. В результаті дослідження виявлено, що внаслідок пандемії втрачено понад 13 трил. дол. США або 14% у вартості національних брендів провідними країнами світу у 2020 р., а наслідки коронакризи вдалося подолати незначній групі країн. Обґрунтовано пріоритетні напрями просування бренду України за допомогою методів та інструментів економічної дипломатії.

Ключові слова: економічна дипломатія, комерційна дипломатія, національний бренд, бренд країни, міжнародний імідж країни.

**ECONOMIC DIPLOMACY IN THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF A
NATIONAL BRAND**

Yatsenko O. M., Doctor of Economics, Professor, Professor of Department of International Trade and Marketing, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine
e-mail: yacenkoolgakneu@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4399-2217

Abstract. Introduction. The relevance of the topic is connected with an importance and influence of the national brand on the level of international competitiveness of the country that is forming a positive image of the state, its investment and tourist attractiveness. Purpose. The purpose of the study is to generalize the theoretical foundations of the formation and development of the concept of national brand, to describe the main trends of their transformations within a pandemic and to justify the priority areas of brand promotion of Ukraine using methods and tools of economic diplomacy. Results. The concepts of «economic diplomacy» and «national brand», their relationship, interaction, components are studied. The existing methodological approaches to the assessment of the country's brand and its classification in international trade according to the criterion of consumer perception of the country are identified. The algorithm of formation, development and promotion of the national brand is determined. The positions of the countries of the world in the leading branding ratings are investigated and the tendencies concerning the leading leaders and outsiders are characterized. The factors that directly influence the formation of the national brand are summarized and the impact of the COVID-19 pandemic on the relevant processes is revealed. The study describes that in 2020, as a result of the pandemic, the world's leading countries lost more than 13 trillion US dollars of the value of national brands, and the effects of the coronary crisis were overcome only by a small group of

countries. The world leader in brand value remains the United States (23.7 trillion US dollars, China remains on the second position (18.8 trillion US dollars), but in addition to global trends and influences, a significant role was played by the trade war between the countries that absorbed both economies over the past three years. The top three are closed by Japan as it has remained relatively unharmed by the pandemic. A phenomenon that deserves special attention is Ireland, as it is the only national brand among the twenty leaders 11% to 670 billion US dollars, a testament to the resilience of its economy, backed by strong exports and consumer spending. Vietnam acted as the fastest-growing national brand in 2020. The country is associated in the global business community, especially in the United States, with a newly created industrial paradise in the region of Southeast Asia that challenges global trends, the value of the brand has risen by an impressive 29% or 319 billion US dollars. Vietnam has also a staggeringly low level of COVID-19 cases and deaths among the population. Argentina became the world outsider and the fastest losing national brand, the value of its brand fell by 57% or 175 billion US dollars because the number of cases of COVID-19 exceeded the mark of 1 million. At the same time Germany became the strongest brand in the world with a brand strength of 84.9% out of 100%. Conclusions. The priority directions of promoting the brand of Ukraine with the help of methods and tools of economic diplomacy are substantiated in the paper.

Key words: economic diplomacy, commercial diplomacy, national brand, country brand, international image of the country.

JEL Classification: F13, F2, M38.

Постановка проблеми. Геоекономічна трансформація світового порядку зумовлена динамізацією глобального конкурентного середовища та поширенням гострої респіраторної хвороби COVID-19 у світі, спричиненої корона вірусом, що визначає необхідність утримання позицій на ринках і у сферах, що представляють для країни інтерес та формування позитивного іміджу країни. Глобалізація світової економіки зумовила концентрацію уваги законодавчої і виконавчої влади більшості країн на питаннях зовнішньоекономічної діяльності. Провідне місце в зазначеному контексті належить державній політиці. Важливим засобом реалізації зовнішньоекономічної політики держави є економічна дипломатія, результати якої значною мірою впливають на збільшення і просування експорту, залучення іноземних інвестицій, комерціалізацію національних інтелектуальних ресурсів, забезпечення доступу до міжнародних ринків нових технологій, участь у роботі міжнародних економічних інституцій, захист і лобіювання національних інтересів на міжнародному рівні. В цьому контексті заслуговує на увагу питання дослідження економічної дипломатії, яка відіграє важливу роль у формуванні, розвитку і просуванні національного бренду та захисті торговельно-економічних інтересів країни з метою покращення іміджу та конкурентоспроможності держави на світовому ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання глобальних трансформацій у торгово-економічній сфері та міжнародної конкурентоспроможності висвітлено в працях Л.Антонюк [1], Д.Лук'яненка [2], Я.Столярчук [3], В.О.Швиданенка [4] та багатьох інших вчених. Теоретичні основи економічної дипломатії представлені в роботах дослідників і дипломатів як Н.Грушинська [5], Дж. Йохансон [6], М.Костецкі, О.Нарей, [7], Г. Керзон [8], Х. Корбет [9], А. Мерсьє [10], М.Окано-Хейманс [11, 12], С.Вуллок [13], Дж. Меліссен [13], Е. Поттер [14], К. Рана [15], Н.Татаренко [16], К.Фліссак, [17] та ін. Системні дослідження іміджу країни були започатковані Р. Шулером [18, 19], К. Райерсоном [20] та А. Нагашима [21] у 60-х р. XX ст. Різносторонні аспекти національного брендингу досліджено в працях С. Анхольта [22], М. Арончика [23], Й. Фана [24], К. Дінні, Н. Пападополусом [25], Ф. Котлером [26], О. Амосова [27], Мельник Т., Варібурсова А. [28], Р. Милян [29], Поручник А. [30], А. Штельмашенко [31]. Значний внесок у розвиток теорії управління брендом

держави зробили Є. Джаффе й І. Небензахл [32], які розглянути незалежні виміри іміджу країни як такі, що належать багатоелементній шкалі його оцінки, що стало новим кроком у розвитку підходів до вимірювання іміджу держави. Маркетинговий контекст та багатоманітні аспекти впливу іміджу країни на споживацьку поведінку досліджували М. Хан, Дж. Лайфелд, Р. Еттенсон, Г. Гес, С. Хонг, Р. В'єр, Н. Паадопулос, М. Уолл, Н. Хеслоп [33]; С. Ахмед, А. Д'Асту, Дж. Кляйн [34], Циганкова Т., Завгородня Т. [35], А. Старостіна [36], І. Безверха [37]. Проте, незважаючи на достатній рівень теоретичних і практичних розробок, подальшого вивчення потребують питання визначення факторів впливу пандемії COVID-19 на формування та просування національних брендів та обґрунтування пріоритетних напрямів просування бренду України за допомогою методів економічної дипломатії.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однією з складових економічної дипломатії є формування і розвиток національного бренду. В цьому контексті потребує дослідження основних трансформацій і позицій країн світу у провідних брендингових рейтингах, визначення провідних лідерів та аутсайдерів, визначення факторів впливу пандемії COVID-19 на відповідні процеси та обґрунтування методів просування бренду України за допомогою економічної дипломатії.

Метою дослідження є узагальнення теоретичних засад формування і розвитку національного бренду, дослідження основних тенденцій їх трансформацій в умовах пандемії та обґрунтування пріоритетних напрямів просування бренду України за допомогою методів та інструментів економічної дипломатії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна дипломатія є комплексом методів, прийомів і практичних дій, що використовуються для вирішення задач зовнішньоекономічної політики держави, в т.ч. позиціонування держави на світовій арені. Безпосередній вплив на цей процес мають форми і методи економічної дипломатії країни з врахуванням специфіки політичного режиму країни; система міжнародних відносин, що склалася; специфіка проблемних питань, що підлягають врегулюванню.

Існує широке розмаїття визначень в науковій літературі економічної дипломатії. Найбільш комплексно, на нашу думку, це відображено в дослідженнях Ю. Чжоу та М. Окано-Хейманс [8, 12, 13]. Ю. Чжоу розгадує економічну дипломатію як інструмент використання дипломатичних методів та засобів для досягнення економічних цілей країни, а економічних методів та засобів для політичних цілей. В той же час М. Окано-Хейманс визначає її як використання «політичних заходів як засобів впливу у міжнародних відносинах з метою підвищення національного економічного добробуту, а також використання економічних інструментів для підвищення політичної стабільності нації». Цю думку поділяють Н. Грушинська та Н. Татаренко, які вважають захист національної безпеки одним з основних завдань економічної дипломатії [5, 16].

Часто економічну дипломатію ототожнюють з торговельною або комерційною. Найбільш підтримуваним є визначення Л. Доусон з яким погоджуються І. Безверха, В. Вергун, М. Мальський, В. Нижник, Ш. Ройверс, Х. Руель, Т. Циганкова, яке інтерпретується як «економічна дипломатія є офіційною діяльністю глав держав, урядів, торговельних й переговорних місій, спеціальних органів з питань зовнішніх відносин, міжнародної економіки та торгівлі щодо виконання цілей і завдань торговельної політики, захисту внутрішнього ринку від кризових явищ у світовій економіці, надто жорсткої іноземної конкуренції, різкого зростання імпорту та інших несприятливих умов для розвитку національної економіки, а також захисту прав та економічних інтересів держави, вітчизняних підприємств та інших суб'єктів господарювання за кордоном» [38-43].

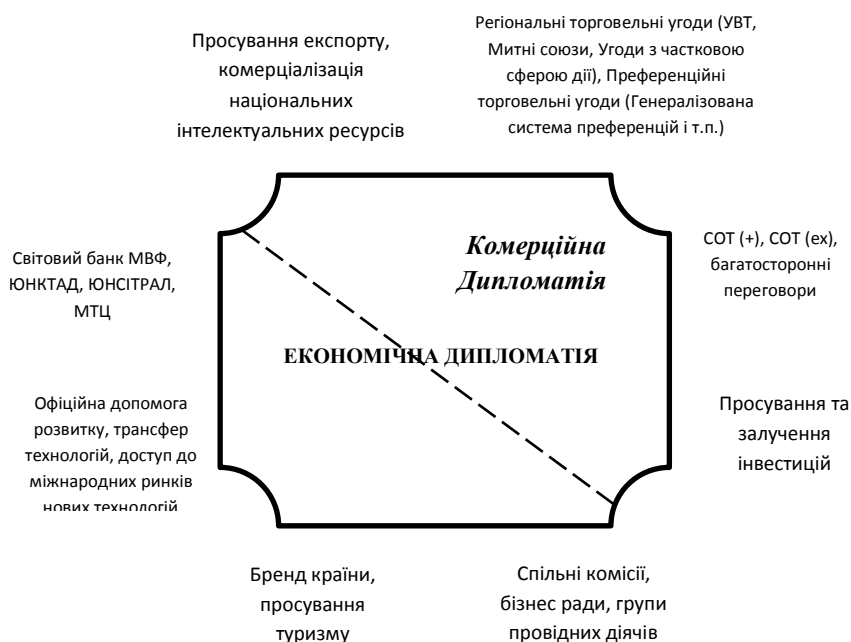


Рис. 1. Складові економічної дипломатії

Джерело: доповнено та зроблено на основі [15, 44].

Таким чином ми поділяємо думку, що економічна дипломатія значно ширша за сферою охоплення та стратегічним фокусом на національних інтересах, а також може виходити за рамки економічних цілей, в той час як комерційна дипломатія головним завданням має максимізацію бізнес-можливостей національних компаній держави посередництвом усунення різного роду торговельних бар'єрів для просування експорту і залучення інвестицій. К. Рана схематично відобразила розмежування понять «економічна дипломатія» та «комерційна дипломатія» (рис. 1.).

Одним із завдань економічної дипломатії є просування національного бренду. Вперше поняття «національний бренд» запропонував британський учений і практик Саймон Анхольт у 1996 р., започаткувавши новітній напрям наукових досліджень у сфері міжнародних економічних відносин. Сучасний рейтинг і методологію глобального дослідження національних брендів він обґрунтував і започаткував у 2005 р. Таким чином можна визначати репутацію країн світу, адже індекс бренду країн комплексно оцінює імідж і вартість (привабливість кожної країни, яка оцінюється) в розрізі країн світу за шістьма комплексними параметрами (рис. 2).

Ще один британський дослідник В.Оллінс підкреслює, що в основі національного бренду повинна лежати ключова ідея, яка буде проектувати національні характеристики країни ефективним та привабливим способом [48]. Він зазначає, що ця ключова ідея повинна виконувати наступні завдання: 1. Вона повинна працювати на емоційному і раціональному рівнях, щоб апелювати як «до серця, так і до розуму людей». 2. Ключова ідея повинна бути релевантна для всіх аудиторій бренду. 3. Ключова ідея повинна бути чітко сформульованою. 4. Ключова ідея повинна бути правдивою, щоб аудиторія визнавала її як реалістичну. Національний брендинг відіграє важливу роль не лише для позиціонування країни на світовому ринку й створення позитивного зовнішньополітичного іміджу держави, а й сприяє капіталізації ресурсів та репутації посередництвом просування торговельно-економічних та суспільно-політичних інтересів закордоном і в межах держави. Співставляючи бренд з іміджем країни, варто зазначити, що перше поняття є більш сталим, а друге є змінною

складовою бренду, означаючи образ на який намагаються впливати з метою позитивної зміни.

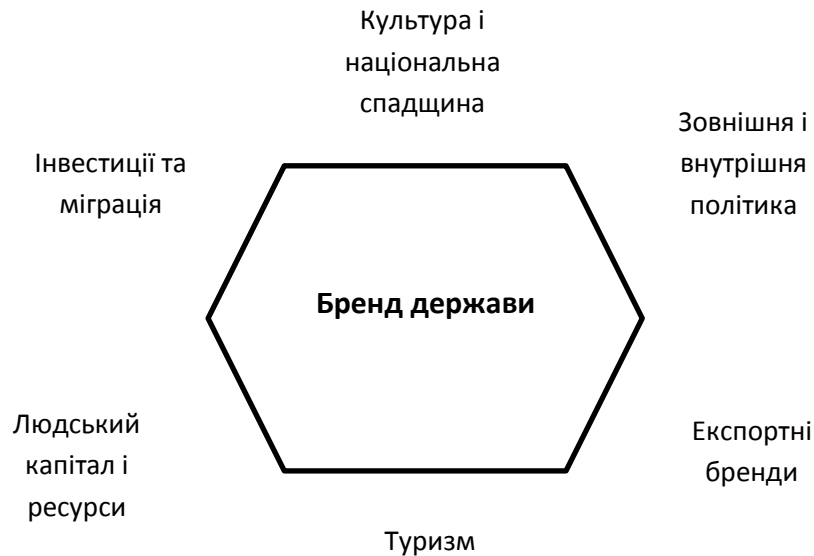


Рис. 2. Шестикутник Анхольта для визначення індексу бренду країни

Джерело: побудовано автором за даними [45].

Визначена типізація брендів країн має враховувати відмінності у сприйнятті споживачів певної держави, з якою вони асоціюють товар або бренд, а також країною-виробником, зокрема НС, DC, MC, PC, AC і OC, які можуть представляти одночасно до п'яти країн у міжнародній торгівлі та/або маркетингу (табл. 1).

Формування бренду держави відбувається за певним алгоритмом: визначаються стратегічні та тактичні цілі та завдання державного брендингу; цільова аудиторія та способи просування бренду за допомогою методів економічної та публічної дипломатії; досліджуються й аналізуються стереотипи про країну у визначеній цільовій аудиторії; ідентифікуються переваги, ймовірні очікування та вимоги цільової аудиторії, автентичні риси й характеристики, якими має володіти ідеальний бренд держави; формування і розвиток бренду держави; обґрунтування і розробка стратегії та плану просування бренду, враховуються всі аспекти в т.ч. візуальні, вербальні, комунікативні; системний контроль за впровадженням програми державного брендингу; аналіз та оцінка проміжних результатів; за необхідності корегування стратегії й моделі державного брендингу; комплексний і системний моніторинг ефективності сформованого бренду держави.

Таблиця 1

Класифікація брендів країн за сприйняттям країни споживачем

Бренд країни		Характеристика
1	Батьківщина/країни проживання (Home Country – НС)	Країна, де споживач постійно проживає. НС має культурний і соціальний вплив на споживача, як стосовно споживацької поведінки, так і відносно формування відношення споживача до продуктів, вироблених у різних країнах
2	Країни, у якій ро-	Країна, в якій дизайн всього продукту або його окремої

	зроблено дизайн (Designed-in-Country – DC)	частини було розроблено. Зокрема Італія відома своїм талановитим дизайном і «Італійський дизайн» використовується для промоції навіть тих продуктів, які були виготовлені деінде. Акцент на країну, в якій розроблено дизайн, у маркетинговій стратегії може впливати на оцінку якостей продукту споживачами
3	Країна-виробник (Made-in-Country – MC)	Країна, чия назва з'являється на лейблах. Зазвичай, це країна, де відбувається кінцеве виробництво. Розміщення назви країни на лейблі «зроблено в...» переважно вимагає певної локальної мінімальної доданої вартості
4	Країна, в якій вироблено визначені ключові частини або компоненти (Parts-from-Country – PC).	Наприклад, споживач готовий купити будь-який автомобіль, головне, щоб двигун був німецького виробництва
5	Країна, де відбувається кінцева збірка (Assembled-in-Country – AC).	Частини продукту можуть бути вироблені в кількох різних країнах, однак «славу» отримує країна, в якій відбулось з'єднання складових
6	Країна походження (Country of origin – OC)	Країна, яку споживач вважає країною походження певного продукту або бренда, незважаючи на той факт, де дійсно товар було вироблено. Наприклад, багато споживачів вважає «General Electric» американським брендом, у той час коли деякі продукти виготовлені поза межами США.

Джерело: побудовано автором за даними [32, 35].

Формування бренду держави відбувається за певним алгоритмом: визначаються стратегічні та тактичні цілі та завдання державного брендингу; цільова аудиторія та способи просування бренду за допомогою методів економічної та публічної дипломатії; досліджуються й аналізуються стереотипи про країну у визначеній цільовій аудиторії; ідентифікуються переваги, ймовірні очікування та вимоги цільової аудиторії, автентичні риси й характеристики, якими має володіти ідеальний бренд держави; формування і розвиток бренду держави; обґрунтування і розробка стратегії та плану просування бренду, враховуються всі аспекти в т.ч. візуальні, вербальні, комунікативні; системний контроль за впровадженням програми державного брендингу; аналіз та оцінка проміжних результатів; за необхідності корегування стратегії й моделі державного брендингу; комплексний і системний моніторинг ефективності сформованого бренду держави.

Наразі існує два міжнародні рейтинги брендів держав – Nation Brand Index (Anholft GFK) та Country Brand Index (FutureBrand). Методологія складання рейтингів відрізняється. Nation Brands Index враховує шість основних критеріїв: туризм, експорт, люди, влада, культура та історична спадщина, інвестиції та імміграція. Country Brands Index у рейтингу використовує ієрархічну модель рішень, за допомогою якої бренд оцінюється у таких вимірах: обізнаність (чи відомо, що така країна існує), знайомство (як добре респондент знає про країну), асоціації (туризм, культурний спадок, якість життя, система цінностей), повага (наскільки країна викликає пошану), міркування (чи розглядалася країна як місце, яке варто відвідати), рішення про візит (що спонукає до його прийняття), бажання респондента переповідати про країну знайомим.

Світова і національна економіка зіштовхнулись з безпрецедентним до цього викликом – пандемією Covid 19, що призвело до зниження економічного потенціалу держав, значного зниження рівня міжнародної торгівлі й суттєвих змін у торговельній політиці країн. Провідні

торговельні держави впровадили протекціоністські, і лише в окремих випадках лібералізаційні заходи з метою збереження стабільності в межах країни. Впливу зазнали абсолютно всі сфери економіки, переорієнтовуючи власні ресурси на національні потреби, найбільше ускладнились зовнішньоторговельні операції країн.

Найбільш помітними трендами стали: 1) поглиблення процесу деглобалізації, зумовленого складністю перерозподілу ланцюжків вартості, Brexit, посиленням торговельних війн, компліментарністю джерел постачання та/або виробництва в державі, наслідком чого є перенесення виробництв до власних країн, трансформацією бізнес-моделей; 2) зростання ринкового фундаменталізму та ролі урядів в багатьох країнах світу, які наразі втручаються в економіку через потреби подолання гострих проблем, викликаних поширенням гострої респіраторної хвороби COVID-19 у світі, спричиненої корона вірусом, одночасно їх дії обмежені їх економічним потенціалом і внутрішніми ресурсами держави; 3) різке зниження торгівлі в усіх регіонах світу і галузях економіки, що викликано пандемією коронавірусу, що у свою чергу впливає на торговельну політику країн, зокрема зростання кількості обмежувальних експортних заходів.

В результаті дослідження виявлено, що внаслідок пандемії країнами було втрачено понад 13 трлн дол. США (тут і далі дол. США) вартості національних брендів, а наслідки коронакризи вдалося подолати лише незначній групі країн (рис. 3).



Рис. 3. ТОП 10 провідних національних брендів, 2020 р.

Джерело: [46].

COVID-19 негативно вплинув на прогнози ВВП країн, темпи інфляції та загальну економічну невизначеність в країнах. За оцінками Brand Finance, загальна вартість бренду 100 найбільших країн впала з 98,0 трлн. дол. в 2019 р. до 84,9 трлн. дол. в 2020 р. (рис. 4, 5).

Наразі спостерігається руйнування цінності національних брендів у всьому світі внаслідок пандемії.

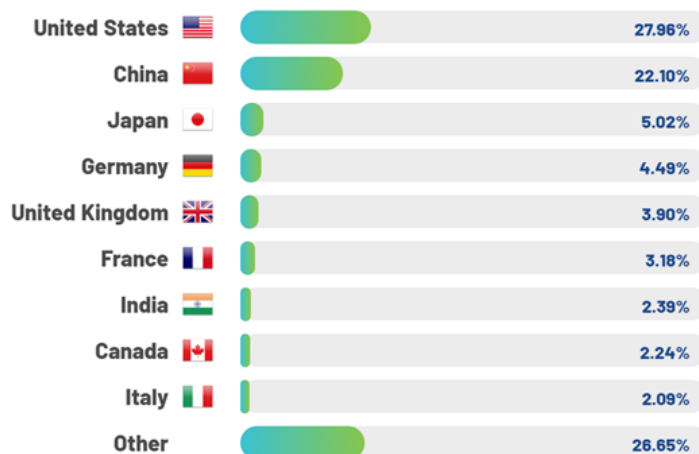


Рис. 4. Цінність бренду за країнами, 2020 р.

Джерело: [46].

Як свідчать дані провідного рейтингового агентства, ТОП 10 країн лідерів найкращих національних брендів втратили в середньому 14% вартості бренду [46]. Світовим лідером за вартістю бренду лишається США (23,7 трлн дол.), друга позиція лишається за КНР (18,8 трлн дол.), проте, крім загальносвітових тенденцій і факторів впливу, значну роль відіграла торговельна війна між країнами, яка поглинула обидві економіки за останні три роки. Багаторічний лідер США зафіксував втрату вартості бренду на 14% до 23,7 трлн. дол., скоріше за все тенденція збережеться і у 2021 р. Зараз найбільша і найсильніша економіка у світі потерпає від наслідків коронакризи, незважаючи на початок вакцинації. Залишається поки невідомою нова політика президента Байдена. Незважаючи на цю політичну невизначеність, абсолютне домінування та успіх американських брендів завжди забезпечить економіку держави та репутацію країни надійною мережею безпеки. Американські бренди - Amazon, Google, Apple і Microsoft - претендували на чотири з перших п'яти місць у рейтингу Brand Finance Global 500 за рік.

2020	2019	Logo	Name	Country	2020	2019	2020	2019
1 =	1		United States		\$23,738,342M	\$27,751,172M	AAA-	AAA
2 =	2		China		\$18,764,298M	\$19,485,618M	AA	AA
3 ^	4		Japan		\$4,261,272M	\$4,532,854M	AA+	AAA
4 v	3		Germany		\$3,812,942M	\$4,854,854M	AAA	AAA
5 =	5		United Kingdom		\$3,314,556M	\$3,850,553M	AAA-	AAA
6 =	6		France		\$2,699,463M	\$3,096,850M	AA+	AA+
7 =	7		India		\$2,027,923M	\$2,561,985M	A+	AA-
8 =	8		Canada		\$1,900,396M	\$2,183,209M	AAA-	AAA
9 ^	10		Italy		\$1,776,156M	\$2,110,225M	AA-	AA-
10 v	9		South Korea		\$1,694,781M	\$2,135,485M	AA	AA+

Рис. 5. Зміна рейтингу ТОП 10 національних брендів 2020 р./ 2019 р.

Джерело: [46].

На відміну від США, вартість торгової марки Китаю в значній мірі залишається стабільною, зафіксувавши лише незначне падіння на 4% у 2020р. Швидка реакція уряду Китаю

на спалах COVID-19, поєднана з його цілеспрямованими стимулюючими заходами торговельної політики та економічної дипломатії в останні місяці 2020 р., призвела до того, що країна стала першою великою економікою, яка вийшла з пандемії, і в даний час, як очікується, буде єдиною економікою G20, яка буде рости у 2021 р. Наразі виглядає, що Китай стає дедалі ближче до США у рейтингу найцінніших світових брендів. Китай продемонстрував здатність відновлюватися наддинамічними темпами.

Трійку лідерів закриває Японія, зафіксувавши незначну втрату вартості бренду на 6% до 4,3 трлн. дол., оскільки вона лишилася відносно неушкодженою від наслідків пандемії та з незначною смертністю незважаючи на очікування, що країна стане однією з найбільш постраждалих на початку спалаху COVID-19 - через близькість до Китаю, його густонаселених міст та зростаючого населення похилого віку.

Феноменом, що заслуговує на особливу увагу, є Ірландія, адже це єдиний національний бренд серед двадцяти лідерів, який зафіксував зростання вартості бренду, що збільшившись на 11% до 670 млрд дол., що свідчить про стійкість її економіки, яка підкріплюється сильним експортом і споживчими витратами, незважаючи на подвійну загрозу Brexit та COVID-19. У 2021 р., якщо Великобританія досягне домовленостей щодо Brexit, Ірландія опиниться в ще сильніших позиціях, оскільки порушення торгівлі з Великобританією зменшиться. Потужний національний бренд Ірландії лишається привабливим для інвестування навіть у кризові періоди світової економіки.

Великобританія зберігає 5-ту позицію у рейтингу Brand Finance після зниження вартості бренду на 14% до 3,3 трлн. дол., незважаючи на те, що цього року Brexit був затьмарений проблемами пов'язаними з COVID-19. У 2021 р. невизначеність щодо результату зберігається. Уряд Великобританії все ще веде переговори з ЄС щодо прав з риболовлі та правил конкуренції, що є двома перешкодами для обох сторін. Британія має чудову можливість стати економікою, яка працює подібно до свого сусіда Ірландії з мінімальними податками та сприятливою екосистемою для стартапів. Якщо Великобританія укладе відповідну торговельну угоду, бренд Британії, безсумнівно, може процвітати та стати підприємницьким центром біля узбережжя Європи, як Сінгапур в Азії.

Не менш вражає В'єтнам, найдинамічніше зростаючий національний бренд у рейтингу 2020 р. Ця країна асоціюється у світовій бізнес-спільноті, передусім США, з новоствореним промисловим раєм в Південно-Східній Азії, який кидає виклик світовим тенденціям, вартість бренду зросла на вражаючі 29% або 319 млрд дол.. Також у В'єтнамі зафіксовано приголомшливо низький рівень випадків COVID-19 та смертей серед населення. Країна є інвестиційно привабливою та лишається одним із найкращих місць у регіоні Південно-Східної Азії для виробництва товарів, передусім для бізнесу з США, які прагнуть перемістити виробництво з Китаю внаслідок наслідків американо-китайської торговельної війни. Нещодавні торговельні угоди з ЄС сприяють подальшому зростанню національного бренду та економіки країни.

Світовим аутсайдером і найбільш швидко втрачаючим позиції національним брендом у 2020 р. стала Аргентина, вартість її бренду впала на 57% або 175 млрд дол., оскільки кількість випадків COVID-19 перевищила позначку в 1 мільйон. Ситуацію погіршують заворушення по всій країні, які стосуються проблем реформування системи правосуддя, розслідування випадків корупції на державному рівні та загальних скарг на лікування пандемії. Наразі економіка країни виглядає слабкою і прогнози лишаються невтішними.

Встановлено, що Німеччина є найміцнішим світовим брендом. Окрім вимірювання вартості національної торгової марки, Brand Finance також визначає відносну силу

національних торгових марок за допомогою збалансованої системи показників, що оцінюють інвестиції в бренд, власний капітал та ефективність торгової марки. Цього року вперше методологія міцності національних брендів включає результати Глобального індексу м'якої сили - наймасштабнішого у світі дослідження щодо сприйняття національних брендів, яке обстежує думки понад 55 тис. людей із більш ніж 100 країн. Відповідно до цих критеріїв, Німеччина є найсильнішим світовим брендом із показником міцності бренду 84,9 зі 100 та відповідним рейтингом AAA. Країна добре znana своєю потужною, стабільною та ефективно керованою економікою. Тривалий термін перебування Ангели Меркель на посаді канцлера забезпечив стабільні і прогнозовані результати. Реакція уряду Німеччини та Меркель на пандемію була сприйнята позитивно як на національному, так і на міжнародному рівні, і цифри підтверджують це, коли країна реєструє постійно нижчі випадки на мільйон, ніж будь-яка з її західноєвропейських країн. Німеччина залишається маяком стабільності як на всьому континенті, так і в усьому світі.

Згідно зі звітом про стан національних брендів, опублікованому міжнародною організацією Brand Finance, вартість національного бренду України незначно збільшилася. Україна наразі посіла 55 місце в рейтингу у 2020 р. на противагу 55 у 2019 р. Дуже багато важить і вироблення сучасного національного бренду/іміджу країни. Навіть не згадуватиму про ті країни, котрі вже давно зарекомендували себе як законодавиці моди або фінансові центри світу. Проте Індія прямо на наших очах набула нового іміджу завдяки своїм програмістам. Причому більшість із них заволоділи світовим ринком, не виходячи зі своїх офісів у Мумбаї (колишньому Бомбеї) та Калькутті. А на їхньому місці могли бути ми. Адже все це робиться завдяки аутсорсингу, який у них спрощений, а в нас, навпаки, ускладнений. Тож ми теж мусимо знайти такий бренд країни, який би чітко вказував на наші можливості, привабливість і унікальність [47]. Як зазначає О. Шаров стосовно налагодження ефективного партнерства в зовнішньоекономічній діяльності між українським бізнесом та державою, то особливо хотілося б підкреслити, що має йтися про горезвісний принцип «Що добре для “Дженерал Мо торс”, те добре...». Враховувати взаємні інтереси і надавати підтримку мають обидві сторони. Не випадково серед найвпливовіших дипломатів США один голландський учений назвав... «Майкрософт» і «Макдональдс». І ми не повинні забувати про такі бренди, як «Антонов», «КрАз» або «Південмаш». Активна допомога у їх просуванні на зовнішні ринки сприяє глибокому інтегруванню нашої країни у світову економіку більше, ніж якийсь договір або меморандум. Держава має активно сприяти появі за кордоном українських БНК. Час би вже у списку Fortune Global 500 засвітитися хоча б одній вітчизняній корпорації. Втім, великі компанії мають свої служби корпоративної дипломатії з добре оплачуваними співробітниками і досвідченими керівниками (у тому числі з дипломатичного корпусу).

І українські олігархічні промислово-фінансові групи купують заводи, шахти й верфі в Італії і США, Болгарії і Польщі, Австралії і Росії... Які не тільки відкривають представництва своїх банків, а через Балтійські країни виходять на ринки ЄС із повнофункціональними відділеннями. І все це роблять, не напружуючи наших дипломатичних установ проханнями посприяти. Інколи взагалі уникаючи контактів із ними. А треба це все координувати у загальнодержавних інтересах.

Таким чином, економічний вплив COVID-19 на всі сфери національної і світової економіки, торговельні потоки, торговельну політику, національні бренди буде драматичним і тривалим. Уряди всього світу ввели надзвичайні економічні заходи і обмеження для підтримки своїх національних систем, зокрема охорони здоров'я в цих умовах уряди повинні позбутися

від обмежень і тарифів, які затримують торгівлю, щоб стимулювати національну економіку, в т.ч. просувати національний бренд методами економічної дипломатії (рис. 6).



Рис. 6. Просування національного бренду України методами економічної дипломатії (адаптовано за О. Нареем).

Джерело: адаптовано до дослідження та доповнено за матеріалами [49].

Надзвичайно складна ситуація вимагає від урядів країн, бізнесу, науки, громадянського суспільства адекватних відповідей та рішень, релевантних масштабам цих викликів. Суспільний запит і очікування громадян й бізнесу на випереджальний розвиток вітчизняної економіки в умовах модернізації формату торговельної інтеграції з ЄС та іншими країнами визначають подальші дії уряду.

Країни, що розвиваються, так само як і Україна, не можуть істотно підвищити доходи від свого експорту, продаючи фактично не товари, а сировину: сталь, продукти хімії, зерно тощо.

Створення міжнародних брендів, як правило, є наслідком появи внутрішніх брендів, які розвиваються, а з часом перетворюються на глобальні. Проте ці глобальні бренди не порушують сформоване відношення споживачів до тих чи інших брендів, яке включає в себе уявлення про їх країну походження, тобто бренд країни походження продовжує формувати імідж бренду товару або бренду компанії, навіть якщо вона є власністю капіталу з інших країн [35]. Як справедливо наголошує С. Анхолот, можна тільки уявити, скільки заробляла б Бразилія, якби експортувала Marlboro, Starbucks, Nestle, а не тютюн, каву, какао і цукор [45].

Узагальнюючи результати дослідження, слід констатувати, що для покращення іміджу та репутації України в межах держави та поза ними, необхідна цілеспрямована і системна робота державних інституцій та ефективного застосування методів економічної дипломатії. Економічна дипломатія нині є одним з найважливіших важелів впливу і зміцнення міжнародної конкурентоспроможності країни, отримання конкурентних переваг на світовому ринку. Використовувати лише інструменти маркетингу неефективно, має бути залучена державна система управління, в основі якої має бути реальна привабливість країни, а не імітаційна, адже можливі репутаційні втрати. Проаналізований зарубіжний досвід країн лідерів та аутсайдерів свідчить, що виникає синергетичний ефект внаслідок просування національного бренду, адже сильний бренд країни сприяє підвищенню міжнародних рейтингів і впливу держави на світовому рівні, довіри інвесторів, припливу туристів, внутрішньої стабільності, довіри населення всередині країни.

Висновки і пропозиції. Формування і розвиток національного бренду має базуватися на позитивному іміджі країни, зокрема України та враховувати особливості методології двох провідних міжнародних рейтингів брендів держав – Nation Brand Index (Anholft GfK) та Country Brand Index (FutureBrand).

Останні два роки світова і національна економіка зіштовхнулись пандемією Covid 19, що зумовило зниження економічного потенціалу держав, рівня міжнародної торгівлі й суттєвих змін у торговельній політиці країн. Провідні торговельні держави впровадили протекціоністські заходи, лише окремі лібералізаційні з метою збереження стабільності в межах країни.

Внаслідок пандемії COVID 19 в 2020 р. провідними країнами світу було втрачено понад 13 трлн дол. США вартості національних брендів, а наслідки коронакризи вдалося подолати незначній групі країн. Світовим лідером за вартістю бренду лишається США, КНР, Японія. Німеччина залишається найміцнішим світовим брендом із показником міцності бренду 84,9% зі 100%. Світовим аутсайдером і найбільш швидко втрачаючим позиції національним брендом у 2020 р. була Аргентина. Вартість національного бренду України у 2020 р. збільшилася на 39%.

Пріоритетними методами економічної дипломатії для просування бренду України визначено: аналітичну діяльність, сприяння контактам, комунікацію та переговори, захист та лобіювання, координацію та логістику. Наразі необхідно забезпечити стабільність стратегічної євроінтеграційної орієнтації економічного розвитку; використання брендингу вітчизняними компаніями щодо експорту /експортної складової бренду країни; створення сприятливого інвестиційного клімату у пріоритетних секторах економіки; реєміграцію іммігрантів; формування позитивного іміджу України у світі та гарного ставлення до її

жителів; залучення туристів до України та вдосконалення туристичної інфраструктури; популяризацію національної культурної спадщини.

Список літератури:

1. Антонюк А. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: монографія. К.: КНЕУ. 2004. 269 с.
2. Лук'яненко Д. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації: монографія. К.: КНЕУ. 2001. 538 с.
3. Столярчук Я. Глобальні асиметрії економічного розвитку: монографія. К.: КНЕУ. 2009. 302 с.
4. Швиданенка О. Глобальна конкурентоспроможність: теоретичні та прикладні аспекти: Монографія. К.: КНЕУ. 2007. 312 с.
5. Грущинська Н. М. Економічна дипломатія в сучасних геоекономічних процесах формування світового порядку. *Академічний огляд*. 2014. № 2. С. 110-116. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ao_2014_2_16
6. Jönsson C. Hall M. *Essence of Diplomacy*. Berlin: Springer, 2005. 207 p.
7. Kostecki M., Naray O. *Commercial diplomacy and international business. Discussion Papers in Diplomacy*. Netherlands Institute of International Relations-Clingendaell, April 2007, 42 p.
8. Curzon G. *Multilateral Commercial Diplomacy*, London: Michael Joseph, 1965. 367 p.
9. Corbet H. *Global Challenge to Commercial Diplomacy*. Pacific Community, Tokio, 1971.
10. Mercier A. *Commercial Diplomacy in Advanced Industrial States: Canada, the U.K., and the US. Discussion Papers in Diplomacy*. Netherlands Institute of International Relations Clingendael. September 2007. 51 p.
11. *Economic Diplomacy: Economic and Political Perspectives* / ed. by P. A. G. vonBergeijk, M. Okano-Heijmans J. Melissen – Leiden: Martinus Hijihoff Publishers, 2011. 229 p.
12. Okano-Heijmans M. *Conceptualizing Economic Diplomacy: the Crossroads of International Relations, Economics, IPE and Diplomatic Studies*. *The Hague Journal of Diplomacy*. 2011. Vol. 6, No. 1-2. P. 7-36.
13. Woolcock S. *EU Economic Diplomacy: The Factors Shaping Common Action*. *Economic Diplomacy: Economic and Political Perspectives* / eds. P. A.G. Van Bergeijk, M. Okano-Heijmans and J. Melissen. The Hague: Martinus Nijhoff, 2011. P.83-99.
14. Potter E. *Branding Canada: The renaissance of Canada's commercial diplomacy*. *International Studies Perspective*. 2004. 5(1). P. 55-60.
15. Rana K. *Bilateral Diplomacy*. Delhi: Manas Publications, 2002. 283 p.
16. Татаренко Н. О. Економічна дипломатія: світовий досвід та українські здобутки (політико-економічний аспект). *Науковий вісник Дипломатичної академії України*. 2015. Вип. 22(2). С. 4-9. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdau_2015_22%282%29__3
17. Фліссак К. А. Економічна дипломатія у системі забезпечення національних інтересів України. Тернопіль: Новий колір, 2016. 812 с.
18. Schooler, Robert D. (1965), «Product Bias in Central American Common Market,» *Journal of Marketing Research*, 2 (November), 394-7.
19. Schooler, Robert D. (1971), «Bias Phenomena Attendant to the Marketing of Foreign Goods in the U.S.» *Journal of International Business Studies*, (Spring), 71-80.
20. Reiersen, Curtis (1967), «Attitude Changes Toward Foreign Products», *Journal of Marketing Research*, (November), 385-7.

21. Nagashima, Akira (1970), «A Comparison of U.S. and Japanese Attitudes Toward Foreign Products», *Journal of Marketing*, 34 (January), 68-74.
22. Simon Anholt. Competitive Identity, the Good Country Equation, and Place Branding 2.0. <https://placebrandobserver.com/simon-anholt-interview/>
23. Aronczyk, M. (2013). *Branding the Nation – The Global Business of National Identity*. New York: Oxford University Press.
24. Fan, Y. (2006). Nation branding: what is being branded. *Journal of Vacation Marketing*, 1. (Vol. 12), 5-1.
25. Papadopoulos, N. & Heslop, L.A. (2002). Country equity and country branding: problems and prospects. *Journal of Brand Management*, 4/5. (Vol. 9), 294-314.
26. Kotler, P. & Gertner, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: A placemarketing and brand management perspective. *Journal of Brand Management*, 4/5. (Vol. 9), 249-261.
27. Амосов О. Ю., Діденко Н. В., Лебедева К. Ю. Брендинг як основний інструмент маркетингу в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 12. С.10-12.
28. Мельник Т., Варібрусова А. Національні бренди у глобальній економіці: компаративний аналіз. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2018. № 5. С.32-54.
29. Милян Р.Ю. Брендинг країни в межах масових заходів як напрям посилення конкурентоспроможності економіки. *Економіка і регіон*. ПолтНТУ. 2015. №1 (50). С.50- 54.].
30. Поручник А. М. Національні інтереси і глобальні цілі. *Міжнародна економічна політика*. 2012. Спец. вип.: у 2 ч. Ч. 1. С. 11-22.
31. Штельмашенко А. Д. Бренд держави: сутність та особливості формування. *Наук. вісн. Академії муніципального управління*. 2013. Вип. 2. С. 348-356. Серія: Управління. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvamu_upravl_2013_2_4.
32. Jaffe, Eugene D. *National Image and Competitive Advantage – The Theory and Practice of Country-of-Origin Effect* / Jaffe, Eugene D. Nebenzahl, Israel D. Copenhagen Business School Press, 2001. Handelshøjskolens Forlag. 186 p.
33. Jain Subhash C. *Handbook of research in international marketing*. Elgar Original Reference Series / Jain Subhash C. Edward Elgar Publishing, 2003. 500 p.
34. Kahle Lynn R. *Creating images and the psychology of marketing communication. Advertising and consumer psychology* / Kahle Lynn R., Kim Chung-hyun. Routledge, 2006. 405 p.
35. Циганкова Т., Завгородня Т. Глобальний бренд країни у сучасних технологіях торговельно-маркетингової діяльності. *Міжнародна економічна політика*. 2011. С.5-32.
36. Старостіна А., Кравченко В., Личова Г. Міжнародний імідж країни: практичні аспекти аналізу. *Маркетинг в Україні*. 2011. № 3. С.49-58.
37. Безверха І.А. Ключові інструменти комерційної дипломатії в рамках СОТ. *Формування ринкової економіки*. 2011. Вип. 26. Ч. 2. С. 14-24.
38. Комерційна дипломатія: торговельна політика і право: навч. посіб. / Л. Доусон та ін. Вид. 2-ге, допов. і перероб. Львів: Астролябія, 2006. 704 с.
39. Вергун В. А. Економічна дипломатія: навч. посіб. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2010. 303 с.
40. Нижник В. М. Економічна дипломатія та економічна безпека України: навч. посіб. Хмельницький: ХНУ, 2007. 299 с.
41. Циганкова Т.М., Євдоченко О.О. Активізація національної системи комерційної дипломатії. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації

економічного розвитку: моногр.: в 2 т. / Д.Лук'яненко та ін.; за заг. ред. Д.Лук'яненка, А.Поручника. – К.: КНЕУ, 2006. Т. 1. с.153-163.

42. Reuvers S., Ruel H. Research on Commercial Diplomacy: A Review and Implications. Commercial Diplomacy and International Business: A Conceptual and Empirical Exploration / ed. H. Ruël. Bingley: Emerald Group Publishing Limited, 2012. P.1-27.

43. Tsyhankova T., Bezverkha I. Transformation of Ukraine's Commercial Diplomacy: Reshaping the Model. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2017. Vol. 3, No. 4. pp. 280-288.

44. Rana, K. Serving The Private Sector: India's Experience In Context. The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiation in International Economic Relations / ed. Bayne N., Woolcock S. 1st ed. Farnham: Ashgate Publishing, Ltd., 2011. 451 p.

45. Anholt, Simon (2011) «Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations,» Exchange: *The Journal of Public Diplomacy*: Vol. 2: Iss. 1 , Article 1. Available at: <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1>

46. Brand Finance National Brands 2020. BRAND VALUE REPORT. 2021. <https://brandirectory.com/rankings/nation-brands/>

47. Шаров О. М. Економічна дипломатія: основи, проблеми та перспективи: монографія. Національний інститут стратегічних досліджень. Київ : НІСД, 2019. – 560 с.

48. Державна політика у сфері національного брендингу. Режим доступу: <http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2020/07/Держ-політика-у-сфері-нац-брендингу.pdf>

References:

1. Antonjuk A. Mižnarodna konkurentospromožnist' krajín: teorija ta mexanizm realizaciji: monohrafija. K.: KNEU. 2004. 269 s. [in Ukrainian]

2. Luk'janenka D. Stratehiji ekonomičnoho rozvytku v umovax hlobalizaciji: monohrafija. K.: KNEU. 2001. 538 s. [in Ukrainian]

3. Stoljarčuk Ja. Hlobal'ni asymetriji ekonomičnoho rozvytku: monohrafija. K.: KNEU. 2009. 302 s. [in Ukrainian]

4. Švydanenka O. Hlobal'na konkurentospromožnist': teoretyčni ta prykladni aspekty: Monohrafija. K.: KNEU. 2007. 312 s. [in Ukrainian]

5. Hruščyns'ka N. M. Ekonomična dyplomacija v sučasnyx heoekonomičnyx procesax formuvannja svitovoho porjadku. Akademičnyj ohljad. 2014. # 2. S. 110-116. Režym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ao_2014_2_16 [in Ukrainian]

6. Jönsson C. Hall M. Essence of Diplomacy. Berlin: Springer, 2005. 207 p. [in English]

7. Kostecki M., Naray O. Commercial diplomacy and international business. Discussion Papers in Diplomacy. Netherlands Institute of International Relations-Clingendaell, April 2007, 42 p. [in English]

8. Curzon G. Multilateral Commercial Diplomacy, London: Michael Joseph, 1965. 367 p. [in English]

9. Corbet H. Global Challenge to Commercial Diplomacy. Pacific Community, Tokio, 1971. [in English]

10. Mercier A. Commercial Diplomacy in Advanced Industrial States: Canada, the U.K., and the US. Discussion Papers in Diplomacy. Netherlands Institute of International Relations Clingendael. September 2007. 51 p. [in English]

11. Economic Diplomacy: Economic and Political Perspectives / ed. by P. A. G. vonBergeijk, M. Okano-Heijmans J. Melissen – Leiden: Martinus Hijhoff Publishers, 2011. 229 p. [in English]
12. Okano-Heijmans M. Conceptualizing Economic Diplomacy: the Crossroads of International Relations, Economics, IPE and Diplomatic Studies. *The Hague Journal of Diplomacy*. 2011. Vol. 6, No. 1-2. P. 7-36. [in English]
13. Woolcock S. EU Economic Diplomacy: The Factors Shaping Common Action». *Economic Diplomacy: Economic and Political Perspectives* / eds. P. A.G. Van Bergeijk, M. Okano-Heijmans and J. Melissen. The Hague: Martinus Nijhoff, 2011. P.83-99. [in English]
14. Potter E. Branding Canada: The renaissance of Canada's commercial diplomacy. *International Studies Perspective*. 2004. 5(1). P. 55-60. [in English]
15. Rana K. Bilateral Diplomacy. Delhi: Manas Publications, 2002. 283 p. [in English]
16. Tatarenko N. O. Ekonomična dyplomacija: svitovyj dosvid ta ukrajins'ki zdobutky (polityko-ekonomičnyj aspekt). *Naukovyj visnyk Dyplomatyčnoji akademiji Ukrajiny*. 2015. Vyp. 22(2). S. 4-9. Režym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdau_2015_22%282%29__3 [in Ukrainian]
17. Flissak K. A. Ekonomična dyplomacija u systemi zabezpečennja nacional'nyx interesiv Ukrajiny. Ternopil': Novyj kolir, 2016. 812 s. [in Ukrainian]
18. Schooler, Robert D. (1965), «Product Bias in Central American Common Market,» *Journal of Marketing Research*, 2 (November), 394-7. [in English]
19. Schooler, Robert D. (1971), «Bias Phenomena Attendant to the Marketing of Foreign Goods in the U.S.» *Journal of International Business Studies*, (Spring), 71-80. [in English]
20. Reiersen, Curtis (1967), «Attitude Changes Toward Foreign Products», *Journal of Marketing Research*, (November), 385-7. [in English]
21. Nagashima, Akira (1970), «A Comparison of U.S. and Japanese Attitudes Toward Foreign Products» *Journal of Marketing*, 34 (January), 68-74. [in English]
22. Simon Anholt. Competitive Identity, the Good Country Equation, and Place Branding 2.0. <https://placebrandobserver.com/simon-anholt-interview/> [in English]
23. Aronczyk, M. (2013). Branding the Nation – The Global Business of National Identity. New York: Oxford University Press. [in English]
24. Fan, Y. (2006). Nation branding: what is being branded. *Journal of Vacation Marketing*, 1. (Vol. 12), 5-1. [in English]
25. Papadopoulos, N. & Heslop, L.A. (2002). Country equity and country branding: problems and prospects. *Journal of Brand Management*, 4/5. (Vol. 9), 294-314. [in English]
26. Kotler, P. & Gertner, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: A placemarketing and brand management perspective. *Journal of Brand Management*, 4/5. (Vol. 9), 249-261. [in English]
27. Amosov O. Ju., Didenko N. V., Lebjedjeva K. Ju. Brendynh jak osnovnyj instrument marketynhu v Ukrajinі. *Investyciji: praktyka ta dosvid*. 2015. # 12. S.10-12. [in Ukrainian]
28. Mel'nyk T., Varibrusova A. Nacional'ni brendy u hlobal'nij ekonomici: komparatyvnyj analiz. *Zovnišnja torhivlja: ekonomika, finansy, pravo*. 2018. # 5. S.32-54. [in Ukrainian]
29. Myljan R.Ju. Brendynh krajiny v mežax masovyx zaxodiv jak naprjam posylennja konkurentospromožnosti ekonomiky. *Ekonomika i rehion. PoltNTU*. 2015. #1 (50). S.50- 54. [in Ukrainian]
30. Poručnyk A. M. Nacional'ni interesy i hlobal'ni cili. *Mižnarodna ekonomična polityka*. 2012. Spec. vyp.: u 2 č. Č. 1. S. 11-22. [in Ukrainian]

31. Štel'mašenko A. D. Brend deržavy: sutnist' ta osoblyvosti formuvannja. *Nauk. visn. Akademiji muncypal'noho upravlinnja*. 2013. Vyp. 2. S. 348-356. Serija: Upravlinnja. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvamu_upravl_2013_2_4. [in Ukrainian]
32. Jaffe, Eugene D. National Image and Competitive Advantage – The Theory and Practice of Coun-try-of-Origin Effect / Jaffe, Eugene D. Nebenzahl, Israel D. Copenhagen Business School Press, 2001. Handelshøjskolens Forlag. 186 p. [in English]
33. Jain Subhash C. Handbook of research in international marketing. Elgar Original Reference Series / Jain Subhash C. Edward Elgar Publishing, 2003. 500 p. [in English]
34. Kahle Lynn R. Creating images and the psychology of marketing communication. Advertising and consumer psychology / Kahle Lynn R., Kim Chung-hyun. Routledge, 2006. 405 p. [in English]
35. Cyhankova T., Zavhorodnja T. Hlobal'nyj brend krajiny u sučasnyx tehnolohijax torhovel'no-marketynhovoji dijal'nosti. *Mižnarodna ekonomična polityka*. 2011. S.5-32. [in Ukrainian]
36. Starostina A., Kravčenko V., Lyčova H. Mižnarodnyj imidž krajiny: praktyčni aspekty analizu. *Marketynh v Ukrajinі*. 2011. # 3. S.49-58. [in Ukrainian]
37. Bezverxa I.A. Ključovi instrumenty komercijnoji dyplomaciji v ramkax SOT. *Formuvannja rynkovoji ekonomiky*. 2011. Vyp. 26. Č. 2. S. 14-24. [in Ukrainian]
38. Komercijna dyplomacija: torhovel'na polityka i pravo: navč. posib. / L. Douson ta in. Vyd. 2-he, dopov. i pererob. L'viv: Astroljabija, 2006. 704 s. [in Ukrainian]
39. Verhun V. A. Ekonomična dyplomacija: navč. posib. Kyjiv: VPC «Kyjivs'kyj universytet», 2010. 303 s. [in Ukrainian]
40. Nyžnyk V. M. Ekonomična dyplomacija ta ekonomična bezpeka *Ukrajiny: navč. posib. Xmel'nyc'kyj*: XNU, 2007. 299 s. [in Ukrainian]
41. Cyhankova T.M., Jevdočenko O.O. Aktyvizacija nacional'noji systemy komercijnoji dyplomaciji. Upravlinnja mižnarodnoju konkurentospromožnistju v umovax hlobalizaciji ekonomičnoho rozvytku: monohr.: v 2 t. / D.Lukjanenko ta in.; za zah. red. D.Lukjanenka, A.Poručnyka. – K.: KNEU, 2006. T. 1. s.153-163. [in Ukrainian]
42. Reuvers S., Ruel H. Research on Commercial Diplomacy: A Review and Implications. Commercial Diplomacy and International Business: A Conceptual and Empirical Exploration / ed. H. Ruël. Bingley: Emerald Group Publishing Limited, 2012. P.1-27. [in English]
43. Tsyhankova T., Bezverkha I. Transformation of Ukraine's Commercial Diplomacy: Reshaping the Model. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2017. Vol. 3, No. 4. pp. 280-288. [in English]
44. Rana, K. Serving The Private Sector: India's Experience In Context. The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiation in International Economic Relations / ed. Bayne N., Woolcock S. 1st ed. Farnham: Ashgate Publishing, Ltd., 2011. 451 p. [in English]
45. Anholt, Simon (2011) «Beyond the Nation Brand:The Role of Image and Identity in International Relations,» Exchange: The Journal of Public Diplomacy: Vol. 2: Iss. 1 , Article 1. Available at: <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1> [in English]
46. Brand Finance National Brands 2020. BRAND VALUE REPORT. 2021. <https://brandirectory.com/rankings/nation-brands/> [in English]
47. Šarov O. M. Ekonomična dyplomacija: osnovy, problemy ta perspektyvy: monohrafija. Nacional'nyj instytut stratehičnyx doslidžen'. Kyjiv : NISD, 2019. – 560 s. [in Ukrainian]

48. Deržavna polityka u sferi nacional'noho brendynhu. Režym dostupu: <http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2020/07/Держ-політика-у-сфері-нац-брендингу.pdf> [in Ukrainian]

**ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І
ПОЛІТИКА**

УДК: 331.101

DOI:10.32680/2409-9260-2020-3-4-276-277-31-40

**MOTIVATION AND INTEGRATION OF EMPLOYEES - A PREREQUISITE FOR
INCREASING WORK PERFORMANCE****Hvizdova Eva**, PhDr. Ing, College of International Business ISM Slovakia in Prešov,

e-mail: hvizdova@ismpo.sk

ORCID ID 0000-0002-1348-2278

Tatiana Minx, Dr. med. Dipl.-Psych., MBA, Asklepios Clinic Teupitz

e-mail: tatjanaminx@web.de

ORCID ID 0000-0002-4167-5683

Abstract. *If the organization wants to have loyal employees performing the required performance, it is necessary that the motivation and integration of employees in the company is given increased attention. It is necessary to identify areas causing problems in the workplace, improve internal communication, identify motivational factors applicable in the workplace and increase employee involvement in decision-making processes. The paper examines the factors that should have the greatest impact on work performance, motivation, feedback and job satisfaction. The research part was focused on verifying the established hypotheses. The research brought interesting results, significantly better performance is given by employees who receive feedback and are fully integrated into the work team and the organization for which they work.*

Keywords: *employee motivation, integration, work performance, motivation theories, marketing research*

JEL Classification: *E 24, J 24*

**МОТИВАЦІЯ І ІНТЕГРАЦІЯ ПРАЦІВНИКІВ – ПЕРЕДУМОВА
ПІДВИЩЕННЯ РОБОЧОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ****Хвіздова Єва**, доктор філософії Інж., MBA; Коледж міжнародного бізнесу в Прешові,

e-mail: hvizdova@ismpo.sk

ORCID ID 0000-0002-1348-2278

Тетяна Мінкс, доктор мед. дипл. псих, MBA; Клініка Асклепіоса Теупіц

e-mail: tatjanaminx@web.de

ORCID ID 0000-0002-4167-568

Анотація. *Якщо організація хоче мати лояльних працівників, які виконують необхідні показники, необхідно, щоб мотивація та інтеграція працівників у компанії приділялась підвищеній увазі. Необхідно визначити сфери, що викликають проблеми на робочому місці, поліпшити внутрішнє спілкування, визначити мотиваційні фактори, застосовні на робочому місці, та збільшити залучення працівників до процесів прийняття рішень. У статті розглядаються фактори, які повинні мати найбільший вплив на результати роботи, мотивацію, зворотній зв'язок та задоволеність роботою. Дослідницька частина була зосереджена на перевірці встановлених гіпотез. Дослідження принесло цікаві результати, значно кращі результати роботи дають працівники, які отримують відгуки та повністю інтегровані в робочий колектив та організацію, в якій вони працюють.*

Ключові слова: *мотивація співробітників, інтеграція, результати роботи, теорії мотивації, маркетингові дослідження*

Introduction. Motivation is a psychological process that activates human behavior and gives it purpose and direction. It is an inner driving force, a will to achieve something. Motivation can also be understood as a stimulus that helps to create motivation in another person. Work motivation focuses on the performance of work, on the specific required work behavior, on

behavior that corresponds to the needs of the workplace and the goals of the organization. We can characterize social involvement as the active involvement of a person in work tasks, his emotional and physical setting towards creating a favourable working climate. Based on the interview, each manager tries to find the best and most qualified employees for the given position. Experience confirms that even the best professionals in a certain position reduce their work performance over time and their motivation to work also decreases. One of the possible factors influencing this situation is insufficient motivation on the part of the organization or insufficient motivation from the direct superior and underestimation of social involvement of employees by employers. Everyone is motivated by something different. This diversity is even more pronounced in the field of work, where there is a more significant difference in motivation and in the relationship between motivation and individual performance.

1 Motivation as a basic determinant of work performance. Several theories of motivation have been proposed to examine the factors that contribute to the motivation of employees in organizations. These theories are important because they provide explanations and reasons why employees are motivated. Properly applied motivation has resulted in better motivated employees, which can ultimately lead to increased work productivity in the organization (McCullagh, 2005). Shah and Shah (2010) consider motivation to be a general term that can be applied to a whole host of needs and desires and have defined it as inspiring people to work; individually or in groups in such a way as to obtain the best results. Managers motivate subordinates in such a way as to achieve the desired goal. Roth (2006) perceives motivation as an incentive in human behavior or as relatively constant personality traits, which in interaction with the situation determine current motivation, emphasize perception of the situation and influence motivation for possible activities and their desired outcomes (motives as a source of affected change), (Rheinberg, Vollmeyer, 2019). According to Furnham and MacRae (2017), motivation is the difference between activity and inactivity, thinking about work and its execution, the difference between average work performance and excellent work performance. According to Comelli (2014), the whole economy is based on human activities, while motivation is crucial for human activity. Rheinberg (2019) expresses motivation by the equation $V = f(P, U)$. He talks about motivation as a function of a person (P) and environment (U). Neither impulses, individual habits but situational stimuli, limitations, temptations can satisfactorily explain behavior. We must always consider both groups of factors at the same time. Comelli (2014) takes a similar view and says that these are coexisting factors of motivation - the driving force in a person and the stimulating force from the outside. We often come across the terms premotivation and demotivation. Both conditions have an adverse effect on the work process and are undesirable. Premotivation is a state of too increased activation of physiological systems, which makes it impossible to deliver normal work performance, either qualitatively or quantitatively. According to Comelli (2014), this is too much zeal and stubbornness, which is not the right approach to work performance. The mobilization of the employee's valuable internal energies is blocked; it becomes inflexible and stubborn. In addition, its perception in a given state is significantly limited. The opposite phenomenon is demotivation. Demotivation is the opposite of motivation, so the individual has no driving force to do the job. Both conditions interfere with the working atmosphere. A good manager knows these conditions, quickly recognizes them and creates a joint plan with the employee on how to improve the undesirable condition. There are several motivational theories, one of the basic theories being Maslow's theory of needs. He talks about five groups of motivation, which are hierarchically divided. First, the basic needs at the lower levels must be met, and only then can those at the higher levels of the hierarchy be met. Degrees from the lowest to the highest are physiological needs,

security motives, social motives, self motives, and the highest motives for self-realization. The first 4 stages, the motives are deficient, that is, if they are fulfilled, the individual does not feel another need to fulfill the motive. However, this does not apply to self-realization, which is the only motive growing, which means that even after fulfillment, the need for further growth remains. In other words, this need is never met (Rosenstiehl in Roth 2006). As an opponent to Maslow, we consider Adlerfer and his ERG theory, where he divided the needs into 3 groups and left the transition between the individual groups blurred. He also arranged them hierarchically, but according to him also the needs stored higher can be motivating for the individual, even if the needs in the lower stored groups are not met. He also says that two needs from hierarchically different groups can motivate the individual in the same way. Another theory is the two-factor theory from Herzberg, which divides basic needs into motivational and hygienic. Motivational needs are recognition, responsibility and success and only those according to the theory create a feeling of satisfaction in the employee. Hygienic needs such as salary, quality of management and the like do not in themselves create this feeling. However, when they are not fulfilled, it leads to demotivation and dissatisfaction (Roth 2006). Another theory of motivation addresses the confrontation of the individual with claims to himself.

According to Rheinberg (2019), only those who focus on self-assessment of their own abilities in confrontation with the demands that must be achieved or exceeded are motivated to perform. It is an individual who wants to know what he can do in the field of tasks and what he can no longer do, so he always makes an extraordinary effort. It is important not to confuse performance motivation with concepts such as diligence, zeal or enthusiasm for work. It is also a mistake to assume that every effort of an employee is performance motivated. More often, employees are entitled to other benefits, such as salary increase, better conditions, etc. An employee who has a given motivation applies it in all circumstances, i.e. even after obtaining certain benefits. He needs to constantly improve and test his boundaries (Rheinberg 2019). This motif has its roots in young children and is influenced by the upbringing of the mother at a given stage of development. This is the stage of the child's first independent activities, which is determined by the mother according to his age. More important than assigning an activity to a child who already enjoys the activity itself is the mother's response to that activity. The mother has the result of the activity, i.e. the effort of the child to see and respond appropriately, i.e. to express appreciation and praise. For the first time, the child meets in response to his activity, thus recognition for effort (Heckhausen, Roelofsen in Rheinberg 2019). Bolte (2015) describes Atkinson's mathematically expressed performance motivation. He called his model a risk choice model. This model includes two tendencies. The first is the tendency to aspire to success. This tendency is related to the motive for success, the subjective probability of success as well as the incentive to succeed. He sees the second tendency as a tendency to prevent failure. This tendency is then expressed by the motive for failure, the subjective probability of failure, and the negative incentive to fail. Performance motivation is then understood as activation through the opposition of feelings related to performance, i.e. pride and shame. The likelihood of success or failure is directly related to the complexity of the task. The incentive to succeed increases with decreasing probability. The harder the task, the more pride comes there in overcoming it. Conversely, a negative incentive to fail is an inverse function of the probability of success. The shame in failure is the greater the easier the task (Bolte, 2015). In practice, this makes it possible to distinguish patterns of employee behavior in different situations. Employees who tend to strive for success choose the most common medium-difficult tasks. These employees want to perform so that they can experience the feeling of success themselves. The situation is different for employees who tend to avoid failure, i.e. to fail. These employees choose

very easy and affiliation, that is considered by employees to be kind and friendly, but at the same time often too soft and unmotivating. The motif of the affiliation expresses the need for friendship, cooperation, the joy of working together. People with this type of motivation have very developed characteristics such as empathy or confidence.

According to Furnham (2017), motivation can be easily measured, as employees like to talk about their commitment to work. Just because it is measurable does not mean it is easy. There is no one reliable test. There are several tests, it is much more important for which employee to use the right one. Rheinberg (2019) proposed a general scheme, and on the basis of the elaboration of the questions in it, it is possible to determine whether there is a deficit of motivation in the given case. Frequently applied methods include questionnaires and direct interviews with employees. It is important to determine the state of demotivation in employees as soon as possible and to take steps to re-energize the employee. Motivation is closely related to management. We know management through structures and through people. Among the first so-called indirect management we include management with the help of standards, regulations, plans, bonus systems, etc. The second is the so-called direct management or face-to-face management through interviews, meetings and the like. Comelli (2014) describes management as the redirection of work that one person, in this case a manager, cannot do to others, i.e. employees. According to him, a good manager knows that he needs his employees mainly to fulfill his goals, and therefore he does not consider them as servants, but as co-workers. And he is looking for ways to motivate them perfectly. It has long been the case that the only motivation is salary. The author Page (2008) states that motivation is defined as a process that corresponds to the intensity, direction of the individual and continuous effort to achieve a goal. The manager directs subordinates to achieve the results required or outlined by the organization and is also responsible for the relationship between motivation, skills and employee performance. Employees want to be motivated by praise, recognition but also some form of protection by management. If managers do not do so, they run the risk of employees firing them, failing to perform well, even opposing the manager, or resigning internally. The last phenomenon of internal termination greatly threatens the further operation of the company. The employee decided not to leave the company for sure. He enjoys the benefits of work, such as salary, colleagues, good food over lunch break. However, his work performance is declining, he is no longer actively interested in what is happening in the company, he often talks about it as if he no longer belonged there (they, those who decided ...), he often uses irony. Such an employee also significantly disrupts the working atmosphere, so he must be recognized and a plan for the acquisition of a manager should be developed through a mutual interview with his superior.

The basis of the interview is mutual trust and the ability of the opponent to see the problem. Among the so-called the cover-up maneuver of internal dismissal, we include active complaint, but at the same time no activity on the part of the employee. The employee gives the impression that he is interested in what is happening, that he is engaged and suffering. He is often revealed that he is unable to take any action against everything that bothers him. This is the so-called fixed dissatisfaction. Comelli (2014) gives a provocative comparison between machines at work and humans. As the technique is expensive, we all treat it with gloves, or let it be examined by experts once in a while as a precaution. We leave open the question of what we do with people and how much one person costs. It is important for managers to be able to motivate their employees at work or to be able to create an environment in the company in which people motivate themselves. If the leader works with enthusiasm and is optimistic about solving problems, in our opinion he is an attractive example of work motivation for subordinates. The working atmosphere full of positive energy and desire to work and the optimistic approach of the manager is transmitted to people in a

positive light and subordinates come to work motivated.

In her article, Jane F. Maley (2018) examines the common link between the development of employee skills and the financial economy in times of economic turbulence by developing the argument that skills are strategic options that provide platforms for exploring opportunities. Investing in employee skills allows companies to adapt and change and have irreversible quality, and it is this irreversibility that defines the value of skills as a strategic option. The author illustrates these ideas for assessing competencies as strategic options in her paper through a formal descriptive model that has the potential to empower the organization to achieve both short-term and long-term strategic fiscal goals within the financial constraints of austerity measures. Importantly, the model is important for building, integrating, or reconfiguring functional capabilities. Kogut and Kulatilaka (2001) state that the principles of the theory of real possibilities mean that companies should proactively develop the skills of employees thus they can react when changes occur. In this sense, capabilities can be seen as options, as they reduce the cost of adjustments in the event of changes, preserve value and create flexibility in decision-making and operation. Dynamic capabilities play an important role in organizations. The dynamic abilities of organizations are intensely influenced by the educational abilities of their employees and vice versa (Ambrosini & Bowman, 2009). The philosophy of dynamic skills helps to explain why companies have a constant demand for versatile and flexible skills of employees. Through dynamic skills, managers change the base of their resources to create new value creation strategies (Eisenhardt & Martin, 2000).

According to Hennessey (2015), the intrinsic motivation is the motivation to do something for oneself so that man can enjoy a task. On the other hand, external motivation is the motivation to do something to achieve an external goal or to meet an externally imposed restriction. Feelings of self-determination, control and satisfaction have long been associated with an internally motivated state. Environmental constraints, such as deadlines, expected rewards or upcoming assessments can weaken the sense of self-determination and create an external orientation. In certain circumstances, certain forms of reward can improve intrinsic motivation through a process of motivational synergy. Internal motivation is associated with creativity of success, longer learning and perseverance.

2 Methods of work and methodology of paper processing. The marketing survey was conducted in the form of questionnaire, which was then evaluated and consisted of 13 questions. The survey was attended by 52 respondents, 37 women and 15 men. The survey was conducted from April to May 2020 online using EasyFeedback. The questionnaire was processed using statistical software SPSS 25.0, where a cross table with Chi-Quadrant was used. 6 hypotheses were established. Employees were asked various questions regarding their motivation, goals and desires in the workplace. In addition, topics such as feedback, impact on work performance and communication were addressed. The aim of the study was to identify the factors that could have the greatest impact on work performance and employee satisfaction. Gender and age differences were examined, as well as distribution differences between employees with / without regular feedback and perceived valuation. Data were examined using SPSS 25.0 statistical software, a chi-square cross-tabular test. The assumption was nominal or sequential scaling of items. One issue was graded and was not taken into account in this method. The frequencies were found to change for only two questions (square (1, n = 52) = 0.308, p = 0.579); (square (1, n = 52)) = 1.923, p = 0.166)] did not differ significantly. All other items considered could show significant differences in frequency. In order to take a closer look at the frequency distribution, the items were compared in crosstabs. In particular, group differences related to age, gender, feedback and appreciation and their impact on the assessment of work motivation and needs, impacts on work performance and integration into society / team were taken into account. Employees without feedback or appreciation

can be expected to rate their work motivation significantly worse than employees with feedback or appreciation in the workplace.

3 Survey results. Hypothesis A: "Gender Hypothesis"

There are significant ($p = <0.05$) gender differences in the evaluation of work motivation. 37 women and 15 men were interviewed. The chi-square test cross-table was not able to identify any significant gender differences for any of the questions or subject areas. Even with a closer look at work motivation, it was not possible to determine any differences in distribution (chi-square (1, $n = 52$) = 1,949, $p = 0.60$). Hypothesis A must therefore be rejected. There are no gender differences in the evaluation of work motivation.

Hypothesis B: "Age hypothesis"

There are significant ($p = <0.05$) age differences in the evaluation of work motivation.

Age was divided into 4 groups in order (18-30, 31-40, 41-50, 51-65). Using a crosstab with a chi-square test, significant differences in the evaluation of different items can be identified. However, no age differences could be found when considering work motivation (square (1, $n = 52$) = 2,308, $p = 0.511$). Hypothesis B must therefore be rejected as it was not possible to determine age differences.

Hypothesis C: "Feedback Hypothesis"

Employees with feedback evaluate their work motivation significantly better than employees without feedback ($p = <0.05$).

A nominal survey was conducted to find out whether employees received feedback or not. The employees were grouped on the basis of their statements and considered the appropriate motivation to work. It was found that employees with feedback rated their work motivation significantly better than employees without feedback (Chi-Quadrat (1, $n = 52$) = 4,713, $p = 0.30$). Almost 90 percent of respondents with feedback went to work motivatedly. In contrast, almost 40 percent of people without feedback went to work without motivation. Therefore, hypothesis C can be assumed. In addition, other interesting, significant frequency distributions could appear. More than 90 percent of employees who also receive feedback also receive "well-formulated work orders". On the other hand, employees without feedback receive only barely 50 percent (square (1, $n = 52$) = 9.137, $p = 0.003$).

Hypothesis C-1: "Feedback on the working climate"

Employees with feedback rate their work atmosphere significantly better than employees without feedback ($p = <0.05$).

In addition to work motivation, the work atmosphere also took into account the feedback factor. It can be assumed that receiving feedback has an effect on the working atmosphere. For this purpose, differences in average values were examined using a one-way analysis of variance when evaluating the working atmosphere. No significant difference in mean values can be determined ($F(1.50) = 2\,848$, $p = 0.988$). Only less than half of the people without feedback ($M = 2.61$, $SD = 0.786$) stated that the working atmosphere was "good" or better. On the contrary, with feedback it is 80 percent of respondents. However, hypothesis C-1 did not see any significant difference, and therefore this hypothesis must be rejected.

Hypothesis D: "Value Hypothesis"

Employees who feel rewarded evaluate their work motivation significantly better ($p = <0.05$).

After examining the effects and differences in the distribution of feedback, we now come to a "sense of appreciation" (question 4). It can be assumed that employees who feel rewarded show

increased motivation to work. In terms of the crosstab, including the chi-square test, significant differences were found (chi-square (1, $n = 52$) = 4.223, $p = 0.50$). 80% of respondents were also motivated. In contrast, only 50 percent of employees without awards.

In addition, the valuation was assessed together with the "participation in the company". There were found to be significant differences (chi-square (1, $n = 52$) = 7.764, $p = 0.007$). 75 percent of people without appreciation did not feel involved in company. In contrast, only 30 percent of people with awards.

In addition, the working atmosphere was assessed along with the perceived valuation based on a one-way analysis of variance. Significant differences in mean values were found ($F(1, 50) = 7.203$, $p = 0.004$). Employees who also feel valuable in the workplace also rated the work atmosphere significantly better.

Hypothesis E: "Transformational hypothesis"

Employees who feel involved in the company evaluate their work motivation significantly better ($p = <0.05$).

The hypothesis examined the impact of inclusion in company on work motivation. No significant difference was found (square chi (1, $n = 52$) = 2.235, $p = 0.120$). This hypothesis must therefore be rejected.

However, a significant difference in observation could be determined along with the feedback (square chi (1, $n = 52$) = 4.382, $p = 0.34$). Employees who do not feel involved in the company also receive significantly lower feedback (71 percent).

Hypothesis F: "Wage hypothesis"

Employees who feel involved in the company rate cash rewards as less attractive ($p = <0.05$).

The wage hypothesis considers differences in integration into society in terms of monetary desires or needs. These include items 7, 8 and 9. No significant differences could be identified. Neither for item number 7 (square (1, $n = 52$) = 2.780, $p = 0.595$), item 8 (square (1, $n = 52$) = 0.644, $p = 0.993$), nor item 9 (Chi-square (1, $n = 52$) = 4.246, $p = 0.515$) the effects of social inclusion on monetary desires or needs can be determined. Overall, it can be stated that cash receivables were in the forefront. Respondents only answered question 8 that wages did not mainly concern work performance (11.5%). Above all, however, it is the most important thing (question no. 7; 30.8%) and the wage increase is what you want most (question no. 9; 36.5%).

Survey summary. The first and second hypotheses concerned the reference questions, namely whether it affects the motivation of gender or age. The established hypotheses were not confirmed and no significant differences were found among women and men, or among individual age groups. Another hypothesis was the relationship between feedback and employee motivation, which was confirmed. It turns out that employees who receive feedback come to work more motivated. The statistical program also revealed an unexpected interesting result, namely that employees who receive feedback also receive well-formulated work orders. The fourth hypothesis we set was the relationship between feedback and the working atmosphere. This hypothesis was not confirmed and no significant results were found to confirm this relationship. The fifth hypothesis says that rewarded employees have better motivation. The hypothesis was confirmed. Secondary statistically significant results were the relationship between employee appreciation and the feeling of being part of the company, as well as the relationship between employee appreciation and a good working atmosphere. Both of the above relationships have been confirmed. Another hypothesis we set was the so-called transformation hypothesis, i.e. that employees who feel part of the company are also more motivated. This hypothesis has not been confirmed. However, a secondary element

points to the relationship between the feeling of being part of a company and receiving feedback. Those who do not feel part of the business receive significantly less feedback. The last hypothesis is that for employees who feel part of the company, cash valuation is less attractive. This hypothesis has not been confirmed. Employees said that monetary evaluation did not change their performance at work, but for most respondents such evaluation is the most important at work and they wanted the salary increase the most.

The survey yielded many interesting results. Many hypotheses have been set so that they can also be applied in practice, for example in the development of managerial skills and knowledge in companies. The influence of feedback and appreciation of employees on their work motivation and work atmosphere are especially important. We could see significantly better evaluations of work motivation and work atmosphere for those employees who receive feedback or are appreciated. For practice, it is important to create systems and structures in which the feedback or evaluation of the employee for a well done job will be regularly incorporated into the work process. The survey also revealed the relationship among feedback, appreciation and the feeling of being part of the company. The feeling of being a part of the company forms the basis for internal motivation. These data can be helpful for business development.

Conclusion. Managers have a set of incentives through which they can effectively influence the behavior and actions of people and work teams to effectively develop and use their potential for responsible and quality work in relation to personal goals, but also in accordance with the goals and interests of the entire organization. Motivation should be "personalized" for each employee as much as possible, the organization and its managers should strive to find and be able to effectively use motivational tools that affect employee satisfaction and motivation.

The article is a solution of the project Analysis of business trends in a changing Europe IG-KEMM-01 / 2017-3.3.9.

References

1. Bolte, A., (2015). Leistungsmotivation. [online]. Dresden: Technische Universität. [2020-04-01]. Retrieved from: https://tudresden.de/mn/psychologie/ifap/allgpsy/ressourcen/dateien/lehre/lehreveranstaltungen/bolte_lehre/folder-2015-11-01-9784119465/VL05-Leistungsmotivation.pdf?lang=en
2. Comelli, G. et al., (2014). *Führung durch Motivation*, München: Verlag Franz Vahlen GmbH. 332 p.
3. Furnham A., Macrae, I., (2017). *Motivation and Performance*. Croydon: CPI Group (UK). 244 p.
4. Heathfield, S., (2019). Management matters most in Motivation. [online]. [2020- 03-20]. Retrieved from: <https://www.thebalancecareers.com/management-matters-most-inmotivation-1918774>
5. Hennesey, B., (2015). Extrinsic and Intrinsic Motivation. [online]. [2020-04-10]. Retrieved from: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/9781118785317.weom110098>.
6. Chowdhury, M. S., (2007). Enhancing motivation and work performance of the salespeople: the impact of supervisors' behavior. *African Journal of Business Management* 1 (9), 238-243.
7. Maley, J. F. (2019). Preserving employee capabilities in economic turbulence. *Human Resource Management Journal* 29, 147–161.
8. Keuchel, P., (2019). *Let's make HR simple*. Freiburg: Haufe-Lexware, 125 p.
9. Knust, M., (2008). *Machmotivation*. [online]. Hamburg. [2020-03-20]. Retrieved from: https://www.slideshare.net/Marcel_K/machmotivation-252485

10. Krumbiegel, N., (2015). Motivation von Mitarbeitern. Mittweida: Hochschule Mittweida. [2020-04-16]. Retrieved from: https://monami.hsmittweida.de/frontdoor/deliver/index/docId/5720/file/Bachelorarbeit_Nic_Krumbiegel_Motivation_von_Mitarbeitern.pdf
11. Kunz A., Pfaf P, D., (2002). Agency theory, performance evaluation and the hypothetical construct of intrinsic motivation. *Accounting, Organizations and society*, 27(3), 95-275.
12. McCullagh, P. (2005). *Sport and Exercise Psychology Lecture*. Cal State University East Bay. 10/27.
13. Osterloh, M., Frost, J., Frey, B.S. (2002). The dynamics of motivation in new organizational forms. *International Journal of the Economics of Business*, 9(1), 61-77.
14. Page, L. (2008). Do not show me the money? The growing popularity of non-monetary incentives in the workplace. Retrieved from: : <http://www.oppapers.com/essays/Non-moneatry-incentivesworkplaces/155356> (Accessed: August 2011).
15. Rheinberg F., Vollmeyer, R., (2019). *Motivation*. Stuttgart: W. Kohlhammer GmbH., 306 p.
16. Reio, G.T., Callahon, J.L. (2004). Affect, Curiosity, and Socialization-related Learning: A path analysis of antecedents to job performance. *Journal of Business and Psychology*, 19, 3-22.
17. Roth, A., (2006). *Motivation und Führung von Mitarbeitern*. Hamburg: Druck Diplomica GmbH., 86 p.
18. Shah, K., Shah, P.J. (2010). Motivation. Available online at: <http://scribd.com/doc/6564596/motivation> (Last access date: November 8th, 2010). (in English)

Література

1. Болте, А., (2015). Мотивація досягнень. Дрезден: Технічний університет. [2020-04-01]. URL: https://tudresden.de/mn/psychologie/ifap/allgpsy/ressourcen/dateien/lehre/lehreveranstaltungen/bolte_lehre/folder-2015-11-01-9784119465/VL05-Leistungsmotivation.pdf?lang=en
2. Цомелли, Г. et al., (2014). Екскурсія через мотивацію, Мюнхен: Верлаг Франз Вахлен ГмбХ. 332 с.
3. Фернем А., Макре, І., (2017). Мотивація та продуктивність. Кройдон: CPI Group (Великобританія). 244 с.
4. Хеатхфіелд, С., (ЕБ). Манагемент маттерс мост ин Мотиватион. [он-лайн]. [2020-03-20]. URL: <https://www.thebalancecareers.com/management-matters-most-in-motivation-1918774>
5. Хеннессі, Б. (2015). Зовнішня та внутрішня мотивація. [он-лайн]. [2020-04-10]. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/9781118785317.weom110098>.
6. Чоудхурі, М. С., (2007). Підвищення мотивації та результатів роботи продавців: вплив поведінки керівників. *Африканський журнал управління бізнесом* 1 (9), 238-243.
7. Малей, Дж. Ф. (2019). Збереження можливостей працівників в умовах економічної турбулентності. *Журнал управління людськими ресурсами* 29, 147–161.
8. Кеуцхел, П., (2019). Давайте спростимо HR. Фрайбург: Хауфе-Леяюаре, 125 с.
9. Кнуст, М., (2008). Мацхмотиватион. онлайн. Хамбург. [2020-03-20]. URL: https://www.slideshare.net/Marcel_K/machmotivation-252485
10. Крумбігель, Н., (Е). (2015). Мотивація працівників. Міттюд: Хоцхсхуле Миттюдєйда. [2020-04-16]. URL: https://monami.hsmittweida.de/frontdoor/deliver/index/docId/5720/file/Bachelorarbeit_Nic_Krumbiegel_Motivation_von_Mitarbeitern.pdf

11. Кунц А., Пфаф П, Д., (2002). Теорія агентства, оцінка ефективності та гіпотетична конструкція внутрішньої мотивації. *Бухгалтерський облік, організації та суспільство* 27(3), 95-275. [http://dx.doi.org/10.1016/S0361-3682\(01\)00031-9](http://dx.doi.org/10.1016/S0361-3682(01)00031-9).
12. Мак-Каллаг, П. (2005). Лекція з психології спорту та фізичних вправ. Східний затока університету Калу. 27.10. Фрей
13. Остерлох, М., Фрост, Дж., Фрей, Б.С. (2002). Динаміка мотивації в нових організаційних формах. *Міжнародний журнал економіки бізнесу* 9 (1), 61-77. <http://dx.doi.org/10.1080/13571510110102976>
14. Пейдж, Л. (2008). Не показуйте мені гроші? Зростаюча популярність негрошових стимулів на робочому місці. Доступно за адресою: <http://www.opppapers.com/essays/Non-moneatry-incentivesworkplaces/155356> (Accessed: August 2011).
15. Ргэинберг Ф., Воллмеьер, Р. (2019). Мотивація. Штутгарт: В. Коглгаммер ГмбГ., 306 с.
16. Рею, Г.Т., Цаллагон, Й.Л. (2004). Навчання, пов'язане з афектом, цікавістю та соціалізацією; Аналіз шляху попередніх процесів до виконання роботи. *Журнал бізнесу та психології* 19, 3-22. <http://dx.doi.org/10.1023/B:JOBU.0000040269.72795.ce>
17. Рот, А., (2006). Мотивація та керівництво працівниками. Гамбург: Друцк Дипломица ГмбГ., 86 с.
18. Шах, К., Шах, П. Дж. (2010). Мотивація. Доступно в Інтернеті за адресою: <http://scribd.com/doc/6564596/motivation>

АНАЛІЗ, АУДИТ, ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ

УДК 658.51

DOI:10.32680/2409-9260-2020-3-4-276-277-41-49

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО
ПРОЄКТУ ПІДПРИЄМСТВА

Пацарнюк О. В., аспірант кафедри аудиту, Київський національний економічний університет імені
Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна
e-mail patsarniuk.oleksii@gmail.com
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2475-3878>

Анотація. Метою статті є систематизація сучасних підходів до визначення сутності поняття «інноваційний проєкт» та обґрунтування етапів аналізу інноваційного проєкту підприємства залежно від стадій життєвого циклу проєкту. При написанні статті застосовано системний підхід, а також використані методи аналізу, синтезу, порівняльний аналіз та теоретичне узагальнення результатів. У результаті дослідження методичних аспектів аналізу ефективності інноваційного проєкту визначено, що інвестиційні можливості малих та середніх підприємств частіше за все дозволяють їм долучатися до впровадження інновацій на етапі їх комерціалізації та дифузії. Практична значимість дослідження полягає у можливості застосування запропонованого авторського підходу до визначення етапів аналізу інноваційного проєкту підприємства залежно від його життєвого циклу.

Ключові слова: інновація; інноваційний проєкт; інноваційна діяльність; аналіз; життєвий цикл проєкту; ефективність; методика; підприємство.

METHODOLOGICAL ASPECTS OF ANALYSIS OF EFFICIENCY OF THE
ENTERPRISE'S INNOVATIVE PROJECT

Patsarniuk O. V., PhD Student, Department of Audit, Kyiv National Economic University named after
Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine
e-mail patsarniuk.oleksii@gmail.com
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2475-3878>

Abstract. The purpose of the article is to systematize modern approaches to defining the essence of the concept of "innovation project" and substantiation of the analysis stages of the enterprise's innovation project depending on the stages of the project life cycle. The author applied a systematic approach, as well as used methods of analysis, synthesis, comparative analysis and theoretical generalization of results. In the process of research of methodical approaches to the analysis of innovative projects the characteristic of the innovative project was given. The classification of innovative projects, their life cycle, criteria for evaluating their effectiveness and the sequence of such evaluation were studied. The existing methods of evaluating the effectiveness of the innovation project were also analyzed, their difference from the evaluation of investment projects was revealed. It is determined that the quality of evaluation of an innovative project directly affects the formation of the effective enterprise's innovation strategy. The following factors should be taken into account when choosing a project for implementation: project cost; probability of technical success; market size; availability of resources, including human resources; the possibility of compliance with legal and regulatory requirements, in particular in the field of ecology and safety; social consequences, etc. It was determined that the investment opportunities of small and medium enterprises most often allow them to participate in the implementation of innovations at the stage of their commercialization and diffusion. The scientific novelty of the study is the author's approach to determining the stages of analysis of the innovative project of the enterprise depending on its life cycle. The practical importance of the study is the substantiated stages of analysis of the enterprise's innovative project considering the need to calculate optimistic, pessimistic and realistic scenarios of project implementation due to unpredictable shutdown of the project.

Keywords: *innovation; innovation project; innovation activity; analysis; project life cycle; efficiency; methodology; enterprise*

JEL Classification: D20; O20; O31

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Інноваційна діяльність підприємства відбувається шляхом реалізації окремих дій щодо створення, реалізації, комерціалізації та дифузії інновацій. Зазначені дії є цілеспрямованими та організовані у вигляді окремих інноваційних проєктів. Дослідження сутності, видів, структури інноваційних проєктів, а також аналізу їх ефективності є актуальними, особливо в сучасних умовах, коли економіка України потребує швидкого впровадження інноваційних технологій та продуктів для забезпечення подальшого розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням аналізу сутності, класифікації та структури інноваційних проєктів присвячені праці багатьох сучасних науковців, серед яких М. І. Диба і О. М. Юркевич [8], О. М. Лозовський та І. В. Іванцова [2], П. П. Микитюк [1], М. Є. Рогоза та К. Ю. Вергал [6], К. С. Савенко [7], Б. Г. Сенів [3], М. П. Чайковська [9], В. В. Шкіренко [10] та інші.

Дослідження наукових праць та нормативно-правових актів доводить, що існують достатньо ґрунтовні роботи щодо визначення інноваційних проєктів, їх класифікації та структури. Водночас залишаються малодослідженими підходи до визначення етапів аналізу інноваційних проєктів залежно від їх життєвого циклу, зокрема для підприємств малого та середнього бізнесу.

Мета статті полягає у систематизації сучасних підходів до визначення сутності поняття «інноваційний проєкт» та обґрунтуванні етапів аналізу інноваційного проєкту підприємства залежно від стадій життєвого циклу проєкту.

Виклад основного матеріалу. У теорії склалося декілька підходів щодо трактування інноваційного проєкту, основні з яких подано у табл. 1.

Згідно з офіційним тлумаченням інноваційного проєкту, що також відображено у Законі України «Про інноваційну діяльність», інноваційний проєкт розглядають як перелік (комплект, систему) документів, у яких відображається процес створення інновації [5]. Другий підхід пов'язують з розглядом інноваційного проєкту як процесу здійснення інновації. Третій підхід полягає у трактуванні інноваційного проєкту як системи конкретних цілеспрямованих дій (заходів), що є складовими інноваційного процесу [8, с. 60; 9, с. 147].

Для цілей нашого дослідження будемо розглядати інноваційний проєкт за третім підходом, тобто як сукупність завдань та заходів, спрямованих на досягнення мети – створення та реалізації інновації (продукту чи послуги). Відповідно аналіз інноваційного проєкту є важливою складовою аналізу інноваційної діяльності підприємства, а тому потребує дослідження теоретико-методичних та практичних аспектів.

Таблиця 1

Сутність поняття «інноваційний проєкт»

Автор	Сутність поняття «інноваційний проєкт»
Закон України «Про інноваційну діяльність» [5]	комплект документів, що визначає процедуру і комплекс усіх необхідних заходів (у тому числі інвестиційних) щодо створення і реалізації інноваційного продукту і (або) інноваційної продукції
Лозовський О. М., Іванцова І. В. [2,	поділ основних робіт проєкту (визначених під час опису змісту) на дрібніші, більш керовані з метою: удосконалення точності оцінок

с. 723]	вартості, часу та ресурсів; визначення основи для контролю виконання; удосконалення розподілу відповідальності
Микитюк П. П., Сенів Б. Г. [3, с. 164]	це система взаємопов'язаних цілей і програм їхнього досягнення, що являють собою комплекс науково-дослідних дослідно-конструкторських, виробничих, організаційних, фінансових, комерційних та інших заходів, відповідним чином організованих, оформлених комплектом проектної документації і забезпечуючих ефективне вирішення конкретного науково-технічного завдання (проблеми), вираженого в кількісних показниках і приводить до інновації
Савенко К. С. [7, с. 33]	сукупність документів, що визначають систему науково окреслених цілей і заходів щодо вирішення проблеми, організацію інноваційних процесів в просторі і в часі
Чайковська М. П. [9, с. 147]	складна система взаємообумовлених і взаємопов'язаних за ресурсами, термінами і виконавцями заходів, спрямованих на досягнення конкретних інноваційних цілей підприємства чи пріоритетних напрямків розвитку науки і техніки

Джерело: узагальнено автором за [2, 3, 5, 7, 9].

У наукових публікаціях дуже часто інноваційні проекти розглядають поряд з інвестиційними. У них дійсно багато спільного, зокрема в частині розрахунку фінансових показників, що характеризують проект, чи ресурсного забезпечення. Водночас інноваційні проекти мають більш високий ступінь невизначеності, оскільки дуже складно спрогнозувати реакцію ринку на появу нового продукту чи послуги. Високі ризики ускладнюють отримання фінансування та просування інновації на ринку. Також значну частину займає необхідність проведення НДДКР або придбання патенту чи ліцензії, якщо інноваційний проект належить до фази дифузії інновації. Однак головною відмінністю є те, що інноваційний проект неможливо зіставити з альтернативним проектом, як це відбувається у випадку прийняття рішень щодо інвестиційних проектів.

Від правильної оцінки інноваційного проекту залежить якість формування інноваційної стратегії підприємства. На підприємстві може одночасно реалізовуватися не один інноваційний проект, а декілька, що можуть складати портфель інноваційних проектів. У такому випадку підприємство несе додаткові ризики і внаслідок неправильно обраної стратегії реалізації інноваційних проектів може не лише понести збитки, а й збанкрутувати.

В науковій літературі багато уваги приділено етапам життєвого циклу інноваційного проекту (рис. 1).

На першому етапі відбувається розробка ідеї (концепції) реалізації проекту, тобто визначається зміст інновації, формулюється мета і завдання проекту, накопичуються дані, оцінюється спроможність підприємства реалізувати проект у майбутньому, визначаються основні вимоги. На нашу думку, корисним на цьому етапі буде проведення SWOT-аналізу з метою визначення сильних і слабких сторін, а також можливостей та загроз у зв'язку з реалізацією цього проекту.

На другому етапі має бути розроблений план дій, що включає рішення щодо ресурсів, виконавців проекту та комплексу відповідних завдань. Як зазначають О. М. Лозовський та І. В. Іванцова, на цьому етапі мають визначатися очікувані результати, критерії та стандарти якості, основні роботи, календарні плани щодо їх виконання, бюджети (кошториси) тощо. Також на цьому етапі мають відбутися торги, укладені контракти та субконтракти, а також отримані всі дозволи та схвалення на проведення подальших робіт [2, с. 724].

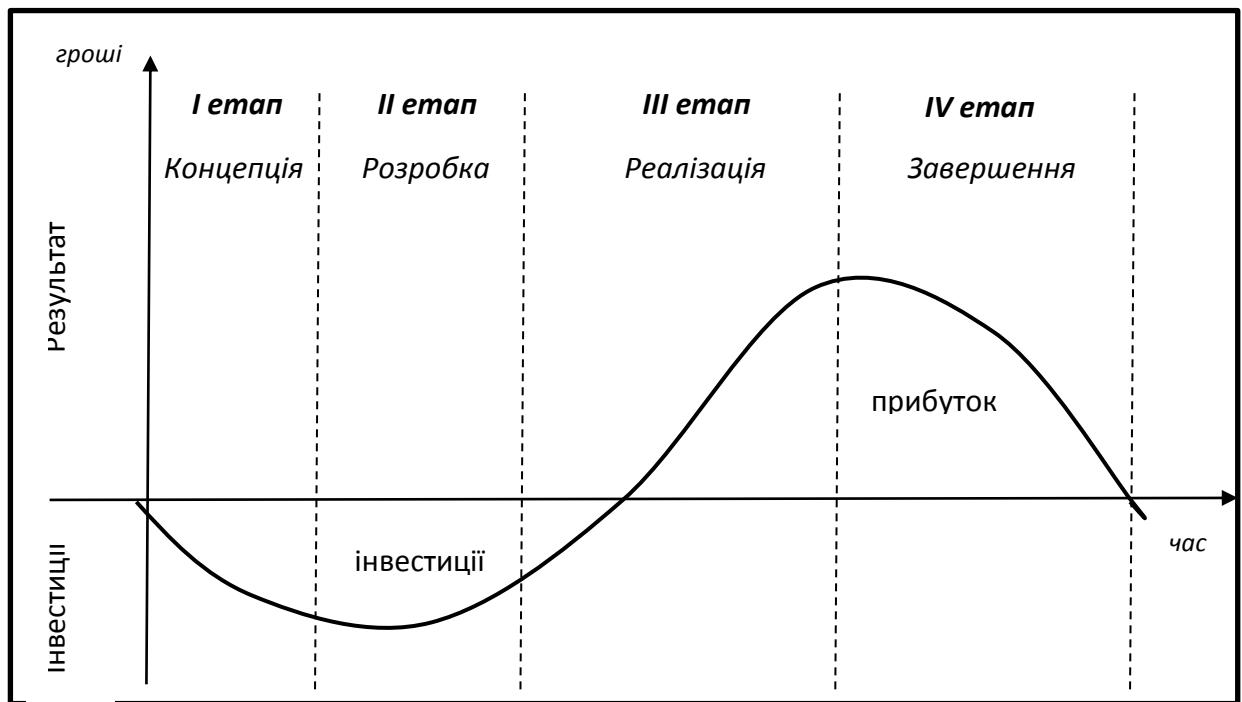


Рис. 1. Етапи життєвого циклу інноваційного проєкту

Джерело: складено автором за [2, с. 724].

На етапі реалізації інноваційного проєкта відбувається виконання основних робіт, що потребує відповідного управління проєктом, оперативного контролю дотримання графіку запланованих робіт та бюджетів, налагодження інформаційного забезпечення, та швидкого реагування на зміни у ресурсах, планах, кошторисах тощо.

На завершальному етапі відбувається закриття проєкту – оцінка досягнутого на відповідність визначені меті, закриття контрактів тощо.

Оскільки всі інноваційні проєкти є різними за обсягами робіт, часом виконання, наслідками та ризиками, то їх порівняння не завжди можливе та доцільне. Водночас має проводитися глибокий аналіз на всіх етапах реалізації проєкту з метою своєчасного виявлення відхилень та реагування на них.

При виборі проєкту для реалізації мають враховуватися такі фактори (чи критерії), як: вартість проєкту; вірогідність технічного успіху; розмір ринку та частка, яку можна охопити проєктом; доступність ресурсів, зокрема кадрових; можливість дотримання законодавчих та нормативних вимог, зокрема у сфері екології та безпеки; соціальні наслідки тощо.

Автори посібника з інноваційного розвитку підприємства пропонують оцінювати інноваційний проєкт за певними групами критеріїв, а саме: критерії, що враховують специфіку підприємства; ринкові (маркетингові) критерії; науково-технічні критерії; виробничі критерії; фінансово-економічні критерії; критерії стану інноваційного середовища [1, с. 130-131].

Якщо у підприємства є варіанти різних інноваційних проєктів, то вони порівнюються за виписаними критеріями. Для впровадження обирається кращий проєкт або проєкти. Узагальнена класифікація інноваційних проєктів, запропонована науковцями, включає такі ознаки:

- *за рівнем науково-технічної новизни проєктів* – модернізаційний (псевдоінновації), новаторський (поліпшуючі інновації), випереджальний (базисні інновації), піонерний (базисні інновації);
- *за рівнем масштабності виконуваних завдань* – монопроєкти, мультипроєкти, мегапроєкти;
- *за предметно-змістовою структурою та характером інноваційної діяльності* – дослідницькі, науково-технічні, пов'язані з модернізацією та оновленням виробничого апарату, проєкти системного оновлення підприємства;
- *за рівнем прийняття рішення* – міжнародні, державні (національні), регіональні, галузеві, окремого підприємства;
- *за характером мети проєкту* – кінцеві, проміжні;
- *за періодом реалізації проєкту* – довгострокові (більше 5 років), середньострокові (до 5 років), короткострокові (1-2 роки);
- *за типом інновації* – введення нового (радикального) чи вдосконаленого продукту, введення нового чи вдосконаленого методу виробництва, створення нового ринку, освоєння нового джерела постачання сировини чи напівфабрикатів, реорганізація структури управління;
- *за напрямом діяльності* – ініціативні наукові проєкти, проєкти розвитку матеріально-технічної бази наукових досліджень, проєкти створення інформаційних систем і баз даних, видавничі проєкти, проєкти організації експедиційних робіт та ін.;
- *за ступенем включення етапів інноваційного процесу в життєвий цикл інноваційного проєкту* – з повним циклом, з неповним циклом (I виду – наукові проєкти, пов'язані зі стадією науково-дослідних робіт та конструкторсько-технологічні проєкти; II виду – включають етап комерціалізації інновації: промислове використання інноваційного продукту, наприклад, шляхом придбання ліцензії у його власника);
- *за призначенням* – власні потреби підприємства, сумісне використання в цілях кооперації, продаж на ринку;
- відповідно до форми реалізації* – замовлення, вільний ринок, через посередника, франчайзинг [2, с. 724; 8, с. 69-70].

Виходячи з цієї класифікації, не кожне підприємство здатне впроваджувати всі види інноваційних проєктів. Масштабні проєкти потребують значної фінансової підтримки ще на стадії НДДКР. Саме такі проєкти має підтримувати держава. Для інноваційного розвитку на рівні країни такі проєкти є надзвичайно важливими.

Проте більшість невеликих інноваційних проєктів може бути впроваджена на рівні малих та середніх підприємств. Якщо для інноваційних проєктів для великих підприємств існує багато досліджень, які характеризують порядок відбору проєктів та їх реалізацію, то для малих та середніх підприємств реалізації інноваційних проєктів не приділяється достатньо уваги. Водночас саме малий та середній бізнес є рушійною силою економіки, тому потребує конкретних методик оцінки інноваційних проєктів у різних сферах.

М. П. Чайковська визначає такі етапи аналізу інноваційних проєктів:

1. Попередній аналіз інноваційної ідеї.
2. Ідентифікація проєкту – регіон, галузь, роль проєкту з урахуванням місцевих умов, масштаб проєкту, базове підприємство.
3. Проведення інституціонального аналізу – визначення зовнішніх умов, юридичних і адміністративних аспектів проєкту.

4. Аналіз технічної бази проекту – передбачений виробничий апарат, технологія, організація виробництва та зберігання продукції.

5. Проведення комерційного аналізу проекту – визначення співвідношення проекту і ринків продукції, реалістичність прогнозів збуту, достатність ресурсів.

6. Фінансовий аналіз – оцінка можливості одержання операційного прибутку, збалансованість грошових потоків, достатність коштів, можливість повернення вкладеного капіталу.

7. Соціальний аналіз – вплив проекту на працівників, задіяних в реалізації цього проекту, оцінка впливу проекту на екологію.

8. Економічний аналіз – виявлення цінності проекту для суспільства і країни, оцінка впливу проекту на соціально-економічну ситуацію.

9. Аналіз запропонованої інвестором системи управління проектом і можливостей досягнення поставлених у проекті цілей.

10. Формування комплексної оцінки проекту і рекомендацій інвестору щодо ухвалення рішення [9, с. 150].

На нашу думку, потрібно все ж таки відокремлювати аналіз екологічної складової від соціальної, оскільки такий аналіз при реалізації великих проектів може містити свою деталізацію. Також потрібно звернути увагу на затверджену наказом Міністерства освіти і науки України примірну структуру бізнес-плану інноваційного проекту [4]. Відповідний бізнес-план є обов'язковим документом, що подають на проведення державної експертизи інноваційних проектів у процесі їх реєстрації, за яку відповідає Міністерство освіти і науки України.

Бізнес-план містить повну характеристику інноваційного продукту та всі складові інноваційного проекту – потрібні ресурси, права, документи тощо. Документи передаються на експертизу, після проходження якої інноваційний проект може бути внесений до реєстру, що веде Міністерство освіти і науки України. Якщо проаналізувати вимоги до фінансово-економічної частини бізнес-плану інноваційного проекту, то можна побачити значну схожість деталізації проекту з інвестиційним. Зокрема, це стосується аналізу ринків збуту, характеристики конкурентного середовища, планів маркетингової та виробничої діяльності, прогнозу фінансових результатів, джерел інвестицій за проектом, кошторису витрат за проектом, розрахунку економічної ефективності проекту.

Слід зазначити, що методиці аналізу економічної ефективності інвестиційних проектів приділяється достатньо уваги у публікаціях сучасних науковців. Історія розвитку відповідних методів оцінки детально проаналізована у дисертації В. В. Шкіренко [10]. Автор визначила переваги і недоліки розрахунку окремих показників, які є складовими статичних та динамічних методів оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів. Наприклад, вона визначила некоректність та недоцільність застосування поширеного показника терміну окупності проекту при оцінюванні ефективності проектів із впровадження нових видів продукції, тобто інноваційних, враховуючи незіставність таких даних для різних проектів, що робить їх непорівнюваними. Також автор акцентує увагу на частому ототожненні понять «доходи», «прибуток», «грошові надходження», що впливає на коректність розрахунку показників, а також на подальшу зіставність інвестиційних проектів [10].

Погоджуємося з висновком В. В. Шкіренко, що не існує єдиного показника, на підставі якого можна було б повноцінно оцінити ефективність того чи іншого інвестиційного проекту, а тому інвестиційний аналіз має бути комплексним та включати не лише кількісні, але й якісні критерії. Водночас зазначимо, що за результатами інвестиційного аналізу

обирається кращий проєкт для інвестування з декількох можливих. Щодо інноваційного проєкту, то часто він не має альтернативи у вигляді іншого інноваційного проєкту. Отже, найбільш поширений варіант вибору – впроваджувати інновацію чи продовжувати випуск «звичайних» продуктів. Такий вибір є основною відмінністю в методиці оцінки ефективності інноваційного та інвестиційного проєктів та обумовлюватиме особливості аналізу інноваційного проєкту.

Як зазначалося вище, малий та середній бізнес також здатен нарощувати впровадження інновацій, хоча і не в такому масштабному варіанті, як великі промислові підприємства, технопарки чи бізнес-інкубатори. Враховуючи інвестиційні можливості малих та середніх підприємств, вони, зазвичай, долучаються до впровадження інновацій на етапі їх комерціалізації та дифузії.

Отже, на основі попередніх досліджень можемо сформулювати власну точку зору на послідовність і склад етапів проведення аналізу інноваційного проєкту з урахуванням його життєвого циклу (табл. 2).

Таблиця 2

Етапи аналізу інноваційного проєкту підприємства

Етап життєвого циклу проєкту	Етап аналізу інноваційного проєкту підприємства	Зміст аналізу інноваційного проєкту
Концепція	1. Аналіз інноваційної ідеї	Характеристика інновації (вид, технічні та інші умови), дослідження правової підтримки інноваційної ідеї (потреба в отриманні ліцензії, патенту)
	2. Оцінка спроможності підприємства реалізувати інноваційний проєкт	SWOT-аналіз, визначення зовнішніх та внутрішніх факторів (політичних, економічних, соціальних, екологічних), визначення змін (організаційних, управлінських, структурних), яких потребуватиме підприємство для реалізації проєкту
Розробка	3. Розробка бізнес-плану інноваційного проєкта	Оцінка ринків збуту, конкурентної позиції підприємства, визначення необхідних ресурсів, розрахунок фінансово-економічних показників проєкту, оцінка економічних, екологічних, соціальних та інших ефектів
	4. Аналіз ризиків	Виявлення зовнішніх та внутрішніх факторів ризику та розробка заходів їх усунення (зменшення)
	5. Визначення і оцінка різних сценаріїв реалізації проєкту (песимістичного, оптимістичного та реалістичного)	Оцінка загроз реалізації проєкту на випадок непередбачуваного зупинення діяльності (оголошення карантину)
Реалізація	6. Моніторинг процесу виконання проєкту	Оцінка досягнутих показників, їх відповідність попереднім розрахункам; аналіз ефективності управління проєктом; визначення ефектів та можливості їх коригування
Завершення	7. Підсумкова оцінка результатів	Визначення фактично досягнутих показників, їх відповідності запланованим (відкоригованим в

	інноваційного проєкту	процесі реалізації проєкту), оцінка факторів, що вплинули на результати (покращили / погіршили), та обґрунтування загальної ефективності завершеного проєкту
--	-----------------------	--

Джерело: розроблено автором.

Висновки. Таким чином, у процесі дослідження методичних підходів до аналізу інноваційних проєктів було надано характеристику інноваційного проєкту, досліджено класифікацію інноваційних проєктів, їх життєвий цикл, критерії оцінки їх ефективності та послідовність такої оцінки. Також було проаналізовано існуючі методики оцінки ефективності інноваційного проєкту, виявлено їх відмінність від оцінки інвестиційних проєктів. Визначено, що якість оцінки інноваційного проєкту прямо впливає на формування ефективної інноваційної стратегії підприємства. Обґрунтовано етапи аналізу інноваційного проєкту підприємства з урахуванням необхідності розрахунку оптимістичного, песимістичного та реалістичного сценаріїв розвитку реалізації проєкту внаслідок непередбачуваної зупинки діяльності.

Список літератури:

1. Інноваційний розвиток підприємства : навчальний посібник / за ред. П. П. Микитюка. Тернопіль : ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с.
2. Лозовський О. М., Іванцова І. В. Інноваційний проєкт як пріоритетний напрям розвитку сучасного підприємства. *Молодий вчений*. 2018. № 2 (54). С. 723–726.
3. Микитюк П. П., Сенів Б. Г. Інноваційна діяльність: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 392 с.
4. Про затвердження примірної структури бізнес-плану інноваційного проєкту: наказ Міністерства освіти і науки України від 13.12.2013 № 1764. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1764729-13#Text>.
5. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 № 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/40-15>.
6. Рогоза М. Є., Вергал К. Ю. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми: монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. 136 с.
7. Савенко К. С. Инновационный проект как форма целевого управления инновационной деятельностью предприятия. *Бізнес Інформ*. 2011. № 4. С. 33–36.
8. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку України : монографія / за ред. д.е.н., проф. М. І. Дибі і к.е.н., доц. О. М. Юркевич. Київ : КНЕУ, 2013. 425 с.
9. Чайковська М. П. Інноваційний менеджмент: навчальний посібник. Одеса: Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2015. 382 с.
10. Шкіренко В. В. Аналіз та аудит інвестиційних проєктів : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.09 / ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана. Київ, 2018. 299 с.

References:

1. Mykytiuk, P. P. (Ed.). (2105). *Innovatsiinyi rozvytok pidpryemstva*. Ternopil: PP «Prynter Inform» [in Ukrainian].
2. Lozovskyi, O. M. & Ivantsova, I. V. (2018). Innovation project as priority directions of development of a modern enterprise. *Young Scientist*, 2 (54), 723-726 [in Ukrainian].
3. Mykytiuk, P. P. & Seniv, B. H. (2009). *Innovatsiina diialnist*. Kyiv: Tsentr uchbovoi

literatury [in Ukrainian].

4. Ministry of Education and Science of Ukraine (2013). About the statement of approximate structure of the business plan of the innovative project (Act No. № 1764, December 13). Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1764729-13#Text> [in Ukrainian].

5. Verkhovna Rada of Ukraine. (2002). About innovative activity (Act No. № 40-IV, July 4). Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/40-15> [in Ukrainian].

6. Rohoza, M. Ye. & Verhal, K. Yu. (2011). *Stratehichniy innovatsiyniy rozvytok pidpriemstv: modeli ta mekhanizmy*. Poltava: RVV PUET [in Ukrainian].

7. Savenko, K. S. (2011). An innovative project as a form of targeted management of an enterprise's innovative activities. *Business Inform*, 4, 33-36 [in Russian].

8. Dyba, M. I. & Yurkevych, O. M. (2013). *Finansove zabezpechennia innovatsiinoho rozvytku Ukrainy*. Kyiv: KNEU. [in Ukrainian].

9. Chaikovska, M. P. (2015). *Innovatsiyniy menedzhment*. Odesa: Odeskyi natsionalnyi universytet imeni I. I. Mechnykova. [in Ukrainian].

10. Shkirenko, V. V. (2018). Analysis and audit of investment projects (Ph.D. Thesis). Accounting, analysis and audit (by types of economic activity). Kyiv: SHEE "Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman".

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

УДК 349.3(477)

DOI:10.32680/2409-9260-2020-3-4-276-277-50-58

ЗАРУБІЖНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД РЕФОРМУВАННЯ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ

Волохова І. С., доктор економічних наук, доцент, завідувачка кафедри фінансів, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, України
e-mail: volokhovais@ukr.net
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6993-1757>

Анотація. Мета статті полягає у аналізі зарубіжного та вітчизняного досвіду реформування пенсійної системи. Методика. Вирішення поставлених у статті завдань здійснено за допомогою таких загальнонаукових та спеціальних методів дослідження: аналізу та синтезу, систематизації та узагальнення. Результати. Досліджено зарубіжний досвід реформування пенсійної системи. Проаналізовані такі пенсійні системи як Німеччина, США та Швеція. Практична значимість. Пенсійна система в будь-якій країні є одним з важливих елементів соціального захисту осіб найманої праці та важливим індикатором соціальної політики, тому реалізація зобов'язань держави, встановлених на конструктивному рівні, обумовлює необхідність створення та забезпечення функціонування в країні відповідної системи, економічно та юридично гарантованого права на соціальне забезпечення.

Ключові слова: Пенсія, пенсійна система, Пенсійний фонд України, реформа, ЄСВ.

FOREIGN AND DOMESTIC EXPERIENCE OF PENSION SYSTEM REFORM

Irina S. Volokhova, Doctor of Economics, Associate Professor, Manager of Department of Finances, Odessa National Economic University, Odessa, Ukraine
e-mail: volokhovais@ukr.net
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6993-1757>

Abstract. The purpose of the article is to analyze foreign and domestic experience in reforming the pension system. Method. The solution of the tasks set in the article is carried out with the help of the following general and special research methods: analysis and synthesis, systematization and generalization. Results. The foreign experience of pension system reform has been studied. Pension systems such as Germany, the United States and Sweden are analyzed. Practical significance. The pension system in any country is one of the important elements of social protection of employees and an important indicator of social policy, so the implementation of state obligations established at the constructive level, necessitates the creation and operation of the country system, economically and legally guaranteed the right to social security. The pension system is an important element of social protection of citizens and an important indicator of social policy. The degree of pension provision is determined by the economy and the labor market. Reforms and some measures to optimize the work of the pension system in recent decades have become a regularity not only in Ukraine but also in foreign countries. Demographic and economic imbalances are also inherent in foreign pension systems. To remedy the situation, foreign countries, like Ukraine, are trying to find ways to adapt the pension system to external changes. The experience of pension reforms is a useful experience in finding measures to stabilize the domestic pension system. This experience will help to avoid mistakes that

have been made in other countries. The current pension system is mainly focused on low-paid and medium-paid workers, and given the high rates of pension insurance contributions are at a low level. Finding ways to solve modern problems of pension provision is the main task facing the social sphere.

Keywords: Pension, pension system, Pension Fund of Ukraine, reform, single social contribution.

JEL Classification: H55, H75, J26, J32

Постановка задачі. Пенсійна система – важливий елемент соціального захисту громадян та важливий індикатор соціальної політики. Ступінь пенсійного забезпечення визначає економіка та ринок праці. Реформи та окремі заходи по оптимізації роботи пенсійної системи за останні десятиліття стали закономірністю не тільки в Україні, але й в зарубіжних країнах. Демографічний та економічний дисбаланс властивий також зарубіжним пенсійним системам. Для виправлення ситуації, зарубіжні країни, як і Україна, намагаються знайти шляхи адаптувати пенсійну систему до зовнішніх змін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню пенсійного страхуванню, присвятили свої праці низка вітчизняних та зарубіжних вчених. Зокрема державне пенсійне страхування досліджували А. Скрипник, Т. Кравчук, Т. Дідковська, В. Толуб'як, В. Олексійко, Т. Бондалетова, О. Долгова, В. Візницька, Є. Заєць, Н. Нарожна, Ю. Привалов, Б. Умурзаєв, Н. Внукова І. Беринцева та інші.

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Досвід пенсійних реформ є корисним досвідом у пошуку заходів для стабілізації вітчизняної пенсійної системи. Цей досвід допоможе уникнути помилок, які були допущені в інших країнах. В результаті дослідження, був проведений порівняльний аналіз пенсійних системи Німеччини, Швеції та США з метою вивчення їх правозастосовного досвіду для України.

Мета дослідження. Враховуючи вищенаведене, метою статті є дослідження зарубіжного досвіду реформування пенсійної системи.

Основний матеріал. Огляд пенсійної системи інших країн слід розпочати з Німеччини, яка побудована на франко-німецької моделі. Пенсійна система Німеччини складається з трьох систем: обов'язкове пенсійне страхування, пенсійне страхування на підприємстві та приватне пенсійне страхування. Через демографічні проблеми в Німеччині в 1992 році провели реформування пенсійної системи [2]. Були знижені пенсійні виплати при достроковому виході на пенсію та виплата заохочень за пізній вихід на пенсію, збільшений пенсійний вік. Наразі розмір пенсійних внесків в Німеччині – 19,3%. Проведені реформи в Німеччині допомогли зменшити зріст внесків. Базова пенсія з елементами приватної накопичувальної системи в Німеччині негативно впливає на демографічні зміни та зміни на ринку праці [1].

Пенсійна система США, в свою чергу ділиться на дві складові: обов'язкове державне страхування та добровільне приватне страхування. Модель пенсійної системи США характерна для деяких країн Латинської Америки, а також Португалії. Загальна сума пенсійних внесків в США не має змогу забезпечити громадянам Америки гідний дохід по виходу на пенсію, адже пенсія – це 30% від заробітної плати. Стабілізувати такий фактор в США повинні добровільні внески. Пенсійні програми в США побудовані на накопичувальному принципі в двох основних варіантах: встановлені виплати та встановлені внески. Перший варіант – це фіксований розмір, який залежить від заробітної плати та стажу роботи. Другий – інвестована програма. Нині в США функціонує 720000 приватних пенсійних фондів, в яких перебувають 50% всіх працюючих. Пенсійною реформою США

був збільшений вік виходу на пенсію до 67 років. Пенсійна система США заохочує продовження роботи після виходу на пенсію різними надбавками. Пенсійною реформою США був збільшений вік виходу на пенсію до 67 років. Останні роки пенсійна системи США позитивно функціонує, але є бажання урядовців реструктуризувати за зразком успішно діючого пенсійного плану [6].

В Швеції пенсійна система представляє собою соціально-демократичну модель. Шведська модель складається з трьох частин: державна (базова) пенсія; пенсія за вислугу років (вклад роботодавця); власні пенсійні збереження (приватне пенсійне страхування).

Державна (базова) пенсія складається з трьох компонентів: умовно-накопичувальна пенсія; персональна накопичувальна пенсія; гарантована пенсія. Персональна накопичувальна пенсія призначається з 61 років, гарантована пенсія – з 65 років. Держава здійснює індексацію пенсії. Гарантовану пенсію фінансує держава. Професійну пенсію отримують близько 91% робітників, вона складає 10% від заробітної плати, яка було перед виходом на пенсію. В Швеції шляхом реформування була замінена розподільча система з встановленими виплатами на змішану розподільчо-накопичувану систему з встановленими внесками. Основні недоліки нової пенсійної системи посилили нерівність між пенсіонерами. Зменшення частки працюючих знизили коефіцієнт заміщення [4].

Коефіцієнт заміщення в пенсійних системах Швеції, США, Німеччини в 2018 р. зображений в таблиці 1.

Таблиця 1

Коефіцієнт заміщення в пенсійних системах Швеції, США, Німеччини в 2018 р., %

	Державне пенсійне забезпечення	Обов'язкове пенсійне забезпечення	Добровільне пенсійне забезпечення	Всього
Німеччина	42	-	16	58
Швеція	48,6	21,7	-	70,3
США	38,3	-	37,8	76,2

Джерело: складено автором за даними [4,5,6]

В результаті дослідження було виявлено, що в середньому в Швеції, США, Німеччини в 2018 р. пенсіонери отримали пенсію, порівнянну з 58-76,2% від звичного доходу. Найбільшу пенсію отримують пенсіонери США.

Таблиця 2

Коефіцієнт заміщення в пенсійних системах Швеції, США, Німеччини в 2019 р., %

	Державне пенсійне забезпечення	Обов'язкове пенсійне забезпечення	Добровільне пенсійне забезпечення	Всього
Німеччина	37,5	-	12,5	50
Швеція	37	19,9	-	56,9
США	35,2	-	32,6	67,8

Джерело: складено автором за даними [4,5,6]

Дослідження виявило, що в 2019 р. в Швеції, США та Німеччині пенсіонери отримували 50-67,8% від звичного доходу. Найбільший коефіцієнт заміщення за державним

пенсійним забезпеченням спостерігався в Німеччині. в той самий час коефіцієнт заміщення в розмірі 19,9% за обов'язковим пенсійним забезпеченням існує тільки в Швеції, в США та Німеччині такий відсутній показник відсутній. Коефіцієнт заміщення за добровільним пенсійним забезпеченням в 2019 р. у Швеції відсутній, в США такий коефіцієнт на 20,1% вище, ніж в Німеччині.

Динаміка коефіцієнта заміщення в пенсійних системах Швеції, США, Німеччини в 2018-2019 рр. представлена на рис. 1.

Рис. 1. Динаміка коефіцієнтів заміщення в пенсійних системах Швеції, США, Німеччини в 2018-2019 рр., %

Джерело: складено автором за даними [4,5,6]

В результаті аналізу, було виявлено, що коефіцієнт заміщення знизився в пенсійній системі Німеччини на 8%, в США – на 8,4%, в Швеції – на 13,4%. Працездатне населення США за 2017-2019 рр. зменшилось на 6,5%, чисельність пенсіонерів збільшилась на 3,9%. Кількість пенсіонерів в Швеції за 2017-2019 рр. збільшилось на 0,5%, працездатне населення зменшилось на 1,6%. Кількість пенсіонерів в Німеччині за 2017-2019 рр. збільшилось на 2,6%, а працездатне населення навпаки зменшилось на 2%.

Старіння населення розраховується як відношення кількості похилих людей до кількості дітей. Динаміка коефіцієнта старіння населення в Швеції, США та Німеччини за 2017-2019 рр. представлена на рис. 2.

Рис. 2. Динаміка коефіцієнту старіння населення в Швеції, США, Німеччині за 2017-2019 рр., осіб

Джерело: складено автором за даними [4,5,6]

Дані рис. 2 свідчать про таку ситуація: в Німеччині на одну дитину одна похила особа. Коефіцієнта старіння в Німеччині за три роки зріс на 0,3. В США на двох дітей припадає одна похила людина, але коефіцієнт старіння збільшився на 0,1. В Швеції на одну дитину припадає одна похила особа, коефіцієнт старіння в Швеції з три роки знизився на 0,04.

Пенсійні системи Швеції, США, Німеччини схильні до демографічного старіння населення. Демографічне старіння населення – це збільшення частки похилих осіб в загальній чисельності населення. Коефіцієнт демографічного навантаження – це відношення кількості непрацездатних осіб до кількості працездатних осіб. Динаміка коефіцієнта демографічного навантаження в Швеції, США, Німеччині за 2017-2019 рр. представлено на рис. 3.

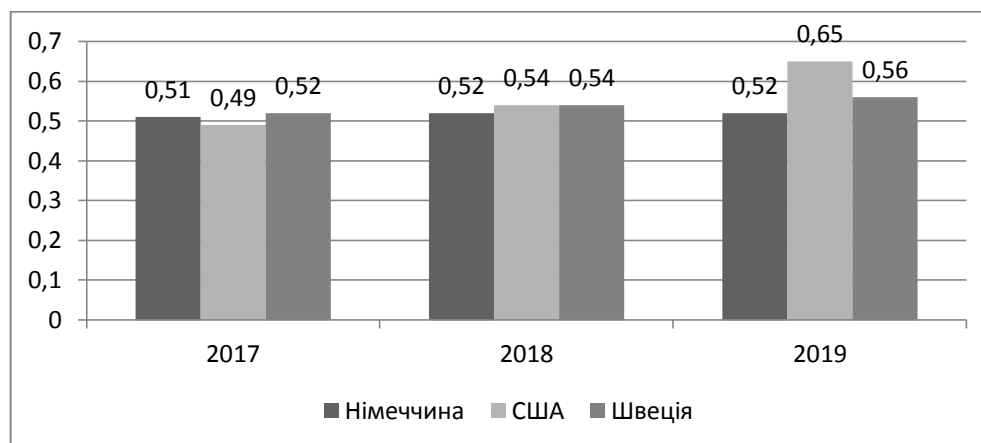


Рис. 3. Динаміка коефіцієнта демографічного навантаження в Швеції, США, Німеччині за 2017-2019 рр.

Джерело: складено автором за даними [4,5,6]

Показники на рис. 3 свідчать про те, що в трьох розглянутих країнах в середньому на двох працездатних членів суспільства припадає один непрацездатна особа. Збільшується демографічне навантаження на працездатну особу – коефіцієнт демографічного навантаження в Німеччині за три роки збільшився на 0,05, в США – на 0,16, в Швеції – на 0,04.

Старіння нації обмежило виробленість, адже знизився рівень інновацій та повільного розповсюдження технологій.

Динаміка середньої тривалості життя в Швеції, США, Німеччині за 2017-2019 рр. за даними Бюро статистики Міжнародної організації праці (МОП) [3] відображена на рис. 4.

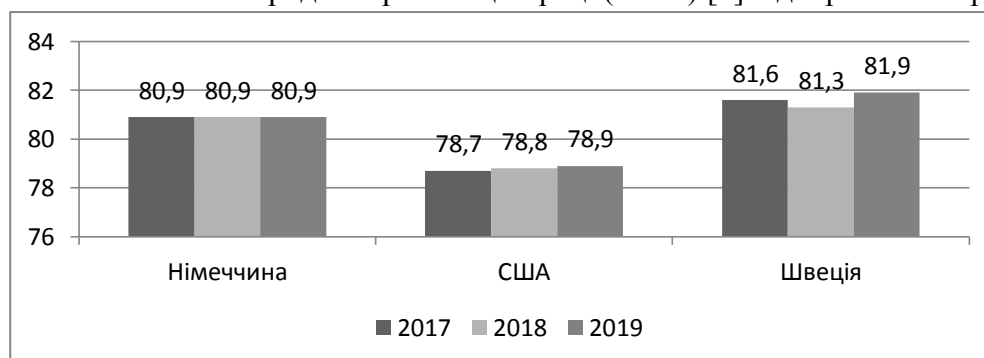


Рис. 4. Динаміка середньої тривалості життя в Швеції, США, Німеччині за 2017-2019 рр., років

Джерело: складено автором за даними [4,5,6]

В результаті дослідження, було виявлено, що найбільша тривалість життя в Швеції, за 2017-2019 рр. вона збільшилась на три місяці та складає 81 рік 9 місяців. Зростання тривалості життя – збільшує середній строк виплати пенсій.

Одне з найбільш гострих та негативних соціально-економічних явищ – безробіття. На рис. 5 показана динаміка рівня безробіття в Швеції, США, Німеччині за 2017-2019 рр.

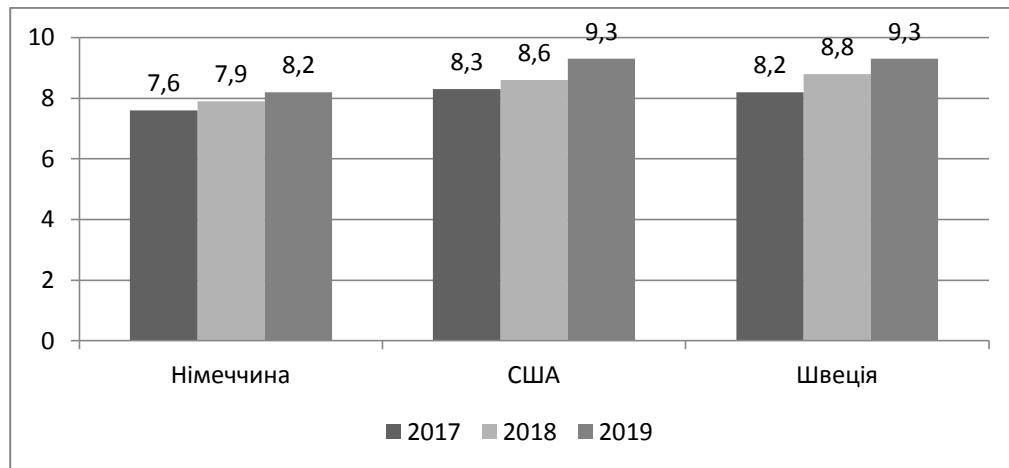


Рис. 5. Динаміка рівня безробіття в Швеції, США, Німеччині за 2017-2019 рр., %
Джерело: складено автором за даними [4,5,6]

Рис 5 свідчить про те, що в 2017-2019 рр. відбувався зріст безробіття на 0,6% в Німеччині, на 1% - в США, на 1,1% - в Швеції. Робітники 55 років не знайдуть роботу по досягненню пенсійного віку.

Таким чином, серед проблем функціонування пенсійних систем Швеції, США, Німеччини можна виділити наступні: зменшення частки працюючих; перепона в існуванні розподільчих пенсійних систем; відмова населення від участі в добровільних пенсійних накопиченнях.

За порівняння проаналізуємо пенсійну систему України. Для аналізу було взято реформи пенсійного забезпечення з 2004 по 2019 рр. Пенсійна реформа 2004 р. ґрунтувалась на ЗУ «Про загальнообов'язкове пенсійне страхування України», «Про недержавне пенсійне страхування». Ідея реформи – поступовий перехід від розподільчої до розподільчо-накопичувальної пенсійної системи. Передбачалось, що пенсія буде розділена на три частини: солідарну пенсія (гарантовану державою), накопичувальну (пенсійні внески з заробітної плати гарантовані після виходу на пенсію) та недержавну (кошти на особистому рахунку, які можливо інвестувати до виходу на пенсію в цінні папери та прибуткові активи). Розмір пенсії після реформи став залежним від заробітної плати. З 2004 року почались відрахування відбувались відрахування 33,2%. Але механізм накопичувальної системи не був розроблений, тому накопичувальна система не була впроваджена.

В 2010 році було введено в дію новий збір на загальнообов'язкове соціальне страхування. В 2011 році розпочався новий етап реформування системи пенсійного страхування прийняттям ЗУ «Про заходи щодо законодавчого забезпечення реформування пенсійної системи» [8], який обґрунтовував питання введення накопичувальної системи пенсійного страхування в дію. Накопичувальна система не була введена в дію. Спочатку її введення було перенесено до 2014 року, але й в 2014 році введення не відбулось. Ситуація з

недержавним пенсійним страхуванням виглядає наступним чином. Ситуація з кількістю учасників НПФ нестабільна. Починаючи з 2005 року кількість учасників невпинно зростала. Різке зростання відбулося в 2013 році, після чого ситуація з кількістю учасників відносно стабільна. Станом на 31.12.2017 загальна кількість учасників НПФ становила 840,8 тис. осіб (станом на 31.12.2016 – 834,0 тис. осіб) [1-2]. Послуги НПФ досі не користуються попитом та довірою серед населення. В 2016 році теж відбувалися спроби проведення нової пенсійної реформи. Але замість цього відбувались тільки зміни до деяких законодавчих актів щодо пенсійного забезпечення. Ставку ЄСВ на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, яку сплачує роботодавець, знижено до 22%, чим обумовили збільшення дефіциту ПФУ (рис. 6). Для покриття дефіциту залучаються кошти не тільки пенсійного фонду, але й Державного бюджету України. Так, впродовж 2010–2016 рр. видатки Державного бюджету на фінансування пенсійних програм зросли більше, ніж у 2,2 рази, або на 78,5 млрд. грн., – до рівня 142,6 млрд. грн.

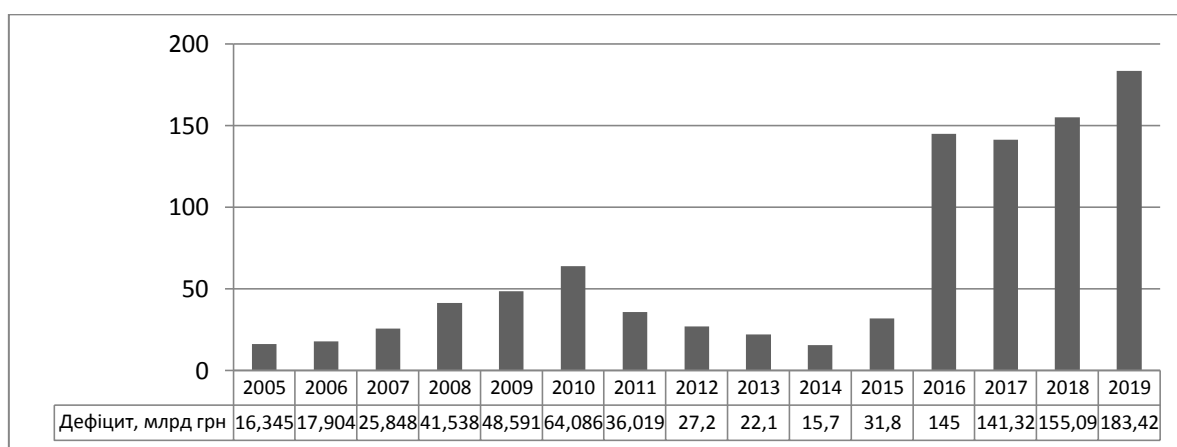


Рис. 6. Динаміка дефіциту бюджету Пенсійного фонду України за період 2005-2019, млрд. грн.

Джерело: складено автором за даними [8]

В 2017 році були нові введення, зокрема підвищення страхового стажу для громадян України. Таким чином, за новою пенсійною реформою для мінімального розміру пенсій страховий стаж збільшується для чоловіків до 35 років та для жінок до 30 років.

Українська пенсійна система складна, постійно реформується. Пенсійні реформи дозволяють покращити пенсійну систему України, але при цьому є можливість враховувати зарубіжний досвід функціонування пенсійних систем.

Висновок. Аналіз світової практики забезпечення фінансової стійкості показав, що характерною рисою для зарубіжних країн є розповсюдження обов'язкових та добровільних накопичувальних систем, які доповнюють розподільчий механізм. Розподільчий механізм здебільшого існують на обов'язковому державному рівні, накопичувальний – в добровільних пенсійних програмах. Погіршення пенсійного забезпечення в Україні пов'язано з фінансовою та економічною кризою в країні. Основною проблемою діючої системи пенсійного страхування в Україні слід визнати існуючий дисбаланс фінансової організації системи обов'язкового пенсійного страхування. Особливе значення має законодавче забезпечення пенсійної системи. Повинна діяти чітка система захисту інтересів пенсіонерів. Не менше важливо сформувані суспільну думку, переконати людей в необхідності реформ.

Основні проблеми розвитку пенсійної системи України: зростання загальної чисельності пенсіонерів, низький рівень пенсійного забезпечення, низький рівень фінансової грамотності населення, проблема збереження та використання пенсійних накопичень населення; підвищення страхового стажу, зростання дефіциту бюджету ПФУ, неофіційне працевлаштування, тіньова заробітна плата.

Діюча система пенсійного забезпечення в основному орієнтована на низькооплачуваних та середньо оплачуваних робітників, а враховуючи високі тарифи страхових внесків пенсії знаходяться на низькому рівні. Пошук шляхів вирішення сучасних проблем пенсійного забезпечення є головним завданням, яка стоїть перед соціальною сферою. Можна рекомендувати наступні заходи для удосконалення пенсійної системи України: розробка заходів по усуненню дефіциту бюджету ПФУ; розробка системи збереження та використання пенсійних накопичень; підвищення фінансової грамотності населення; збільшення розміру пенсійного забезпечення. Реалізація розроблених заходів дозволить підвищити ефективність системи державного пенсійного страхування та пенсійного забезпечення в Україні, підвищить зацікавленість населення до сплати страхових внесків, що в кінцевому рахунку призведе до збільшення пенсій громадян.

Список літератури:

1. Кулікова Є. О. Аналіз та дієвість пенсійних реформ в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2019. № 1(92). С. 64-70.
2. Кулікова Є. О. Сучасний стан та перспективи солідарної системи пенсійного страхування в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 19. С. 71-75.
3. Офіційний сайт Міжнародної організації праці. URL: <https://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm> (дата звернення: 20.04.2020).
4. Пенсионная система Швеции. URL: <http://madan.org.il/ru/news/pensionnaya-sistema-shvecii> (дата обращения: 20.04.2020).
5. Пенсии в Германии в 2019, 2018 году: пенсионный возраст, виды пенсий, стаж работы, оформление пенсии. URL: ru-geld.de/pension/ (дата обращения: 04.03.2020).
6. Роик, В. Д. Российская и зарубежная практика пенсионного обеспечения: монография / В. Д. Роик. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 336 с.
7. Социальное страхование в Германии URL: rusmoney.de/versicherung/article12879/soziale-versicherung-indeutschland.html (дата обращения: 04.04.2020).
8. Ціна держави. URL: <http://old.cost.ua/budget/deficit/pension/> (дата звернення: 20.03.2020).

References:

1. Kulikova Ye. O. Analiz ta diievist' pensijnykh reform v Ukraini. *Naukovyj visnyk Poltavs'koho universytetu ekonomiky i torhivli*. 2019. № 1(92). S. 64-70. [in Ukrainian].
2. Kulikova Ye. O. Suchasnyj stan ta perspektyvy solidarnoi systemy pensijnoho strakhuvannia v Ukraini. *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu*. 2018. Vyp. 19. S. 71-75. [in Ukrainian].
3. Ofitsijnyj sajt Mizhnarodnoi orhanizatsii pratsi. URL: <https://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm>. (data zvernennia: 20.04.2020). [in Russian].

4. Pensyonnaia systema Shvetsyy. URL: madan.org.il/ru/news/pensionnaya-sistema-shvecii (data obrascheniya: 20.04.2020). [in Russian].
5. Pensyy v Hermanyy v 2019, 2018 hodu: pensyonnyj vozrast, vydy pensyj, stazh raboty, oformlenye pensyy. URL: ru-geld.de/pension/ (data obrascheniya: 04.03.2020). [in Russian].
6. Royk, V. D. Rossyjskaia y zarubezhnaia praktyka pensyonnoho obespecheniya: monohrafiya / V. D. Royk. – Moskva : Yzdatel'stvo Yurajt, 2019. – 336 s. [in Russian].
7. Sotsyal'noe strakhovanye v Hermanyy URL: rusmoney.de/versicherung/article12879/soziale-versicherung-indeutschland.html (data obrascheniya: 04.04.2020). [in Russian].
8. Tsina derzhavy. URL: <http://old.cost.ua/budget/deficit/pension/>. (data obrascheniya: 20.03.2020). [in Ukrainian].

МАКРОЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ МОТИВАЦІЇ ДОМОГОСПОДАРСТВ ДО ЗАОЩАДЖЕНЬ

Коваленко В.В. доктор економічних наук, професор, професор кафедри банківської справи, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна
e-mail: kovalenko-6868@ukr.net
ORCID:0000-0003-2783-186X

Анотація. У статті висвітлені теоретичні та практичні аспекти впливу макроекономічних чинників на мотивацію домогосподарств до заощаджень. Доведено, що макроекономічна нестабільність, яка супроводжує розвиток економіки України, спонукає суб'єктів фінансового ринку, зокрема банків, до проведення спекулятивних операцій, які викликають не довіру з боку домогосподарств. Праведно аналіз впливу макроекономічних чинників на прийняття мотиваційних рішень домогосподарств щодо заощаджень. За результатами проведеної оцінки впливу макроекономічних чинників мотивації домогосподарств до заощаджень, зроблено висновок про те, що подальші розробки повинні бути зосереджені на активізації макроекономічних спонукальних заходів щодо прийняття домогосподарствами мотиваційних рішень до заощаджень. До таких заходів слід віднести модернізацію діючої системи страхування вкладів домогосподарств.

Ключові слова: макроекономічні чинники, заощадження, домогосподарства, фінансові посередники, оцінка.

MACROECONOMIC FACTORS OF MOTIVATION OF HOUSEHOLDS TO SAVINGS

Kovalenko Victoria, D.Sc. (Economics), Professor, Professor, Department of Banking, Odessa National University of Economics, Ukraine
e-mail: kovalenko-6868@ukr.net
ORCID:0000-0003-2783-186X

Abstract. Introduction. In world practice, household savings are a powerful source of investment for economic development. On the one hand, households themselves need household savings as part of their financial capacity, which increases purchasing power and strengthens the financial security of well-being. On the other hand, household savings are a source of investment resources in the economy. Purpose. The purpose of the study is to substantiate the theoretical aspects of the impact of macroeconomic factors on the motivation of households to save and formulate recommendations for improving the effectiveness of macroeconomic measures to stabilize this process. He operating environment in which Ukrainian banks operate is unstable and volatile, and the ability to generate cash flows with the necessary quantitative and qualitative parameters is limited. Results. In the article, it is proved that among modern theories there is a behaviorist (behavioral) economic theory, which considers the influence of psychological phenomena on people decision-making. It is determined that in the conditions of COVID-19 there was an increase in confidence in banking institutions. The article is a fair analysis of the impact of macroeconomic factors on the motivational decisions of households about savings. Such macroeconomic factors include: the level of income and expenditure of households, the level of wages, the dynamics of monetary aggregates. It is proved that given the role of savings in society, the state of household savings reflects the processes of general economic development of Ukraine, in particular, social aspects, as well as the development of financial and banking systems. Conclusions. In order to increase the level of motivation of households to save, it is advisable to introduce a combined system of guaranteeing household deposits in Ukraine, in which the basic deposit guarantee system up to the minimum limit through the Deposit Guarantee Fund is supplemented by a

system of additional deposit guarantee over the limit. Therefore, further development should focus on intensifying macroeconomic incentives for households to make motivational decisions about savings.

Key words: *macroeconomic factors, savings, households, financial intermediaries, valuation.*

JEL Classification: G21, O 11, R 20.

Постановка проблеми. У світовій практиці заощадження домогосподарств є потужним джерелом формування інвестицій для розвитку економіки. Макроекономічна нестабільність, яка супроводжує розвиток економіки України, спонукає суб'єктів фінансового ринку, зокрема банків, до проведення спекулятивних операцій, які викликають не довіру з боку домогосподарств.

Заощадження домогосподарств відіграють важливу економічну роль. З одного боку, вони необхідні самим домогосподарствам як складова їх фінансового потенціалу, що підвищує купівельну спроможність і зміцнює фінансове забезпечення добробуту. З іншого боку, заощадження домогосподарств є джерелом формування інвестиційних ресурсів в економіку. Реалізація обох завдань одночасно можлива тільки за допомогою фінансових посередників, через використання послуг яких досягається не лише ефективність вкладення тимчасово вільних коштів, а й убезпечення заощаджень від фінансових та нефінансових ризиків [1, с. 77-78].

Тому, саме дослідження макроекономічних чинників та їх впливу на мотиваційні рішення домогосподарств до заощаджень, у сучасних умовах розвитку фінансового ринку, набувають найбільшої актуальності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню питання ролі мотиваційних рішень домогосподарств до заощаджень приділено увагу науковцями та практиками. Вагомий внесок у дослідженні цього питання зробили вітчизняні науковці: М.Петрик, С. Аржевітін, С.Волосович, О.Добровольська, Т.Гудзь, О.Заславська, В.Карковська, Т. Кізима, А. Оліник. Більшість наукових праць зорієнтована на дослідженні загальних понять щодо впливу заощаджень домогосподарств на соціально-економічний розвиток України.

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас подальшого детального аналізу потребує комплексне дослідження щодо впливу макроекономічних чинників на мотиваційні рішення домогосподарств до заощаджень з метою виявлення найбільш суттєвих проблем і визначення конкретних напрямів та пропозицій щодо проведення ефективних заходів щодо підвищення довіри домогосподарств.

Мета дослідження є обґрунтування теоретичних аспектів щодо впливу макроекономічних чинників на мотивацію домогосподарств до заощаджень та формулювання рекомендацій щодо підвищення ефективності макроекономічних заходів до стабілізації цього процесу.

Основний матеріал. З позиції економічної теорії «заощадження населення» є одним із ключових понять. У науковій праці [2, с. 276], автори виокремлюють в розвитку економічної теорії заощаджень чотири етапи:

- класична політекономія, в якій обґрунтована система поглядів на проблеми розподілу доходів, визначення проблеми споживання та заощаджень;
- маржиналізм, де розкрито проблеми взаємозв'язку процента й ролі заощаджень у розвиток економіки;
- кейнсіанська школа, коли було системно визначено особливе місце категорії «заощадження» серед фундаментальних економічних категорій;

– монетаризм, за якого заощадження розглядаються у взаємозв'язку з доходами.

Авторка статті дотримується думки, що серед сучасних теорій вирізняється біхевіористська (поведінкова) економічна теорія, яка розглядає вплив психологічних феноменів на прийняття людьми економічних рішень. Саме психологічний феномен пов'язаний з прийняттям мотиваційного рішення домогосподарств до заощаджень. Безпосередньо мотиваційне рішення – визначається довірою до фінансових посередників, та впершу чергу до банків.

Довіра до банківської системи є комплексним поняття, тому для адекватного оцінювання її варто розглядати як систему, що складається із сукупності елементів, а саме комерційних банків та Національного банку (НБУ) як регулятора їхньої діяльності [3, с. 27].

Естебан Ортіз-Оспіна та Макс Розер вважають, що довіра є визначальним елементом соціального капіталу – ключовим внеском для підтримки результатів добробуту, включаючи економічний розвиток [4].

Соціологічне опитування центру Разумкова у лютому 2020 р., висвітлюють такі дані щодо довіри: для банків – зовсім не довіряють – 34,3 %, скоріше довіряють – 16,1 %, повністю довіряють – 2,3 %. Стосовно НБУ: зовсім не довіряють – 26,1 %, скоріше довіряють – 24,5 %, повністю довіряють – 2,5 %. Отож, зросла частка людей, які повністю довіряють банкам і НБУ, проте вона все ще залишається на низькому рівні [5].

Агентство США з міжнародного розвитку USAID провело дослідження рівня довіри. Результати станом на 2019 р. є такими: повністю довіряють приватним і державним банкам 3 % і 6 %; скоріше довіряють 17 % і 29 %; зовсім не довіряють 42 % і 28 % [6].

Як зазначає Петрик М., найголовнішим є те, що без достатнього рівня довіри діяльність НБУ не може бути ефективною, оскільки саме наявність довіри забезпечує адекватну раціональну поведінку учасників ринку у відповідь на офіційні повідомлення регулятора. Лише за такої умови він може досягти проголошених цілей щодо інфляції, валютного курсу, ділової активності [7, с. 146].

При цьому, слід відмітити підвищення довіри до банківських інститутів в умовах COVID-19. Рейтинги пізнаваності та довіри споживачів складаються за результатами опитування громадської думки на основі міжнародної методики Global Reputation Index (GRI), розробленої відповідно до управлінських принципів Reputation Institute. За даними GRI, у 2020 році, банки покращують власну репутацію за рахунок взаємодії в умовах кризи. Завдяки умовам, які банки створили, допомагаючи клієнтам і співробітникам пережити пандемію, репутація банків знову зростає після падіння протягом останніх двох років. В умовах кризи економіки, для підприємств і споживачів, банки, які активно повідомляли про свої плани по COVID-19 своїм клієнтам, мають репутацію на 24,5 бали вище за шкалою від 1 до 100 у порівнянні з тими, хто цього не робив [8].

Мотивація домогосподарств до заощаджень також від моделі їх фінансової поведінки (табл. 1).

Таблиця 1

Моделі фінансової поведінки домашніх господарств

Тип моделі	Фінансові стратегії	Характеристика
споживча	Стратегія державних трансфертів	Мінімальна диверсифікація стратегій і інструментів, максимальна концентрація пасивних стратегій, наявність неліквідних активів,
	Стратегія приватних трансфертів	
	Майнова стратегія (у неліквідних формах)	

заощаджувальна	Мінімальна стратегія	вирішення поточних проблем
	Стратегія запозичень	
	Стратегія готівкових заощаджень	
	Стратегія організованих вкладів	
	Стратегія наданих кредитів	
	Майнова стратегія (у ліквідній формі)	
	Страхова стратегія	
	Соціальна стратегія	
інвестиційна	Майнова стратегія (у ліквідній формі)	Максимальна диверсифікація стратегій, мінімальна диверсифікація інструментів, помірна концентрація активних і пасивних стратегій, переважання ліквідних форм активів, акцент на збереження заощаджень в умовах інфляції та знецінення
	Страхова стратегія	
	Стратегія цінних паперів	
	Стратегія готівкових заощаджень	
	Стратегія організованих вкладів	
	Соціальна стратегія	

Джерело: [9, с. 125]

Тому, можемо констатувати, що обсяг заощаджень домогосподарств залежить як від рівня отриманого доходу, так і від очікування або стабільності в економічному й політичному розвитку країни, або різноманітних негативних змін.

Формування заощаджень домогосподарств залежить від дії макроекономічних чинників, які впливають на формування його доходів і структуру витрат.

Заощадження домогосподарств – важливий економічний показник, що вимірюється перевищенням поточних доходів над поточними витратами. Рішення громадян щодо розподілу свого доходу на витрати й заощадження, а також форми здійснення останніх безпосередньо позначаються на збільшенні економічних можливостей держави, що в результаті сприяє підвищенню добробуту людей [10, с. 39].

Дослідження динаміки та факторів формування доходів, витрат і заощаджень домогосподарств – важливий етап виявлення тенденцій та закономірностей виявлення у них мотиваційних рішень до заощаджень. Насамперед, звернемося до виявлення загальних тенденцій у формуванні доходів домогосподарств (рис. 1).

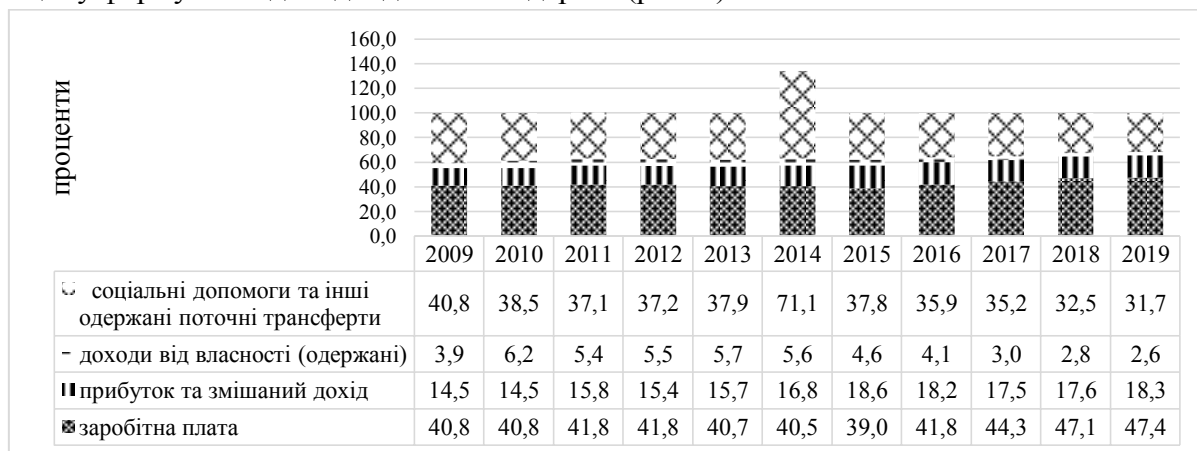


Рис. 1 Динаміка та структура доходів домогосподарств за 2009-2019 рр., %

Джерело: розраховано автором за матеріалами [11]

Як свідчать дані рисунку 1, протягом 2009-2019 рр. більш ніж 4/5 усіх доходів формується за рахунок заробітної плати, соціальної допомоги та інших одержаних поточних

трансфертів (у 2017 р. – 79,1 %) і лише близько 20,9 % – за рахунок прибутку та змішаного доходу й доходів від власності. Таке співвідношення свідчить, з одного боку, доволі високу залежність добробуту домогосподарств від допомог і виплат з боку держави, а з іншого, підтверджує підвищення частки бідного домогосподарств, відсутність в Україні середнього класу, доходи якого більшою мірою формуються від власного бізнесу, об'єктів нерухомості, цінних паперів, майнових прав тощо.

Основним джерелом доходів домогосподарств традиційно виступає заробітна плата, аналіз якої проводиться за її основними видами – номінальною та реальною. Аналіз номінальної заробітної плати дає змогу оцінити загальну суму коштів, що виплачується за результати трудової діяльності, а також порівняти її з іншими показниками поточного року; аналіз реальної заробітної плати дозволяє встановити купівельну спроможність виплачених коштів [12]. На рисунку 2 представлено співвідношення між номінальною та реальною заробітною платою.

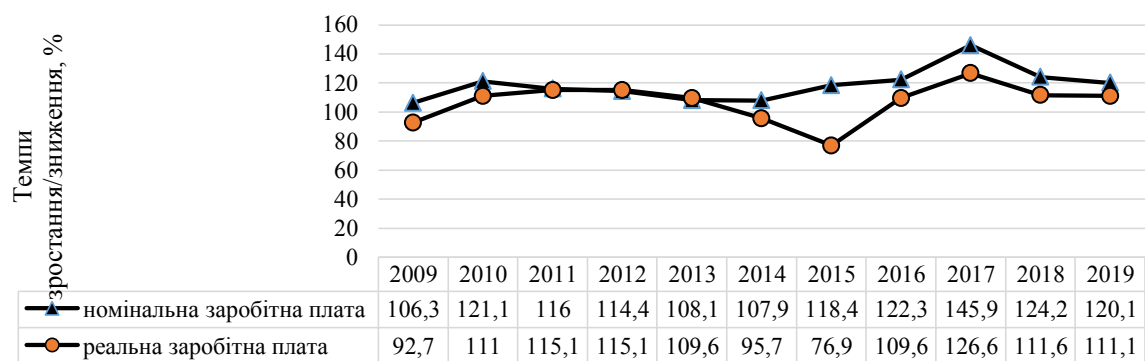


Рис. 2 Темпи росту номінальної та реальної заробітної плати в Україні за 2009-2019 рр., %

Джерело: розраховано автором за матеріалами [12]

На основі даних, представлених на рисунку 2, у 2019 р. в порівнянні з 2009 р. простежується тенденція щодо підвищення як номінальної, так і реальної заробітної плати. Отже, середні темпи росту номінальної заробітної плати випереджають середні темпи росту реальної заробітної плати на 19 %. Така ситуація свідчить про погіршення матеріального становища домогосподарств, про інфляційні процеси в економіці, які призводять до знецінювання заробітної плати, зниження її купівельної спроможності.

Найвищий рівень середньомісячної заробітної плати у січні 2020 р. є характерним для промислово розвинених регіонів (м. Київ – 15787 грн. (115 % до попереднього періоду), Донецька обл. – 11656 грн. (116,0 % до попереднього періоду), Київська обл. – 11267 грн. (115,9 % до попереднього періоду), Запорізька обл. – 10720 грн. (114,6 % до попереднього періоду), Дніпропетровська обл. – 11310 грн. (117,3 % до попереднього періоду), Миколаївська обл. – 10525 грн. (122,6 % до попереднього періоду) та Полтавська обл. – 10017 грн. (113,6 % до попереднього періоду). Найнижчий спостерігається у Тернопільській (8181 грн.) та Чернівецькій (8185 грн.) областях [68]. Середній рівень по Україні склав у 2017 році – 7104 грн. Усі інші регіони відзначаються середнім розміром заробітної плати [12].

Отже, існуючі відмінності в оплаті праці обумовлені, перш за все, галузевими особливостями регіонів і структурою економіки в них. В індустріально розвинутих регіонах Сходу й Центру рівень заробітної плати вище, ніж в переважно аграрних областях Півночі та Заходу країни. З іншого боку, соціальні виплати навпаки вище в аграрних регіонах. Валовий

прибуток і змішаний дохід вище в тих областях, де відносно велика частка малого бізнесу в структурі економіки.

Мотивація домогосподарств до заощаджень характеризується не тільки доходами, а й витратами (рис. 3). Аналізуючи структуру сукупних витрат домогосподарств за 2019 рік, можна зробити висновок, що майже весь дохід сім'ї витрачається на споживання – 92,10 % що стримує споживання інших послуг, а отже і витрат на освіту, відпочинок, розваги, заощадження тощо. Збільшення цієї статті витрат спостерігається на протязі усього досліджуваного періоду. Це все призводить до зменшення добробуту домогосподарств, що, у свою чергу, впливає на неефективне формування і використання їх фінансових ресурсів.

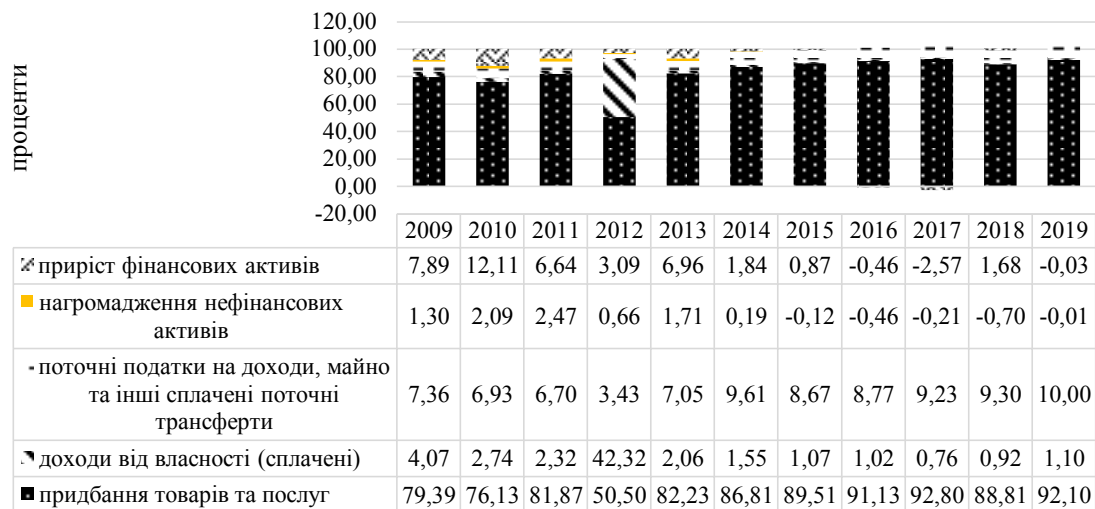


Рис. 3 Динаміка та структура витрат домогосподарств України за період 2009-2019 рр., %

Джерело: розраховано автором за матеріалами [11]

Якщо проаналізувати структуру та динаміку заощаджень домогосподарств (рис. 4), то можна дійти висновку, що заощадження домогосподарств мають тенденцію до зменшення, окрім позиції, яка стосується заощаджень в іноземній валюті та спостерігається тенденція до збільшення приросту грошових вкладів та заощаджень у цінних паперах.

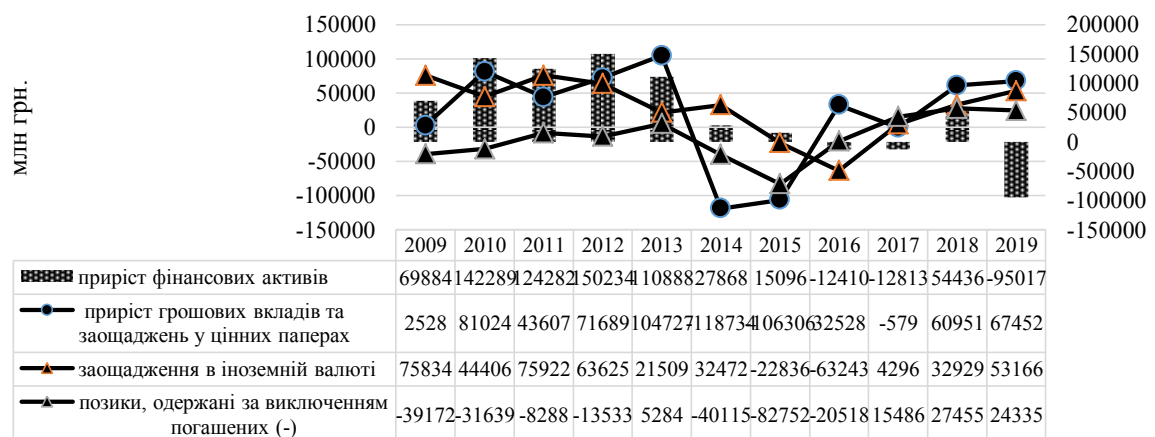


Рис. 4 Структура та динаміка заощаджень домогосподарств України за період 2009-2019 рр, млн грн.

Джерело: розраховано автором за матеріалами [11]

Зазначене свідчить про відновлення довіри до банків з боку домогосподарств. При цьому, приріст отриманих позик набуває тенденції до зниження. Так, у порівнянні з попереднім роком, у 2019 р., їх зменшення відбулося на суму 3120 млн грн.

При цьому ми можемо констатувати позитивну динаміку виходу даних показників з негативного результату, яке особливо прослідковується у 2016-2017 роках.

Як свідчать дані таблиці 2, динаміка обсягів доходів та заощаджень домогосподарств протягом досліджуваного періоду є неоднозначною. При цьому доходи домогосподарств зростали стабільно, а заощадження, до 2013 року мали зростаючу динаміку, а з 2014 року мали негативну тенденцію, що можливо пояснити політичною кризою.

Таблиця 2

Динаміка доходів, витрат і заощаджень домогосподарств в Україні
протягом 2005-2019 рр., млрд грн.

Роки	Доходи домогосподарств	Витрати домогосподарств	Заощадження домогосподарств	Питома вага заощаджень у доходах, %
2005	381,4	335,8	45,7	11,98
2006	472,1	427,9	44,2	9,36
2007	623,3	575,5	47,8	7,67
2008	845,6	793,6	52,0	6,15
2009	894,3	813,9	80,4	8,99
2010	1101,2	939,3	161,9	14,70
2011	1266,8	1143,6	123,1	9,72
2012	1457,8	1353,2	104,6	7,18
2013	1548,7	1432,5	116,2	7,50
2014	1516,8	1486	30,8	2,03
2015	1735,9	1723	12,9	0,74
2016	1989,8	2007,7	-17,9	-0,90
2017	2475,8	2544,8	-12,8	-0,52
2018	3248,7	3194,3	54,4	1,67
2019	3699,3	3794,4	-95,0	-2,57

Джерело: розраховано автором за матеріалами [11]

З динаміки відношення заощаджень домогосподарств до доходів видно, що питома вага заощаджень у сукупності доходів коливається в межах від -2,57 до 14,7 %, що фактично характеризує схильність домогосподарств України до заощаджень. При цьому слід виділити певні закономірності, які характеризують схильність домогосподарств України до заощаджень залежно від економічного стану української економіки.

Зокрема, можемо відмітити, що упродовж 2005-2019 років спостерігалась тенденція до скорочення схильності українців до заощаджень. Так у 2005 році показник схильності до заощаджень в Україні склав 11,98 %, а у 2019 взагалі показав негативне значення -2,57 %. Починаючи з 2010 року спостерігається падіння цього показника: у 2010 році домогосподарств України заощадило 14,7% від одержаних доходів, а потім показувало зменшувальну тенденцію (рис. 5).

Ситуація зі схильністю до заощаджень в загалом має негативну тенденцію, яку можливо пояснити фінансовою кризою та політичною кризою, як можливо побачити з рисунку 5 зовнішні потрясіння мають значний вплив на схильність домогосподарств до

заощаджень. Також, після фінансової кризи домогосподарства скорочували заощадження у порівнянні з доходами, спостерігається невелика тенденція до збільшень заощаджень, та після політичної кризи цей показник починає приймати від'ємне значення, тобто домогосподарства не заощаджує, а використовує раніше заощадженні кошти.

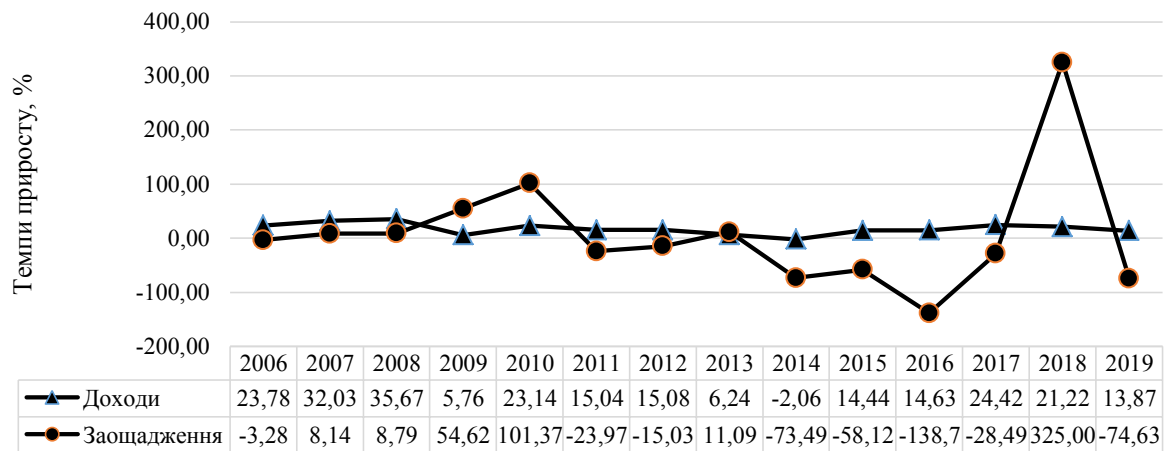


Рис. 5 Річні темпи приросту доходів та заощаджень домогосподарств в Україні протягом 2006-2019 років

Джерело: розраховано автором

Як свідчать дані таблиці 3, якщо наприкінці 2009 року обсяг грошового агрегату М0 складав 157029 млн грн., то до кінця 2019 року цей показник перевищив 384366 млн. грн., частина з яких – це кошти домогосподарств, які за відповідних умов можуть перетворитись на банківський ресурс.

Таблиця 3

Динаміка грошових агрегатів України за період 2009-2019, млн грн.

Рік	М0	М3	М0/М3, %
2009	157029	487298	32,22
2010	182990	597872	30,61
2011	192665	685515	28,11
2012	203245	773199	26,29
2013	237777	908994	26,16
2014	282947	956728	29,57
2015	282673	994062	28,44
2016	314394	1102700	28,51
2017	332542	1208859	27,51
2018	363629	1277635	28,46
2019	384366	1438311	26,72

Джерело: розраховано автором за матеріалами [54]

Узагальнюючи результати дослідження, слід констатувати, що з огляду на роль заощаджень у суспільстві саме стан заощаджень домогосподарств відображає процеси загальноекономічного розвитку України, зокрема, соціальні аспекти, а також розвиток фінансової і банківської систем.

Висновки. Підсумовуючи вищесказане можна зробити висновок, якщо не передбачати істотного погіршення економічної ситуації, але збереження негативних, однак властивих, вітчизняній економіці явищ таких, як: інфляція, девальвація, бідність населення, деіндустріалізація, розширення обсягів спекулятивних фінансових операцій, у 2020 р. очікується зниження рівня трансформації заощаджень домогосподарств у інвестиційні ресурси. За доцільне, є запровадження комбінованої системи гарантування депозитних вкладів домогосподарств в Україні, в якій система базового гарантування вкладів на суму до мінімального ліміту через Фонд гарантування вкладів фізичних осіб доповнюється системою додаткового гарантування вкладів на суму понад ліміт, через систему страхового ринку. Тому, подальші розробки повинні бути зосереджені на активізації макроекономічних спонукальних заходів щодо прийняття домогосподарствами мотиваційних рішень до заощаджень.

Список літератури:

1. Гудзь Т.П. Сучасні тенденції розвитку заощаджень українських домогосподарств із використанням банківських продуктів. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2019. № 3 (94). С. 77-87. DOI: <http://doi.org/10.37734/2409-6873-2019-3-8>.
2. Коваленко В.В., Сергєєва О.В. Заощадження населення у формуванні фінансових ресурсів банків. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 28. С. 275-283.
3. Щуревич О., Стахів І. Підвищення довіри до банківської системи України. *Світ фінансів*. 2020. 2 (63). С. 24-35.
4. Trust by Esteban Ortiz-Ospina and Max Roser. URL : <https://ourworldindata.org/trust/>.
5. Рівень довіри до суспільних інститутів та електоральні орієнтації громадян України URL : <http://razumkov.org.ua>
6. Більше половини українців не довіряють банкам. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/10144520-bilshe-polovini-ukrajinciv-nedoviryayut-bankam-doslidzhennya.html>.
7. Петрик М., Місюрак Ю., Панич О. Роль індикаторів довіри до фінансового ринку у діяльності банків. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2019. Вип. 57. С. 143-153.
8. Global RepTrak – 2020's Most Reputable Companies Worldwide. URL: <https://www.reprtrak.com/global-reprtrak-100/>
9. Пасажко Т. С. Роль заощаджень населення в економіці та фінансовий механізм їх активізації. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Економіка*. 2015. Т. 23. Вип. 9 (2). С. 87–93.
10. Кізима Т. О. Заощадження домашніх господарств: сутнісно-теоретичні та класифікаційні аспекти. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2010. № 10 (113). С. 200-206.
11. Доходи та витрати населення України URL : https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/gdn/dvn_ric/dvn_ric_u/arh_dvn_kv_u.htm. (дата звернення: 10.05.2020).
12. Середньомісячна заробітна плата за регіонами за період з початку року у 2020 році. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2017/gdn/reg_zp_p/reg_zpp17_u.htm. (дата звернення: 10.05.2020).
13. Макроекономічний та монетарний огляд, травень 2020. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/makroekonomichniy-ta-monetarniy-oglyad-traven'-2020-roku>. (дата звернення: 10.05.2020).

Reference:

1. Hudz, T.P. (2019) Current trends in the development of savings of Ukrainian households using banking products. *Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade*, 3 (94), 77-87. DOI: <http://doi.org/10.37734/2409-6873-2019-3-8>. [in Ukrainian].
2. Kovalenko, V.V. & Sergeeva, O.V. (2019) Savings of the population in the formation of financial resources of banks. *Market infrastructure*, 28, 275-283. [in Ukrainian].
3. Shchurevych, O. & Stakhiv, I. (2020) Increasing confidence in the banking system of Ukraine. *The world of finance*, 2 (63), 24-35. [in Ukrainian].
4. Trust by Esteban Ortiz-Ospina and Max Roser. Retrieved from: <https://ourworldindata.org/trust/>.
5. Level of trust in public institutions and electoral orientations of citizens of Ukraine (2020). Retrieved from: <http://razumkov.org.ua>. [in Ukrainian].
6. More than half of Ukrainians do not trust banks (2019). Retrieved from <https://www.unian.ua/economics/finance/10144520-bilshe-pолоvini-ukrajinciv-nedoviryayut-bankam-doslidzhennya.html>. [in Ukrainian].
7. Petryk, M., Misyurak, Y. & Panych, O. (2019) The role of indicators of confidence in the financial market in the activities of banks. *Bulletin of Lviv University. The series is economic*, 57, 143-153. [in Ukrainian].
8. Global RepTrak – 2020's Most Reputable Companies Worldwide (2020). Retrieved from: <https://www.reprtrak.com/global-reprtrak-100/>
9. Pasazhko, T.S. (2015) The role of savings in the economy and the financial mechanism of their activation. *Bulletin of Dnipropetrovsk University. Series: Economics*, 23, 9 (2), 87–93. [in Ukrainian].
10. Kizima, T.O. (2010) Household savings: essential-theoretical and classification aspects. *Formation of market relations in Ukraine*, 10 (113), 200-206. [in Ukrainian].
11. State Statistics Service of Ukraine (2020) Incomes and expenditures of the population of Ukraine. Retrieved from https://ukrstat.org/uk/operative / operative2007 / gdn / dvn_ric / dvn_ric_u / arh_dvn_kv_u.htm. (accessed May, 10, 2020). [in Ukrainian].
12. State Statistics Service of Ukraine (2020) Average monthly wages by region for the period from the beginning of the year in 2020. Retrieved from https://ukrstat.org/en/operativ/operativ2017/gdn/reg_zp_p/reg_zpp17_u.htm. (accessed May, 10, 2020). [in Ukrainian].
13. National Bank of Ukraine (2020) Macroeconomic and Monetary Review (2020). Retrieved from <https://bank.gov.ua/ua/news/all/makroekonomichniy-ta-monetarniy-oglyad-traven-2020-roku>. (accessed May, 10, 2020). [in Ukrainian]

УДК 336.7

DOI:10.32680/2409-9260-2020-3-4-276-277-69-81

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕВОЛЮЦІЇ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ЩОДО СУТНОСТІ БАНКУ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ БАНКУ

Онищенко Ю. І., кандидат економічних наук, доцент кафедри банківської справи, Одеський національний економічний університет, Одеса, Україна
e-mail yulia51984@gmail.com
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3114-4504>

Анотація. Метою статті є дослідження еволюції теоретичних підходів щодо сутності банку як основи формування бізнес-моделі банку. Методика. Під час проведення дослідження використані загальнонаукові та спеціальні методи такі, як: наукова абстракція, індукція та дедукція, аналіз та синтез, логіко-історичний. Результати. На підставі теоретичних узагальнень в статті визначено, що з еволюцією банківської діяльності відбувалася й еволюція уявлення людей щодо сутності банків та їх ролі в економіці країни. Доведено, що основою успішного впровадження банківської діяльності на кожному з етапів була довіра до того інституту, який виконував роль банку. Практична значимість. Теоретична значущість полягає в тому, що створене теоретичне підґрунтя щодо доцільності формування та оцінки бізнес-моделі банку, так як оцінка зміни бізнес-моделі дозволяє проаналізувати основну логіку того, як фірма зміниться з часом, щоб залишатися прибутковою в динамічних умовах. Отримані результати в подальшому будуть використані для дослідження сутності поняття «бізнес-модель банку» та впровадження методології щодо її використання не тільки при формуванні моделі банківського нагляду в країні, але і в діяльності кожного банку як ефективного інструмента оцінки стратегії його розвитку.

Ключові слова: банк, банківська діяльність, банківська система, банківський нагляд, фінансове посередництво, теорія банківської фірми, бізнес-модель банку

EVOLUTION OF THEORETICAL APPROACHES TO THE BANK ESSENCE AS THE BACKGROUND FOR THE BANK BUSINESS MODEL FORMATION

Onyshchenko Y. I., PHD in Economy, Associated Professor of Banking Department, Odessa National Economic University, Odessa, Ukraine
e-mail yulia51984@gmail.com
ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-3114-4504>

Abstract. The purpose of the article is to study the evolution of theoretical approaches to the essence of the bank as a basis for forming a bank business model. The object of the research is the processes of development and formation of banks in the historical context, as well as the evolution of the bank essence as an economic entity, which contributed to the formation of the background for business model using in bank activity. One of the main problems of the research is the grounding of the advisability of business model forming in the bank's activity. The information base of the study is the Law of Ukraine "On Banks and Banking", as well as scientific publications on the problems of defining the essence of the bank. During the research, general scientific and special methods were used, such as: scientific abstraction, induction and deduction, analysis and synthesis, logical-historical. On the basis of theoretical generalizations in the article it is determined that with the evolution of banking there was an evolution of people's ideas about the essence of banks and their role in the economy. It is proved that the basis for the successful implementation of banking activities at each stage was the trust in the institution that performed the role of the bank. In the article the author proposes a new concept of a banking firm - a bank as a socially responsible institution.

The bank's interaction with society should be based on a clear understanding of the bank's social mission. Thus, the concept of "bank as a socially responsible institution" is implemented by coordinating the bank's development strategy with the strategy of financial sector development in the country, which brings the bank closer to its customers and makes its activities more open, accompanied by financial inclusion and financial literacy. The theoretical value is that the theoretical basis for the feasibility of forming and evaluating the bank's business model, as the assessment of changes in the business model allows you to analyze the basic logic of how the firm will change over time to remain profitable in a dynamic environment. The results will be further used to study the essence of the concept of "business model of the bank" and implement a methodology for its use not only in the formation of the model of banking supervision in the country, but also in the activities of each bank as an effective tool for evaluating its development strategy.

Keywords: bank, banking activity, banking system, banking supervision, financial intermediation, banking firm theory, bank business model

JEL Classification: G20, G21, L21, L25

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Бізнес-модель є відносно новим поняттям, що з'явилося в економічній науці в 90-х рр. XX ст. Відсутність єдиного підходу щодо трактування поняття «бізнес-модель», невизначеність концептуальних та методологічних основ формування, ідентифікації та оцінки бізнес-моделей економічних суб'єктів істотно ускладнюють використання даного інструменту не тільки в емпіричних дослідженнях, але й в теоретичних, особливо, в межах окремих секторів економіки.

Загально визнаним є твердження, що класична бізнес-модель використовується для організації та ведення бізнесу через відображення логіки діяльності будь-якого підприємства. Отже, вивчення бізнес-моделей банків пов'язано із трансформацією сутності банку, діяльність якого сьогодні прирівнюється до фірми, що діють на фінансовому ринку.

Сьогодні спостерігається тенденція динамічної еволюції та постійної адаптації діяльності банків до змін, що відбуваються на світовому фінансовому ринку, та до нової філософії банківського бізнесу, орієнтованої на кінцевих споживачів. Так, сучасний банк – це банк з новими бізнес-стратегіями, що втілюються у формуванні інноваційних бізнес-моделей на основі використання фінансових технологій. Динамічний розвиток інформаційних і телекомунікаційних технологій нівелює часові та географічні кордони і, хоч значно покращує та полегшує здійснення банківської діяльності у всьому світі, однак робить банк доступнішим та зрозумілішим для його клієнтів.

При цьому банки залишаються центром економічного механізму та взаємодіють не тільки з усіма економічними суб'єктами, але й населенням, що потребує дослідження еволюції теоретичних підходів щодо сутності банку з метою визначення особливості напрямів використання такого інструменту як бізнес-модель в його діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Зазначимо, що дослідженню історії розвитку банківської діяльності приділено увагу у працях як зарубіжних, так і вітчизняних вчених: В. Коваленко, О. Коренєва, О. Крухмаль, Л. Кузнєцова, Ф. Мішкін, М. Могильницька, А. Мороз, О. Орлюк, П. Роуз, Дж. Сінкі, М. Савлук, М. Тейлор, К. Черкашина.

Однак безпосередньо формуванню бізнес-моделей банків присвячено небагато праць вітчизняних економістів, серед яких можна виділити Г. Бортников, О. Заруцька, Д. Павлище, Т. Павлова, Г. Панасенко, Н. Пантелєєву, Д. Поکیدіна, В. Рашкована, А. Синюк, В. Хмарський. Особлива увага в цих роботах приділена проблемам ідентифікації бізнес-моделей банків. Так, В. Рашкован та Д. Поکیدін визначають бізнес-модель банку як «те, чим

підприємства однієї галузі відрізняються одне від одного» [1], проте зазначимо, що дослідження бізнес-моделі банку в даному напрямі не визначає специфіку банківської діяльності, а навпаки ототожнює банк із звичайним підприємством. Навпаки А. Деркаченко та Ю. Худолій вважають, що бізнес-модель банку визначає основні поняття і об'єкти, що становлять зміст банківського бізнесу, а також відносини взаємозв'язку між ними [2], що дозволяє для ідентифікації бізнес-моделей банків в якості первинної ознаки застосовувати основні напрямки його діяльності.

Аналіз підходів щодо визначення сутності поняття «бізнес-модель банку» дозволяє стверджувати, що основною метою використання даної дефініції є забезпечення ідентифікації бізнес-моделей банків в банківській системі.

Автори не пов'язують необхідність застосування даної категорії щодо банків із трансформацією уявлення щодо сутності банку та його діяльності, особливо в умовах глобальної цифрової трансформації. А, отже, відсутнє обґрунтування доцільності формування бізнес-моделі банку при організації його діяльності.

Мета статті полягає у дослідженні еволюції теоретичних підходів щодо сутності банку як основи формування бізнес-моделі банку. Для досягнення мети потрібно вирішити такі завдання: дослідити еволюцію уявлення щодо сутності банку, визначити особливості діяльності банків в концепції фінансового посередництва, проаналізувати еволюцію теорії банківської фірми, розробити рекомендації щодо необхідності формування бізнес-моделі банку.

Виклад основного матеріалу. Дослідження економічної літератури показало, що банківська діяльність розглядається через банківські операції та послуги, що надаються банками при наявності банківської ліцензії, що повністю відповідає законодавчому визначенню даної категорії. [3] При цьому варто підкреслити, що наявність банківської ліцензії є необхідною умовою, так як через значну ризикованість банківської діяльності, а також через те, що банки є обов'язковим суб'єктом грошового обігу, їх діяльність має постійно перебувати під наглядом та регулюватися з боку держави, що сприятиме підтриманню стабільності всієї грошово-кредитної системи та довіри до неї з боку населення, що підтверджується і еволюцією банківської діяльності в світі. Зазначимо, що з еволюцією банківської діяльності відбувалася й еволюція уявлення людей щодо сутності банків. (рис. 1)

Підкреслимо, що основою успішного впровадження банківської діяльності на кожному з етапів була довіра до того інституту, який виконував роль банку. Так, на першому етапі храми були основними прототипами банків, з одного боку, через їх недоторканість, а, з іншого, через довіру людей до жерців. На другому етапі, ця роль дісталася Ордену тамплієрів – одній з найвпливовіших на той час релігійно-військових організацій з тих самих причин: вони могли захистити гроші, надані їм на зберігання, і користувалися довірою хрестоносців.

З занепадом даної організації, через різноманітність мінової одиниці та зловживання міняйл, громадські банки, які згодом отримали назву жиробанків, почали створюватися при міських управліннях, тобто довіра до даних банків почала забезпечуватися міською владою. А концентрація емісії банкнот в одному банку та створення Центрального банку на четвертому етапі привело до централізованого регулювання банківської діяльності в країнах світу в межах створених банківських систем.

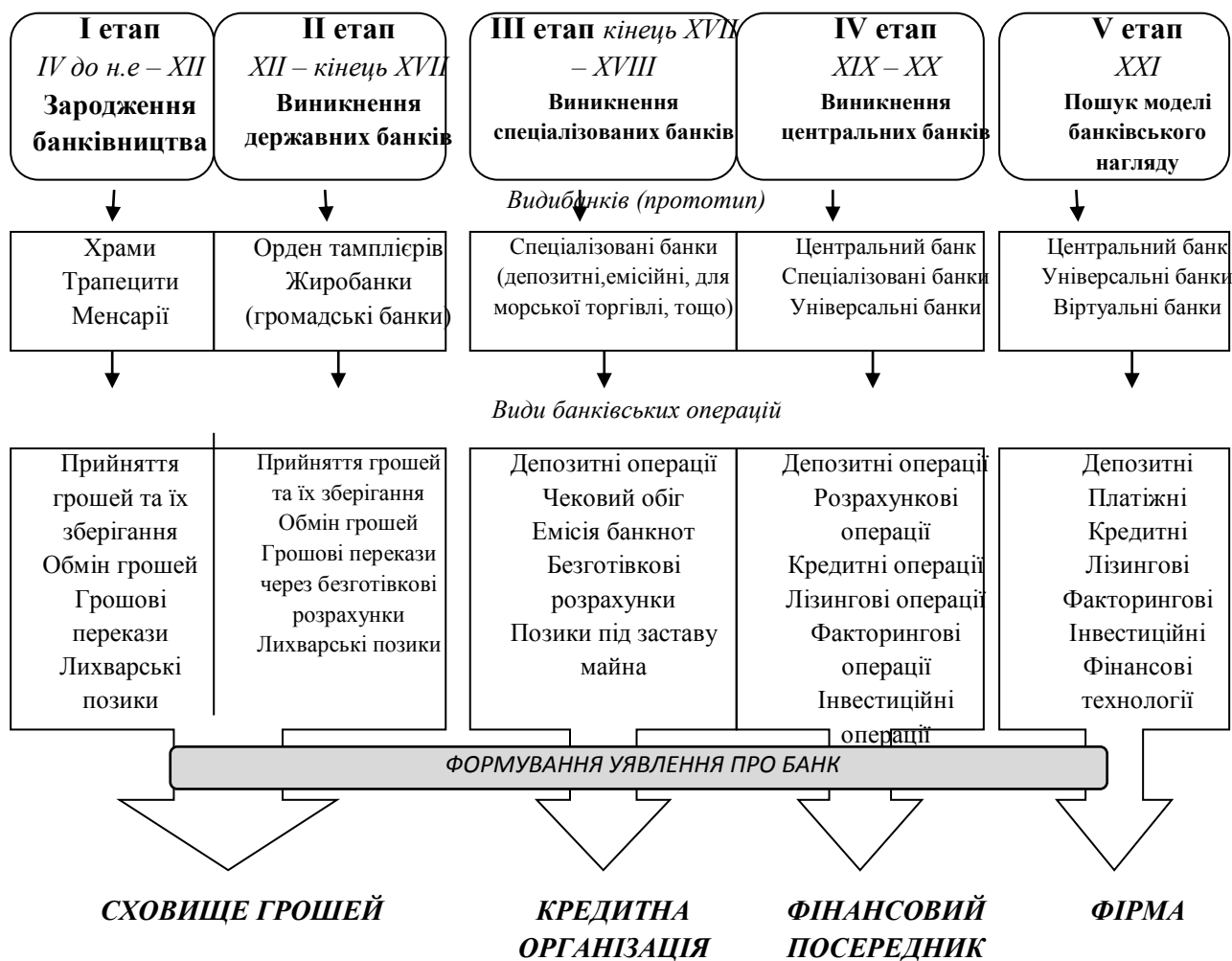


Рис. 1. Еволюція уявлення щодо сутності банку

Як видно з рисунку, на першому та другому етапах розвитку банківської діяльності банки сприймалися лише як зберігачі грошей. Однак з виникненням та розвитком поняття «кредит» на третьому етапі розвитку банківської діяльності трансформується уявлення щодо банків, так як саме банки, концентруючи в собі вільні грошові ресурси [4], стають основними учасниками кредитних відносин. Банки сприймаються як кредитні організації, які надають кредити під помірний відсоток, що стає основою створення спеціалізованих банків: депозитних, емісійних, для морської торгівлі, тощо. Таким чином, кредитна організація на даному етапі – це така форма еволюції банківської діяльності, при якій банківські, грошові та розрахункові операції концентруються в єдиному центрі. [5]

Перша половина XIX ст. характеризувалася значними соціально-економічними змінами: завершився процес первинного нагромадження капіталу, відбулася промислова революція, почався бурхливий розвиток ринкових відносин, що обумовило IV етап розвитку банківської діяльності та стало причиною формування повноцінних банківських систем в країнах світу, де на першому рівні знаходиться центральний банк, а на другому – всі інші банківські установи. За центральним банком поступово закріплюється роль регулятора, що проявляється в його функціях, таких як емісійний центр, банк банків, банк уряду, розрахунковий центр та орган регулювання економіки, що впроваджує монетарну політику в

країні. Паралельно відбувається становлення банків другого рівня, кількість яких починає збільшуватися високими темпами. Конкуренція серед банків призводить до універсалізації діяльності банків та розширення спектру банківських операцій.

З розвитком та становленням банків продовжує еволюціонувати і уявлення щодо їх сутності. Так, на початку XX ст. почала формуватися концепція фінансового посередництва, яка сформувала методологічний підхід щодо обґрунтування діяльності банків на фінансових ринках, які забезпечують безперервність руху капіталу між економічними суб'єктами, стимулюючи економічне зростання. Передумови формування та еволюції теорії фінансового посередництва представлені на рис. 2.

Основи теорії фінансового посередництва, на нашу думку, заклали А. Пігу в своїй праці «Економічна теорія добробуту» (1924 р.) [6], де запропонував теорію ефективного розміщення капіталу. А. Пігу при дослідженні капіталу підприємства, виокремлював два фактори, що могли поєднуватися у різній пропорції, використання капіталу: очікування (відстрочка споживання благ, тобто збереження) та тягар невизначеності (можливість інвестування). Вирішення протиріч між факторами використання капіталу А. Пігу бачив в їх розподілі на основі отримання гарантій – через банки або фондові біржі [6, С. 233-235], що дозволяє закріпити очікування (заощадження) за одними економічними суб'єктами і тягар невизначеності за банками, які здатні мінімізувати невизначеність при розміщенні капіталу.

Теорія фінансового посередництва отримала подальший розвиток в дослідженнях Дж. М. Кейнса, який при формулюванні сутності заощаджень та інвестицій стверджував, що ці дві величини є рівними, що «витікає із їх двостороннього характеру». [7] Оскільки джерело інвестицій – це заощадження, то важливою економічною проблемою є перетворення заощаджень в інвестиції, і в цьому процесі головна роль відводиться фінансовим посередникам (банкам).

В економічній теорії надалі питання фінансового посередництва підіймається монетарним посткейнсіанством: маса грошей визначається не зовнішніми (екзогенними) по відношенню до приватного сектора чинниками (Центральним банком), а формується ендегенними чинниками – створюється всередині економіки за рахунок взаємодії економічних суб'єктів приватного сектору, перш за все корпорацій і комерційних банків. Х.Ф. Мінські був провідним представником монетарного посткейнсіанства і його власний підхід «... спирається на спекулятивно-фінансову парадигму – образ банкіра, що робить свій бізнес на Уолл-Стріт» [8, С. 58].

Зазначимо, що фінансові посередники починають вивчатися не тільки головною течією економічної теорії, до яких належать неокласична теорія, кейнсіанство та посткейнсіанство, але паралельно їх роль досліджується у теорії економічного зростання. В праці «Теорія економічного розвитку» Й. Шумпетер усебічно проаналізував проблему вилучення ресурсів із традиційних галузей з метою їх ефективнішого використання в нових (інноваційних) видах діяльності. Провідна роль у забезпечуванні нового поєднання факторів виробництва фінансовими ресурсами відводиться банкам, і відповідно роль фінансового посередництва полягає не стільки в забезпеченні кількісного приросту інвестицій, скільки в поліпшенні якості інвестицій. [9, С.168-169].

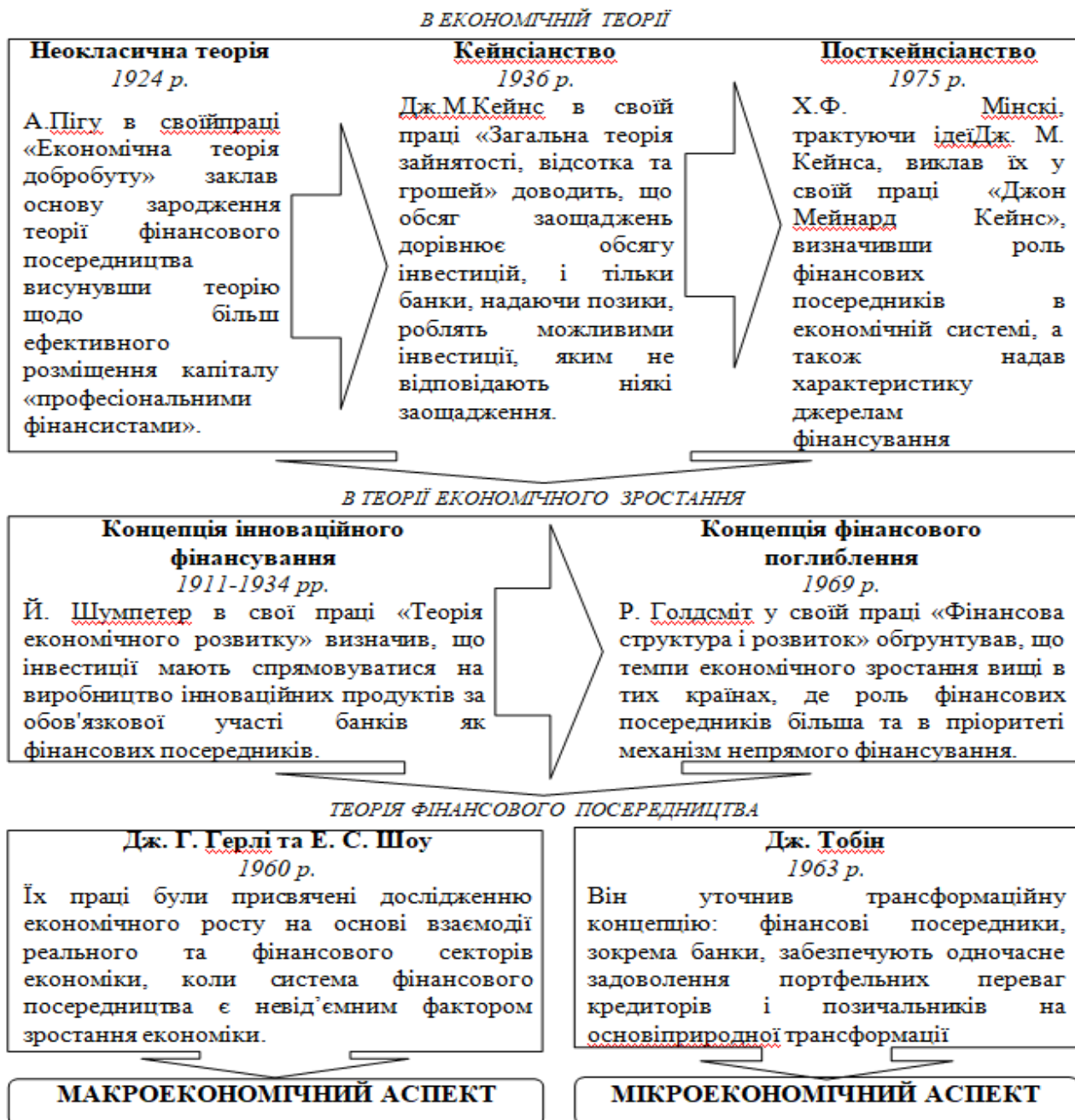


Рис. 2. Передумови формування та еволюції теорії фінансового посередництва

Джерело: складено автором за: [6-11]

Ідеї Й. Шумпетера щодо економічного зростання отримали розвиток та були частково реалізовані в дослідженнях Р. Голдсмита. Вчений, проаналізувавши залежність між показником розміру фінансової системи, і економічним зростанням в країні, довів, що темпи економічного зростання є вищими в тих країнах, де роль фінансових посередників більша. [10]

Таким чином, можна побачити, що до середини ХХ ст. сформувалося уявлення про банки як про фінансових посередників, які впливають на економічне зростання в країні та назріла нагальна необхідність щодо формування єдиної концепції, яка б визначала їх сутність, функції та роль в економіці. Дана концепція знайшла своє відображення в теорії

фінансового посередництва, основи якої заклали американські економісти Дж. Г. Герлі та Е. С. Шоу. Їх праці були присвячені макроекономічним аспектам економічного росту на основі взаємодії реального та фінансового секторів економіки. Вони провели аналіз економічного розвитку США I половини XX ст., на основі статистичних даних, який довів, що:

- економічний розвиток заснований на значному збільшенні випуску фінансових інструментів, особливо боргових цінних паперів;

- виникнення численних фінансових посередників (банків) супроводжується виникненням конкуренції між ними, а також сприяє загостренню їх конкуренції з суб'єктами прямого фінансування, що, в свою чергу, породжує тенденцію відносного зниження темпів зростання і економічного значення банківського сектору;

- функціональна єдність фінансових посередників полягає в тому, що при всіх зовнішніх відмінностях їх діяльність підпорядкована єдиному принципу – випуск власних зобов'язань для запозичення кредитних фондів у зберігачів (вкладників) і передача отриманих коштів інвесторам (позичальникам) в обмін на їхні прямі зобов'язання. [10]

Отже, Дж. Г. Герлі та Е. С. Шоу приділяли увагу дослідженню макроекономічного аспекту фінансового посередництва, що й стало основою теорії фінансового посередництва, яка отримала подальший розвиток у працях таких вчених, як Дж.Стігліц, А.Вайс, Р. Левін, О. Галетович, К. Маєр, В. Карлін. Варто підкреслити, що їх дослідження присвячені вивченню ролі фінансового посередництва в економічному зростанні країн світу та аналізу фінансових інститутів, які можуть виконувати роль фінансових посередників, в їх взаємодії на фінансовому ринку. І якщо на етапі зародження та формування даного економічного напрямку увага приділялася виключно вивченню сутності банків, що спричинило трансформацію уявлення про банки як фінансових посередників, то наприкінці XX ст. акцент поступово почав зміщуватися на небанківські фінансові установи.

В свою чергу в 1963 році Дж. Тобін уточнив трансформаційну концепцію, запропонувавши «нове бачення» [11]: фінансові посередники, зокрема банки, забезпечують одночасне задоволення портфельних переваг кредиторів і позичальників. І саме Дж. Тобін заклав основу дослідження мікроекономічного аспекту фінансового посередництва, що отримало подальший розвиток в теорії банківської фірми і сформувало уявлення щодо сутності банку як окремої фірми наприкінці XX – початку XXI ст.

З другої половини XX ст. для банків почалася епоха конкуренції. Якщо раніше клієнт сам йшов до банку для відкриття рахунку та отримання банківських послуг, то зараз банки почали пропонувати клієнтам, в першу чергу – підприємцям, послуги прямо «вдома», змагаючись в тому, хто запропонує більш вигідні умови. Саме загострення конкуренції між банками за приватних клієнтів, доходи яких суттєво підвищились, і не тільки в межах однієї країни, а на міжнародному ринку, вплинув на зміну сутності банків, і вони почали сприйматися як фірми, які впроваджують діяльність, хоч і із специфічним товаром – «гроши́ма». Підтвердженням розвитку уявлення про банки та трансформації їх сутності від звичайних фінансових посередників до фірм, є прийняття «Міжнародної конвергенції щодо вимірювання та вимог до капіталу» (Базелю I) у липні 1988 року, яка мала на меті створення однакових конкурентних умов для міжнародно-активних банків.

Теорія банківської фірми почала формуватися в межах більш загальної теорії фірми. Зазначимо, що еволюція теорії банківської фірми – це трансформація спрощених уявлень про банк як економічного агента в більш складні, що поступово розкриває природу, поведінку, еволюцію та інші аспекти діяльності банку. Найбільш відомі концепції банківської фірми представлені в таблиці 1.

Дослідження еволюції уявлення щодо сутності банку показало, що до світової фінансової кризи 2008 року банк розглядався як фірма, яка є «чорним ящиком», що акумулює грошові ресурси в банківські продукти, автоматично застосовуючи правило максимізації прибутку. Підкреслимо, що світова фінансово-економічна криза 2008 року показала, що регулювання всіх сфер банківської діяльності є одним з основних критеріїв забезпечення як стійкості та надійності банківської системи, так і банків зокрема.

Таблиця 1

Розвиток концепцій банківської фірми

<i>Концепція</i>	<i>Автори теорії</i>	<i>Сутність концепції</i>	<i>Функція банку</i>	<i>Мета банку</i>
банк як фінансовий посередник	G. Daly (1971) [12], G. Benston, C. Smith (1976) [13]	фірма, що надає послуги в особливій сфері – фінансовій	переміщення надлишкових коштів у виробничі інвестиційні проекти	зниження трансакційних витрат за рахунок виробництва особливих фінансові продуктів та послуг
банк як виробник фінансових продуктів та послуг	J. Scott (1978) [14], F. Edwards (1977) [15]	утворення банківського портфелю	функціонер фінансового ринку	зниження витрат на основі удосконалення технологій та оптимізації портфеля послуг
банк як мультиполікатор росту	D. Hodgman (1964) [16], S. King (1986) [17]	розширення та ріст обсягів депозитів під впливом виданих позик, при якому інвестиції обумовлюють ріст виробництва	емісійна функція, яка дозволяє формувати власні грошові потоки	підйом ділової активності за рахунок здійснення впливу на ріст грошової маси в обігу, що сприятиме або виходу із кризи, або інфляційним процесам
банк як делегований контролер	D. Diamond (1984) [18], C. James (1987) [19]	неповнота інформації у вкладника про інвестора, який бажає отримати дохід, використовуючи його грошові кошти	1) посередника, що забезпечує вивільнення часу власника капіталу; 2) інформатора, що здійснює відбір найбільш ефективних позичальників	зниження асиметрії інформації та морального ризику
банк як фірма, що забезпечує раціонування між споживанням та заощадженням	I. Fisher (1930) [20], R. Brealey, S. Myers (1984) [21]	економічний агент, що надає нефінансову послугу порівняння поточного та майбутнього споживання	допомагає реалізувати клієнтам різні моделі споживання та заощадження	формування ціни банківського продукту

Однак, в той же час, події, що передували кризі, виявили посилення впливу фінансового сектору на механізм функціонування економічної системи, що привело до формування двох точок зору з цього приводу:

- відповідно до концепції сучасного монетаризму, фінансовий сектор - детермінанта економічного розвитку, а відтак, збільшення масштабів фінансових ринків сприяє підвищенню ефективності економіки. Існуючі диспропорції у розвитку фінансового сектору порівняно з реальним - тимчасове явище, яке можна і потрібно уникати;

- відповідно до «гіпотези відриву» («decoupling hypothesis») фінансового сектору від реальної економіки, функціонування фінансового сектору в сучасних умовах характеризується певними протиріччями, що перетворюють його на відносно самостійну сферу та вказують на поглиблення розриву («the great divide») між фінансовим і реальним секторами економіки. [22]

Відтак, саме відрив розвитку фінансового сектору від реального, як наслідок спричинив ряд проблем, основною з яких є втрата довіри до банків зі сторони населення, що, на тлі посилення конкуренції на ринку банківських послуг, де поступово з'являються нові гравці, які розробляють та впроваджують фінансові технології, сприяло виникненню нової концепції банківської фірми – банк як соціально відповідальна установа. Під «соціальною відповідальністю» пропонуємо розуміти відповідальне ставлення банку до свого продукту або послуги, працівників, споживачів, партнерів, акціонерів, тобто всіх стейкхолдерів; активна соціальна позиція, яка полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з представниками реального сектору, населення та державної влади для ефективного сприяння рішенню гострих економічних, соціальних, гуманітарних та екологічних проблем. [23]

Отже, соціально-економічна стабільність має забезпечуватися не тільки державою, але й всіма економічними суб'єктами, особливо банками, які в погоні за надприбутками припиняють виконувати основну роль в економіці – забезпечення економічного розвитку реального сектору економіки. Взаємодія банку з суспільством має ґрунтуватися на чіткому розумінні соціальної місії банку. Відтак, концепція «банк як соціально відповідальна установа» реалізується через координування стратегії розвитку банку зі стратегією розвитку фінансового сектору в країні, що наближає банк до своїх клієнтів та робить його діяльність більш відкритою, що супроводжується розвитком фінансової інклюзії та підвищенням фінансової грамотності населення.

Даний напрям розвитку банків є доцільним після світової фінансової кризи, причиною якої, на наш погляд, стало нераціональне функціонування національних банківських систем, яке базувалося на помилках як окремих банківських установ, так і центральних банків окремих країн, що й вплинуло на світову фінансову систему. І саме світова фінансова криза сприяла пошуку нової моделі банківського нагляду, яка заснована на оцінці бізнес-моделей банків. В 2010 р. було розроблено та затверджено глобальну реформу світового банківського сектору – пропозиції Базельського комітету з банківського нагляду щодо нових банківських стандартів капіталу та ліквідності («Базель III») [24].

Отже, формування концепції банку як соціально-відповідальної установи та пошук нової моделі банківського нагляду на тлі цифрової трансформації економіки вимагають від банків чіткого розуміння та формування своєї бізнес-моделі.

При цьому важливо розуміти, що під впливом розвитку цифрової економіки мінливість зовнішнього середовища підвищується, бізнес-середовище стає більш динамічним та високо конкурентним, що, в свою чергу, впливає на діяльність банків, які

мають швидше пристосовуватися до зовнішніх умов, та координувати відповідно до них стратегію розвитку. Таким інструментом, що відображатиме варіанти розвитку банку та дозволить в короткі строки переглянути та скоригувати стратегію, сьогодні стає бізнес-модель банку, так як простіше перейти із однієї точки в іншу при чіткому розумінні того, що необхідно змінювати.

Так, поточний стан банку можна описати якоюсь сукупністю внутрішніх і зовнішніх параметрів, що визначають процеси та взаємозв'язки в банку. Безліч параметрів банку в різні моменти часу утворює простір станів банку. Отже, майбутню діяльність і розвиток банку можна описати як зміщення в просторі його станів, через поєднання стратегії розвитку банку із існуючою та майбутньою бізнес-моделями.

В такому випадку стратегія розвитку банку залежить від постійного процесу аналізу впливу різних зовнішніх і внутрішніх чинників на параметри його діяльності, прийняття та реалізацію управлінських рішень щодо коригування впливу цих параметрів для досягнення цілей діяльності банку, а саме - задоволення потреб клієнтів. Погоджуємося з Дж. Линдер та С. Кантрелл, які говорять про зміну бізнес-моделі, яка відображає основну логіку того, як фірма зміниться з часом, щоб залишатися прибутковою в динамічних умовах. [25]

Висновки. Виходячи з вище зазначеного, доцільним для банків є розуміння та формування своєї бізнес-моделі. При цьому важливо розуміти, що під впливом розвитку цифрової економіки мінливість зовнішнього середовища підвищується, бізнес-середовище стає більш динамічним та високо конкурентним, що, в свою чергу, впливає на діяльність банків, які мають швидше пристосовуватися до зовнішніх умов, та координувати відповідно до них стратегію розвитку. Таким інструментом, що відображатиме варіанти розвитку банку та дозволить в короткі строки переглянути та скоригувати стратегію, сьогодні стає бізнес-модель банку, так як простіше перейти із однієї точки в іншу при чіткому розумінні того, що необхідно змінювати. А оцінка зміни бізнес-моделі дозволяє проаналізувати основну логіку того, як фірма зміниться з часом, щоб залишатися прибутковою в динамічних умовах.

Перспективи подальших досліджень в цьому напрямку передбачають дослідження сутності поняття «бізнес-модель банку» та впровадження методології щодо її використання не тільки при формуванні моделі банківського нагляду в країні, але і в діяльності кожного банку як ефективного інструмента оцінки стратегії його розвитку.

Список літератури:

1. Рашкован В., Поکیدін Д. Кластерний аналіз бізнес-моделей українських банків: застосування нейронних мереж Кохонена. *Вісник Національного банку України*. 2016. № 12. С. 13-40.
2. Деркаченко А.В., Худолій Ю.С. Аналіз бізнес-моделей банків України. *Облік і фінанси*. 2018. №2 (80). С.76 -83.
3. Орлюк О. П. Теоретичні питання банківського права і банківського законодавства: монографія. Київ, 2003. 103 с
4. История банковского дела. URL: <http://history.banks-credits.ru/>
5. Гончарова М.В., Гончаров А.И. Население и банки: происхождение, сущность и функции кредитной организации. *Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса*. 2011. №2 (15). С. 280-282
6. Пигу А. Экономическая теория благосостояния. Том I. Пер. с англ. М.. «Прогресс». 1985. 512 с.

7. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. URL: <https://socioline.ru/files/5/316/keyns.pdf>
8. Minsky H. P. John Maynard Keynes. New York: Columbia University Press. 1975.
9. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо, 2007. 864с.
10. Goldsmith, R. W. Financial Structure and Development. New Haven. CT: Yale University Press, 1969. 561 p.
11. James Tobin. Liquidity preference as behaviour towards risk. *The Review of Economic Studies*. February, 1963, No. 67
12. Daly G.G. Financial intermediation and the theory of the firm: An analysis of savings and loan association behavior. *Southern Economic Journal*. 1971. Vol. 37. № 3. P. 283-294.
13. Benston G. J. Smith A Transactions Cost Approach to The Theory of Financial Intermediation. *The Journal of Finance*. 1975. Vol. 31. №2. P. 215-231.
14. Scott J.T. Nonprice Competition in Banking Markets. *The Journal of Finance*. 1978. Vol. 44. №3. P. 594-605.
15. Edwards F. R.. Managerial Objectives in Regulated Industries: Expense-Preference Behavior in Banking. *The Journal of Political Economy*. 1977. Vol. 85. №1. P. 147-162.
16. Hodgman D. R. Reviewed work(s): Commercial Bank Loan and Investment Policy. *The Journal of Finance*. 1964. Vol. 19. No. 3. P. 586-588.
17. King S. R. Monetary Transmission: Through Bank Loans or Bank Liabilities. *The Journal of Money, Credit and Banking*. 1986. Vol. 18. №3. P. 290-303.
18. Douglas D. W. Financial Intermediation and Delegated Monitoring. *The Review of Economic Studies*. 1984. Vol. 51. No. 3. P. 393-414.
19. James C. Some evidence on the uniqueness of bank loans. *Journal of Financial Economics*. 1987. Vol. 19. Issue 2. P. 217-235.
20. Fisher. I. The Theory of Interest, as determined by Impatience to Spend Income and Opportunity to Invest it. New York: Macmillan, 1930. 551 p.
21. Brealey and Myers. Principles of Corporate Finance URL: <http://cevdetkizil.brinkster.net/cevdetchess/tr/admin/editor/sayfalar/princf.pdf>
22. Науменкова С.В., Міщенко С.В. Ринок фінансових послуг: Навч. посіб. Київ, 2010. 532 с.
23. Дзюблюк, О.В., Стечишин Т.Б. Соціальна відповідальність банківської системи: теоретичний та практичний аспект. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2015. №2. С.101-112.
24. Влияние новых требований Базель-3 для Украины неоднозначно. URL: <http://www.ukrbanks.info>
25. Linder, J. and Cantrell, S. Changing business models: surveying and landscape. URL: http://www.businessmodels.eu/images/banners/Articles/Linder_Cantrell.pdf

References:

1. Rashkovan, V., Pokidin, D. (2016) Cluster analysis of business models of Ukrainian banks: storing Kohonen's neural patterns. *Bulletin of the National Bank of Ukraine*, 12, 13-40. [in Ukrainian]
2. Derkachenko, A., Khudoliy, Y. (2018) Analysis of business models of Ukrainian banks. *Accounting and finance*, 2 (80), 76 -83. [in Ukrainian]

3. Orlyuk, O. P. (2003) *Teoretychni pytannya bankivs'koho prava i bankivs'koho zakonodavstva*. Kyiv [in Ukrainian]
4. *Ystoryya bankovskoho dela*. Retrieved from: <http://history.banks-credits.ru/> [in Ukrainian]
5. Honcharova, M., Honcharov, A. (2011) Population and banks: origin, essence and functions of a credit institution. *Business. Education. Right. Bulletin of the Volgograd Institute of Business*, 2 (15), 280-282 [in Russian]
6. Pyhu, A. (1985) *Ékonomycheskaya teoriya blahosostoyaniya*. M.: «Prohress». [in Russian]
7. Keyns, Dzh.M. *Obshchaya teoriya zanyatosty, protsenta y deneh*. Retrieved from: <https://socioline.ru/files/5/316/keyns.pdf> [in Russian]
8. Minsky, H. P. (1975) *John Maynard Keynes*. New York: Columbia University Press.
9. Shumpeter, Y. (2007) *Teoriya ekonomichnoho rozvytku. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya*. M.: Eksmo [in Russian]
10. Goldsmith, R. W. (1969) *Financial Structure and Development*. New Haven. CT: Yale University Press.
11. Toibn, J. (1963) Liquidity preference as behaviour towards risk *The Review of Economic Studies*, 67.
12. Daly, G.G. (1971) Financial intermediation and the theory of the firm: An analysis of savings and loan association behavior. *Southern Economic Journal*, 37 (3), 283-294.
13. Benston, G. J. Smith, A. (1975) Transactions Cost Approach to The Theory of Financial Intermediation. *The Journal of Finance*, 31 (2), 215-231.
14. Scott, J.T. (1978) Nonprice Competition in Banking Markets. *The Journal of Finance*, 44 (3), 594-605.
15. Edwards, F. R. (1977) Managerial Objectives in Regulated Industries: Expense-Preference Behavior in Banking. *The Journal of Political Economy*, 85 (1), 147-162.
16. Hodgman, D. R. (1964) Reviewed work(s): Commercial Bank Loan and Investment Policy. *The Journal of Finance*, 19 (3), 586-588.
17. King, S. R. (1986) Monetary Transmission: Through Bank Loans or Bank Liabilities. *The Journal of Money, Credit and Banking*, 18 (3), 290-303.
18. Douglas, D. W. (1984) Financial Intermediation and Delegated Monitoring. *The Review of Economic Studies*, 51 (3), 393-414.
19. James, C. (1987) Some evidence on the uniqueness of bank loans. *Journal of Financial Economics*, 19 (2), 217-235.
20. Fisher, I. (1930) *The Theory of Interest, as determind by Impartience to Spend Income and Opportunity to Invest it*. New York: Macmillan. Retrieved from: http://oll.libertyfund.org/index.php?option=com_staticxt&staticfile=show.php%3Ftitle=1416&Itemid=27
21. Brealey and Myers. *Principles of Corporate Finance*. Retrieved from: <http://cevdetkizil.brinkster.net/cevdetchess/tr/admin/editor/sayfalar/princf.pdf>
22. Naumenkova, S.V., Mishchenko, S.V. (2010) *Rynok finansovykh posluh: Navch. posibnyk*. Kyiv [in Ukrainian]
23. Dzyublyuk, O.V., Stechyshyn, T.B. (2015) Social Viability of the Banking System: Theoretical and Practical Aspect. *Bulletin of the Ternopil National Economic University*. 2, 101-112. [in Ukrainian]
24. *Vlyyanye novykh trebovaniy Bazel'-3 dlya Ukrayny neodnoznachno*. Retrieved from: <http://www.ukrbanks.info> [in Russian]

25. Linder, J., Cantrell, S. Changing business models: surveying and landscape. Retrieved from: http://www.businessmodels.eu/images/banners/Articles/Linder_Cantrell.pdf

УДК 336.719

DOI:10.32680/2409-9260-2020-3-4-276-277-82-89

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИВАННЯ В БАНКІВСЬКИЙ ПЕРСОНАЛ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сергєєва О.С., кандидат економічних наук, доцент кафедри банківської справи, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна
e-mail: lenasergeeva2007@ukr.net
ORCID ID: 0000-0002-5523-3894

Анотація. У статті висвітлені практичні аспекти впливу діяльності персоналу та визначено, що інвестиції в персонал позитивно впливають на діяльність банків в цілому. Кількісні результати навчання і розвитку працівників забезпечують переважно короткостроковий економічний ефект, тоді як якісні, створюють підґрунтя для майбутнього підвищення іміджу банку, його фінансової стійкості та конкурентоспроможності. За результатами проведеної оцінки впливу інвестування в банківський персонал зазначено, що внаслідок створення сприятливої корпоративної культури; формування ефективної системи матеріальних та нематеріальних стимулів персоналу банку; інвестиції в навчання та підвищення кваліфікації персоналу є приводом до очікування збільшення чистого прибутку банківської системи України.

Ключові слова: стійкість банків, ефект, персонал, інвестиції, оцінка.

EFFICIENCY EVALUATION OF INVESTMENT IN BANKING STAFF UNDER MODERN CONDITIONS

Sergeeva Elena, PhD (Economics), Associate Professor, Odessa National University of Economics, Odessa, Ukraine
e-mail: lenasergeeva2007@ukr.net
ORCID ID: 0000-0002-5523-3894

Abstract. Introduction. Modern world realities show that the intellectualization of production processes, which involves high qualification of staff and constant professional development, is one of the most important global processes. Accordingly, the priority of the banking system in Ukraine at present should be the accumulation of qualification potential. Purpose. The operating environment in which Ukrainian banks operate is unstable and volatile, and the ability to generate cash flows with the necessary quantitative and qualitative parameters is limited. Insuring efficiency and financial stability requires special attention to the formation of highly-qualified staff, as investing in the advanced training of the banking employees the management is not primarily interested in the impact of educational programs on them, but in the profits they will bring to the bank in the future. Results. An important reserve for improving the efficiency of investments in the banking staff development is maximizing the results of their implementation. The effectiveness of any activities that improve knowledge primarily depends on the nature, features and intensity of training programs and staff daily activities. These aspects can be reflected in both quantitative and qualitative changes, in particular, increasing banking products sales, reducing staff turnover, improving the bank image, customers satisfaction and overall profits growth of the banking institution. Quantitative results of employees training and development provide mainly short-term economic effect, while qualitative ones create the basis for future improvement of the bank image, its financial stability and competitiveness. Conclusions. According to the results of the evaluation of the impact of investment in banking staff, it is defined that there is a reason to expect an increase in the net profit of the banking system in Ukraine due to the creation of positive corporate culture, formation of the effective system of tangible and intangible incentives for banking staff, investment in staff training and development.

Key words: banks stability, effect, staff, investments, evaluation.

JEL Classification: B21, C00, D03, G34.

Постановка проблеми. Сучасні світові реалії свідчать, що інтелектуалізація виробничих процесів, яка передбачає високу кваліфікацію працівників та постійне її підвищення сьогодні є одним із найбільш значущих глобальних процесів. Відповідно, пріоритетом української економічної стратегії сьогодні має стати накопичення кваліфікаційного потенціалу, що відбувається, перш за все, шляхом безперервного розвитку персоналу організацій. Саме інвестиції у розвиток банківського персоналу впливає на збільшення продуктивності, подолання кризових явищ та досягнення високих темпів економічного зростання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню питання оцінки ефективності інвестування в банківський персонал приділяють значну увагу науковці та практики банківської галузі. Великий внесок у дослідженні визначення ефективності інвестування в банківський персонал зробили наступні вітчизняні науковці: М. Зверяков, В. Коваленко, О. Сергєєва [1], В. Москаленко [2], О. Захарова [3], О. Чумаченко О., С. Фільчак. Більшість економічних праць зорієнтована на дослідженні загальних понять щодо впливу якості персоналу на банківський сектор країни.

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас подальшого детального аналізу потребує комплексне дослідження впливу інвестицій в персонал на діяльності банку з метою виявлення найбільш суттєвих проблем і визначення конкретних напрямів та пропозицій щодо проведення ефективних заходів в навчанні та підвищенні кваліфікації банківського персоналу

Мета дослідження є обґрунтування теоретичних аспектів щодо впливу персоналу на діяльність банків та формулювання рекомендацій щодо ефективності інвестування в банківський персонал.

Основний матеріал. Забезпечення стійкості банків в умовах нестабільності є одним з найбільш важливих структурних компонентів системи банківського менеджменту, оскільки на реалізацію місії банків відносно досягнення стійкого і стабільного кон'юнктурного розвитку значною мірою впливає саме ефективна інфраструктура управління банківським персоналом [1].

Операційне середовище, в якому функціонують банки України, є нестійким та мінливим, а можливості формування грошових потоків з необхідними кількісними та якісними параметрами обмежені, забезпечення ефективності діяльності та фінансової стійкості вимагає особливої уваги до формування якісного кадрового забезпечення, оскільки інвестуючи кошти у навчання банківського персоналу, керівництво перш за все цікавить не вплив освітніх програм на слухачів, а прибуток, який вони надалі принесуть банку в цілому. Важливим етапом проведення навчальних заходів з розвитку банківського персоналу є процес визначення ефективності здійснених інвестицій. У випадку інвестування в банківський персонал мінімізація витрат є недоцільною, оскільки налагодження процесу безперервного навчання в організації неможливо забезпечити без необхідної кількості вкладень. Доцільніше говорити не про мінімізацію витрат, а про їх оптимізацію. Іншим важливим резервом підвищення ефективності інвестицій у розвиток банківського персоналу є максимізація результатів від їх здійснення.

Результативність будь-яких заходів, що розвивають, перш за все залежить від характеру, особливостей та інтенсивності навчальних програм і повсякденної діяльності персоналу. Вона може відбиватися як кількісними, так і якісними змінами, зокрема, зростанням обсягу продажу банківських продуктів, приростом прибутку банківської

установи, зменшенням плинності кадрів, зростанням іміджу банку та міри задоволення клієнтів і т. ін.

Якщо узагальнити показники ефекту від інвестицій в банківський персонал, то їх можливо поділити на кількісні та якісні: до кількісних показників можливо віднести наступні: приріст загального обсягу продажів, скорочення часу проходження бізнес-процедур та технологічних процесів, зменшення кількості помилок, скорочення часу заповнення вакансій, зменшення плинності кадрів, збільшення кількості поданих раціоналізаторських пропозицій, збільшення кількості впроваджених раціоналізаторських пропозицій, збільшення частки ринку та зростання прибутку. До якісних можемо віднести: підвищення якості праці персоналу, зростання іміджу банку, покращення психологічного клімату в колективі, підвищення рівня трудової мотивації персоналу, зростання міри задоволення клієнтів, розвиток корпоративної культури в банку.

Варто зауважити, що важливими є не лише ті результати навчання, що втілюються у прирості конкретних кількісних показників (продуктивності праці, обсягів реалізації банківських продуктів) та безпосередньо призводять до зростання прибутку банку. Кількісні результати навчання і розвитку працівників забезпечують переважно короткостроковий економічний ефект, тоді як якісні створюють підґрунтя для майбутнього підвищення іміджу банку, його фінансової стійкості та конкурентоспроможності.

Одним із найрезультативніших методів оцінки віддачі від інвестицій у розвиток банківського персоналу є модель Д. Кірпатріка. Вона містить кілька рівнів, кожен з яких вимагає більш вищих методів оцінки [2].

На першому рівні здійснюється оцінка реакції персоналу на пройдену освітню програму. Проводиться збір і аналіз інформації про задоволеність (або ж незадоволеність) учасників навчання. З метою збору такої інформації використовуються стандартизовані анкети, які уточнюють ступінь корисності отриманих знань та навичок для повсякденної роботи. Такі відомості мають дуже важливе значення, оскільки працівники, які незадоволені отриманими знаннями та навичками, не будуть застосовувати їх у подальшій роботі.

Другий рівень передбачає застосування специфічного методу вимірювання знань, який дозволяє кількісно (в балах) оцінити зміни у кваліфікації працівника. Метою даного методу є виявлення співробітників, які готові до використання тих чи інших умінь, отриманих в процесі навчання. Для цього застосовується теоретична перевірка або ж симуляція у вигляді тестів. На даному етапі контролюються такі показники як активність учасника, доступність викладу матеріалу, його компетентність, мотивація та інші.

Третій рівень – «демонстрація навичок на практиці» – проводиться двома способами. Перший – передбачає застосування тестів, симуляцій та інших методів оцінювання персоналу з метою порівняння практичних умінь до і після навчання. При цьому отримані результати завжди виражаються кількісно, наприклад, зменшення кількості помилок, підвищення продуктивності праці та ін.

За допомогою другого способу здійснюється оцінка неочевидних результатів, таких як синергія у прийнятті рішень, підвищення творчої активності тощо.

Таким чином, отримані результати вважають неочевидними, оскільки вони проявляються не відразу, проте здійснюють вагомий вплив на роботу банківського працівника.

У зарубіжних компаніях досить широко застосовується модель «Таксономія Блюма», яка дає можливість не лише оцінити ефективність навчальних програм, а й сконструювати базу для їх подальшого створення. Модель «Таксономія Блюма» складається із трьох частин

– сфер, що переплітаються між собою та представляють знання (когнітивна сфера), цінності (емоційна сфера) та навички (психомоторна сфера) персоналу [3].

Кожна із трьох сфер містить в собі категорії, що показує послідовні рівні розвитку працівників у процесі їх навчання, розміщені у чіткій послідовності на основі критерію зростання складності.

Таблиця 1

Категорії моделі оцінки ефективності навчання персоналу «Таксономія Блума»

Когнітивна сфера (знання)	Емоційна сфера (цінності)	Психомоторна сфера (практичні навички)
1. Сприйняття інформації	1. Усвідомлення	1. Імітація (копіювання)
2. Розуміння	2. Відповідь (реакція)	2. Управління
3. Використання на практиці	3. Оцінка цінності (розуміння та дія)	3. Розвиток точності та чіткості
4. Аналіз інформації (її структури, елементів)	4. Організація особистої системи цінностей	4. Комбінування та інтеграція схожих навичок
5. Синтез	5. Засвоєння системи цінностей (адаптація поведінки)	5. Натуралізація (доведення до автоматизму, експертне знання)
6. Оцінка (порівняння)		

Джерело: систематизовано автором з використанням [3, с.228]

Отже, на нашу думку, система ефективного розвитку банківського персоналу повинна враховувати усі сфери представленої моделі, з метою одночасного розвитку знань, інтелекту та цінностей працівників, а також можливостей застосування на практиці отриманих умінь та навичок.

Проаналізувавши вищенаведені моделі оцінки ефективності розвитку персоналу, можна зробити висновок, що всі вони базуються на виявленні та врахуванні психологічних особливостей працівників з метою максимізації ефекту від реалізації навчальних проєктів.

Сьогодні в сучасній банківській практиці для вимірювання реакції працівників на навчальні заходи використовують наступні методи: спостереження, інтерв'ю, анкетування, тестування тощо.

Ряд теоретиків та практиків у сфері розвитку персоналу організації з метою оцінки ефективності навчальних заходів пропонують використовувати метод контрольних груп. Для прикладу, на етапі підготовки проєкту розвитку персоналу набирається група працівників та випадковим методом ділиться на дві рівні частини, одна з яких проходить навчання, а інша – ні. Після завершення навчання проводиться тестування та порівняння його результатів для обох груп з метою визначення ступеня покращення знань, вмінь та навичок працівників, що брали участь у заходах з розвитку персоналу.

Рівень відповідності отриманих в результаті навчання знань та умінь попередньо визначеним цілям розвитку банківського персоналу можна обчислити, використовуючи наступну методику. Згідно з окресленими цілями навчання формуються п'ять критеріїв, які необхідно проранжувати в порядку спадання їх важливості, присвоїти їм вагу та оцінити ступінь виконання критерію, поставивши відповідну оцінку. Питома вага критерію визначається експертним шляхом, оцінка виставляється у розрахунку від одного до десяти балів (табл. 2).

Слід зазначити, що наведені критерії є дуже узагальненими. На практиці, при оцінюванні ефективності конкретного заходу з розвитку банківського персоналу визначення критеріїв передбачає конкретизацію у їх формулюванні, відповідно до поставленої мети навчання.

На основі даних таблиці 2 можна визначити коефіцієнт адекватності навчання поставленим цілям:

$$K_{\text{адекв.}} = \frac{\sum_{i=1}^n l_i w_i}{\sum_{i=1}^n w_i b} \quad (1)$$

де b – максимальна кількість балів, яку можна отримати за кожним критерієм ($b = 10$).

Даний коефіцієнт визначає ступінь засвоєння знань, умінь, навичок та рівень виконання вимог, які ставилися перед працівниками банку до проходження ними навчання.

Наступний етап оцінки ефективності заходів, що розвивають, передбачається визначення рівня впливу результатів навчання на діяльність банку в цілому. У такому випадку, підлягають порівнянню показники (до і після навчання), що були визначені на етапі оцінки необхідності проведення навчання і на покращення яких були спрямовані реалізовані навчальні заходи (обсяг реалізації банківських продуктів, рівень продуктивності праці, ступінь задоволення клієнтів банком та ін.).

Таблиця 2

Критерії, що використовуються для визначення коефіцієнту адекватності навчання поставленим цілям

№ критерію (i)	Назва критерію ¹	Вага (w_i)	Оцінка (кількість балів) (l_i)
1.	Рівень розв'язання поставленої проблеми	0,3	
2.	Рівень отримання необхідних знань та вмінь	0,25	
3.	Можливість генерації нових ідей з певних питань чи напрямків	0,2	
4.	Вміння працювати в команді	0,15	
5.	Рівень задоволення працівників процесом навчання	0,1	

Джерело: систематизовано автором з використанням [4]

На останньому етапі здійснюється оцінка віддачі від інвестицій, що були спрямовані на реалізацію проекту з розвитку банківського персоналу. З метою отримання максимально перевірених даних необхідно ізолювати результати навчання від можливого впливу будь-яких інших факторів. Показники, що визначаються на даному етапі повинні відбивати залежність зміни прибутку банку від змін у поведінці працівників, які були викликані реалізованими навчальними заходами. З цією метою можна використати показник Дж. Філліпса ROI [5] або ж показник чистої теперішньої (дисконтованої) вартості, скорегований на розмір коефіцієнта адекватності ($K_{\text{адекв.}}$).

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CIF_t - COF_t}{(1+r)^t} \times k_{адекв} \quad (2)$$

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що оцінка ефективності навчання банківських працівників є однією із найважливіших складових будь-якого проекту розвитку персоналу. Результативна її реалізація дозволить визначити місце розвитку персоналу у процесі розвитку організації та, при необхідності, скорегувати зміст і напрямки процесів навчання працівників.

Для визначення впливу ефективності інвестицій у банківський персонал, проаналізуємо фінансовий результат у вигляді прибутку або збитку після оподаткування банків України за період з 01.01.2016 р по 01.06.2020 р (рис. 1).

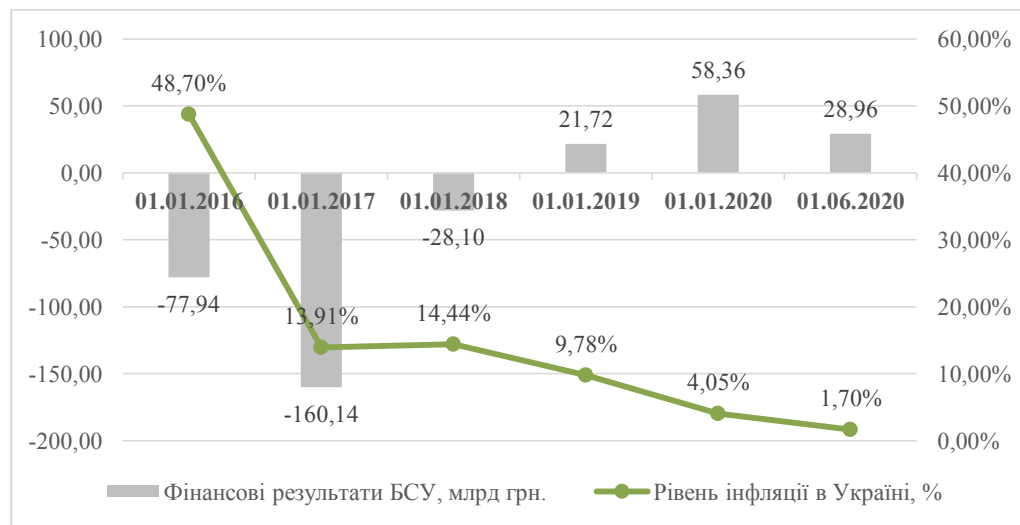


Рис. 1 Динаміка фінансових результатів БСУ та рівня інфляції в Україні за період з 01.01.2016 р по 01.06.2020 р, в млрд грн та %.

Джерело: систематизовано автором з використанням наукових джерел [6]

Як видно з рис. 1, станом на 01.01.2016 р, 01.01.2017 р та 01.01.2018 р БСУ зазнала збитків у розмірі 77,94 млрд грн, 160,14 млрд грн та 28,10 млрд грн, відповідно. А ось за останні 2 роки БСУ вдавалось виходити на позитивний фінансовий результат – прибуток у розмірі 21,72 млрд грн та 58,36 млрд грн. Також необхідно звернути увагу й на те, що за перше півріччя 2020 року був зафіксований прибуток у розмірі 28,96 млрд грн, що більше на 7,24 млрд грн, ніж річний прибуток станом на 01.01.2019 р. Така тенденція до збільшення прибутку БСУ є безперечно позитивною. Отже, можливо зазначити, що комерційними вигодами від здійснення заходів з розвитку банківського персоналу можна вважати прибутковість всієї банківської системи взагалі.

Таким чином, зроблені розрахунки підтверджують необхідність постійно здійснювати інвестування у заходи з розвитку банківського персоналу.

Наступним, вважаємо дослідити підходи щодо організації навчання банківського персоналу, як використовуються в сучасній банківській практиці (табл. 3).

Таблиця 3

Підходи щодо організації навчання банківського персоналу,
які використовуються в сучасній банківській практиці

Назва підходу	Характерні ознаки підходу	Недоліки підходу
Навчання управлінського рівня	Фінансування навчання лише управлінців та провідних кадрів банку	Не завжди відбувається процес передачі досвіду від управлінських ланок до рядових працівників, що призводить до обмеженого використання отриманих знань
Суцільне навчання персоналу	Залучення до заходів з розвитку персоналу усіх працівників	Необхідність значного обсягу фінансових ресурсів
Використання фахівців зі спеціальності	Залучення банківською установою висококваліфікованих працівників, що самостійно підтримують свою кваліфікацію	Проблеми із пошуком висококваліфікованих фахівців
	Використання непрофесійних фахівців	Висока плинність кадрів та погіршення якості праці
Підготовка персоналу безпосередньо у процесі роботи	Нові працівники відразу приступають до виконання своїх обов'язків та поступово набувають необхідних знань, вмінь та навичок на робочих місцях під керівництвом досвідчених колег	Відсутність педагогічних навичок у працівників, які здійснюють інструктаж або ж їх небажання проводити навчання нових кадрів.
Навчання банківського персоналу «за необхідністю»	Періодичне навчання окремих груп персоналу певним знанням та вмінням, під впливом вимог мінливого ринкового середовища	Навчання відбувається спонтанно та хаотично і лише у тих випадках, коли це є життєво необхідним для компанії

Як бачимо з таблиці 3, найкращим та найефективнішим є суцільне навчання банківського персоналу, проте воно потребує значних обсягів фінансових ресурсів, які, на думку багатьох керівників українських банків, є зайвими, але на сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні інвестування заходів з розвитку банківського персоналу є пріоритетним завданням для абсолютної більшості учасників фінансового ринку.

Слід зазначити, що основними чинниками, що стримують збільшення витрат на розвиток банківського персоналу в Україні, на нашу думку є: недооцінка багатьма керівниками (роботодавцями) ролі та значення професійного навчання персоналу у забезпеченні ефективної діяльності банківської установи; недостатні обсяги фінансових ресурсів вітчизняних банківських установ, що не дозволяють достатньою мірою здійснювати витрати на навчання; постійне зростання цін на освітні послуги; недосконалість сучасних технологій в банках.

Поряд із чинниками, які стримують вкладання коштів у розвиток персоналу, діють протилежні чинники, що підтверджують необхідність безперервного підвищення якості

банківських фахівців, а саме: впровадження нових технологій, збільшення комунікаційних можливостей, які змінюють характер та структуру виробництва і сервісу; кардинальні зміни попиту та поведінки споживачів в умовах банківської конкуренції; формування сучасних концепцій корпоративного управління.

Висновки. Підсумовуючи вищесказане можна зробити висновок, що у відносинах банку з персоналом, необхідно передбачати наступні заходи: створення сприятливої корпоративної культури; формування ефективної системи матеріальних та нематеріальних стимулів персоналу банку; інвестиції в навчання та підвищення кваліфікації персоналу; надання якісних та конкурентоздатних послуг клієнтам, професійне обслуговування, тісна взаємодія з акціонерами, забезпечення високої якості корпоративного управління; належне управління фінансовими та нефінансовими ризиками; дотримання правил сумлінної конкуренції, виконання зобов'язань по всім договорам вчасно і в повному обсязі. Така позитивна тенденція оновить банківський сектор України, що призведе до його прибутковості та ефективності.

Список літератури:

1. Зверяков, М. І., Коваленко В.В., Сергєєва О.С. Управління фінансовою стійкістю банків. К. Центр навчальної літератури, 2016. 520 с.
2. Москаленко, В. О. Основні складові ефективної системи навчання на підприємстві в сучасних умовах. Наукові праці НУХТ. 2011. № 41. С. 29-32.
3. Теорії навчання. Модель Д. Колба. Таксономія Блум. URL: <https://thelib.info/psihologiya/837373-teorii-navchannya-model-dkolba-taksonomiya-bluma/>
4. Захарова О.В. Управління інвестуванням у людський капітал: методологія, оцінка, планування: монографія. Донецьк: «ДВНЗ ДонНТУ», 2014. 378 с.
5. Чумаченко О., Фільчак С. Компаративний аналіз моделей оцінки ефективності розвитку персоналу. URL: <http://skhid.kubg.edu.ua/article/view/16370/13908>
6. Показники банківської системи. Статистика. Офіційний сайт Національного банку України: URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=34798593 (дата звернення: 10.07.2020).

Reference:

1. Zveryakov, M. I., Kovalenko V.V., Sergeeva O.S. (2016) Upravlinnya finansovoyu stijkisty bankiv [Management of financial stability of banks]. K.Centr uchbovoyi literatury. [In Ukrainian].
2. Moskalenko, V. O. (2011) Osnovni skladovi efekty`vnoyi sy`stemy` navchannya na pidpry`emstvi v suchasny`x umovax [The main components of an effective training system at the enterprise in modern conditions]. Naukovi praci NUXT. Vol. 41. pp. 29-32. [In Ukrainian].
3. Teoriyi navchannya. Model` D.Kolba. Taksonomiya Blum. URL: <https://thelib.info/psihologiya/837373-teorii-navchannya-model-dkolba-taksonomiya-bluma/>
4. Zaharova O.V. (2014) Upravlinnya investuvannyam u lyuds`ky`j kapital: metodologiya, ocinka, planuvannya [Management of investment in human capital: methodology, evaluation, planning]. Donecz`k: «DVNZ DonNTU» [In Ukrainian].
5. Chumachenko O., Fil`chak S. Komparaty`vny`j analiz modelej ocinky` efekty`vnosti rozvy`tku personal [Comparative analysis of models for assessing the effectiveness of staff development]. URL: <http://skhid.kubg.edu.ua/article/view/16370/13908>. (accessed July 10, 2020). [In Ukrainian].
6. Pokaznyky bankivskoji systemy. Statystyka. Oficijnyj sajт Nacionalnogho banku Ukrajiny [Indicators of the banking system. Statistics. Official site of the National Bank of Ukraine]. Retrieved from: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=34798593 (accessed July 10, 2020). [In Ukrainian].

МЕНЕДЖМЕНТ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

УДК: 338.31

DOI:10.32680/2409-9260-2020-3-4-276-277-90-96

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Кузнєцова І.О., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту організацій,
Одеський національний економічний університет,
e-mail: inna.stream@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3017-6165>

Бігунович А.В.,
менеджер ТОВ «Форстранс»

***Анотація.** В статті розглянуто розвиток концепції управління результативністю. Доведено, що в основу концепції покладено принцип єдності цілей і результатів. Доведено доцільність побудови системи управління результативністю логістичного бізнесу на засадах збалансованої системи показників, що надає можливість охопити найважливіші проєкції бізнесу. Сформовано механізм управління результативністю, який акцентує увагу на оцінюванні якісних індикаторів перебігу бізнес-процесів логістичного підприємства. Запропоновано формувати індикатори результативності за фінансовою проєкцією з використанням моделі Дюпона. З використанням експертного опитування систематизовано індикатори оцінки якості бізнес-процесів логістичного підприємства*

***Ключові слова:** управління результативністю, логістичне підприємство, бізнес-процеси, індикатори оцінки якості бізнес-процесів, збалансована система показників.*

PERFORMANCE MANAGEMENT MECHANISM OF LOGISTIC ENTERPRISE

Kuznetsova I., Doctor of Economics, Professor, Head Department of Management, Odessa National Economics University
e-mail: inna.stream@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3017-6165>

Bigunovich A.,
manager of Forstrans LLC

***Abstract.** The purpose of the article is to form a mechanism for performance management of the logistics company on the basis of systematization of relevant indicators taking into account the quality of its business processes. The article considers the concept development of performance management. It is proved that the concept of performance management is based on the principle of unity of goals and results. The expediency of building a logistics business performance management system on the basis of a balanced scorecard is proved, which provides an opportunity to cover the most important business projections. A performance management mechanism has been formed, which focuses on evaluating quality indicators of the business processes of a logistics company. The performance management mechanism includes the following components: formation of performance indicators; verification and evaluation of performance indicators; assessment of the quality of business processes of a logistics company; development of measures to increase the efficiency of the logistics company; monitoring the implementation of measures and measuring their results. It is proposed to form performance indicators according to the financial projection using the DuPont model. The main business processes of the logistics company are determined: work with clients on order*

processing; cargo delivery; customs clearance; work with customer complaints; work of commercial representatives. Using an expert survey, indicators for assessing the quality of business processes of a logistics company are systematized. It is proved that to assess the quality of business processes of a logistics company it is advisable to use the method of fuzzy logic.

Keywords: *performance management, logistics company, business processes, indicators for assessing the quality of business processes, a balanced scorecard.*

JEL Classification: G30.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Темпи розвитку ринку логістичних послуг в Україні зростають, що визначає його привабливість та посилення конкуренції. Зберегти та покращити свої конкурентні позиції можна за рахунок удосконалення існуючих технологій управління результативністю їх діяльності. Конкуренція, що посилюється, як з боку західних компаній, так і з боку динамічно зростаючих вітчизняних підприємств, вимагає мати систему показників оцінки результативності діяльності логістичного підприємства, яка зв'яже бізнес-стратегію підприємства з конкретними його завданнями. Розробка і впровадження такої системи показників дасть керівництву логістичного підприємства впевненість в ефективному управлінні бізнесом.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання управління результативністю діяльності підприємств досліджуються в багатьох роботах вітчизняних вчених. Досить довгий час тривала наукова дискусія стосовно тотожності понять «ефективність» і «результативність». В сучасних роботах їх розмежували. Змістовне і сутнісне наповнення згаданих понять досить вичерпно надано в роботах Л. Е. Касьян, Л.О. Лігоненко. Питанням проведення оцінки результативності діяльності підприємств присвячено роботи Е. Долана, П. Друкера, Г. Коккінза, О. Тищенко, М. Кизим, Л. Догадайло, С. Харченко. Дослідження цих вчених внесли істотний вклад у розвиток наукових підходів до організації процесу управління результативністю.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз досліджень з питань результативності надає можливість стверджувати, що в переважній їх більшості приділяється окремим показникам результативності, таким, як фінансовий стан, прибутковість та рентабельність, використання ресурсного потенціалу. Разом з тим поза увагою науковців залишається комплексний підхід до параметричної оцінки результативності логістичного підприємства з урахуванням специфіки його діяльності.

Постановка завдання. Метою статті є формування механізму управління результативністю діяльності логістичного підприємства на основі систематизації відповідних індикаторів з урахуванням якості його бізнес-процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах управління результативністю стає ключовим джерелом досягнення ефективності та конкурентоспроможності.

Безпосередньо становлення концепції управління результативністю розпочалося з концепції П. Друкера – управління за цілями (Management by Objectives). В ній науковець обґрунтував необхідність менеджерами фокусуватися на досягненні цілей й найкращих результатів за допомогою доступних ресурсів.

Друкер виділив низку принципів управління за цілями, які повинні бути виконані для його успішного функціонування, а саме [1]: цілі мають бути поставлені разом з працівниками; цілі мають бути сформульовані як на кількісному, так і на якісному рівнях; співробітники повинні регулярно отримувати відгуки про те, як вони просуваються в досягненні цілей; співробітники повинні отримувати винагороди за досягнення цілей; зростання і розвиток повинні бути більш пріоритетними ніж покарання.

Концепція управління за цілями П. Друкера дістала розвиток у роботах Дж. Моррісея, Дж. Одіорне, А. Райа. Науковцями в роботах було чітко визначено послідовність дій менеджерів для створення та функціонування даної системи управління.

Істотний внесок в розвиток управління результативністю зробили фінські вчені, які визначили три типи ключових результатів за допомогою яких виконання завдань та використання робочого часу й інших ресурсів можна направити на здійснення головних цілей, що стоять перед організацією [2, с.68]: результати комерційної діяльності; результати функціональної діяльності; результати підтримки (сприяють досягненню комерційних і функціональних результатів).

Аналіз наукової літератури надає можливість стверджувати, що в управлінні результативністю науковці підкреслюють системний характер цього процесу, направлений на перетворення планів у конкретні результати, які відображають успіх підприємства[3; 4; 5].

Важливим науковим внеском в концепцію управління результативністю стало дослідження С. Керр під час аналізу підсумків діяльності чисельних компаній. Він зробив важливий висновок про необхідність існування різних систем вимірювання результатів діяльності для різних цілей.

Найбільш вдало цю проблему вирішили американські вчені Р.С. Каплан і Д.П. Нортон [6] в запропонованій ними концепції збалансованої системи показників (BSC). Концепція BSC вигідно відрізняється від інших тим, що фінансові та нефінансові індикатори інтегруються з урахуванням причинно-наслідкових зв'язків [6]. Система індикаторів BSC надає можливість вимірювати результати діяльності підприємства за кількісними та якісними показниками. У такий спосіб ця концепція розширює сфери вимірювання результативності.

Критичний аналіз з розробки та впровадження BSC [7; 8; 9], надає можливість визначити перелік певних етапів: стратегічний аналіз підприємства та зовнішнього оточення; розробка стратегії підприємства; розробка стратегічної карти цілей BSC для підприємства; побудова карт цілей; розробка звітних форм; моніторинг результатів реалізації BSC. Цей перелік визначає процедуру формування BSC від розробки стратегії до формування проєкцій BSC та моніторингу результатів реалізації BSC.

Отже, Р. Каплан і Д. Нортон зробили значний внесок в розвиток моделей концепції результативності, доповнивши систему координат бізнес-простору новими вимірами.

В цілому за результатами аналізу розвитку концепції управління результативністю можна стверджувати, що в її основу покладено принцип єдності цілей і результатів.

Під час формування системи управління результативністю логістичною компанією виникають два ключових завдання: визначення переліку індикаторів за якими буде проведено оцінювання результатів та формування структури даного процесу.

На підставі вищенаведеного ми вважаємо за доцільне управління результативністю логістичного бізнесу будувати на засадах збалансованої системи показників (BSC). Класична концепція чотирьох перспектив BSC надасть можливість охопити найважливіші проєкції бізнесу та вибудувати їх в єдину інтегровану мережу.

Завдання формування структури управління результативністю ми пропонуємо вирішити на підставі циклу управління за цілями [1] та з урахуванням проєкцій BSC. Також необхідно врахувати специфіку логістичних підприємств, яка полягає в наданні послуг. У зв'язку з цим виникає необхідність оцінювати бізнес-процеси за якісними показниками. На цій підставі та виходячи з процесного підходу до управління [10], до складу операцій управління результативністю доречно віднести (Рис. 1):

- формування індикаторів результативності;
- перевірка й оцінювання індикаторів результативності;
- оцінка якості бізнес-процесів логістичного підприємства;
- розробка заходів щодо підвищення результативності діяльності логістичного підприємства;
- контроль за впровадженням заходів та вимірювання їх результатів.

Отже, нами в процес управління за результативністю внесено формування індикаторів за проєкціями BSC та акцентовано увагу на оцінюванні якісних індикаторів перебігу бізнес-

процесів логістичного підприємства. Запропонований склад операцій процесу управління й сучасна система індикаторів є інструментом, який надасть змогу націлити підприємство на виявлення найважливіших недоліків в його діяльності та отримання довгострокового успіху шляхом впровадження відповідних заходів.

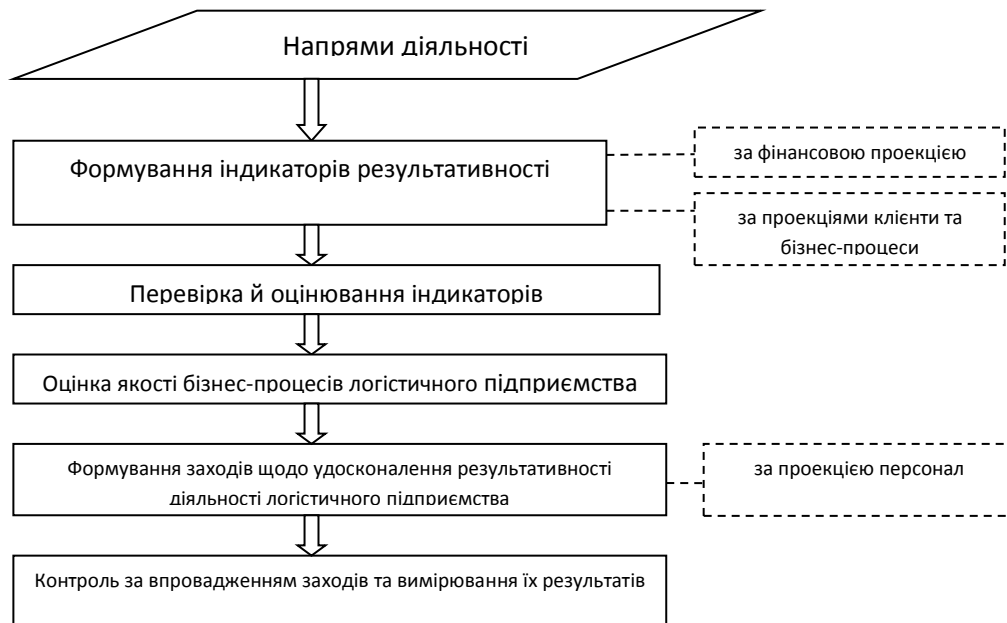


Рис. 1 Механізм управління результативністю логістичного підприємства
Джерело: розроблено авторами

Запропонований механізм управління результативністю було апробовано у логістичній компанії ТОВ «Форстрас». Компанія надає низку послуг з автотранспортних перевезень та активно розвивається на вітчизняному логістичному ринку відповідно до прийнятої стратегії. Зважаючи на поширення контейнерних перевезень підприємство постійно нарощує згаданий тип логістики. Про це свідчать результати аналізу динаміки обсягів логістичних послуг ТОВ «Форстрас», які у порівнянні з 2016 р. збільшилися в 10,5 разів (Рис. 2).



Рис. 2 Динаміка надання логістичних послуг ТОВ «Форстрас»
Джерело: складено авторами за власним дослідженням

Тенденцію динаміки перевезень компанії визначають імпорتنі вантажі. Це наглядно видно за проведеними нами розрахунками різниці між імпортними та експортними перевезеннями в середньому за три роки по місяцях (Рис. 3).

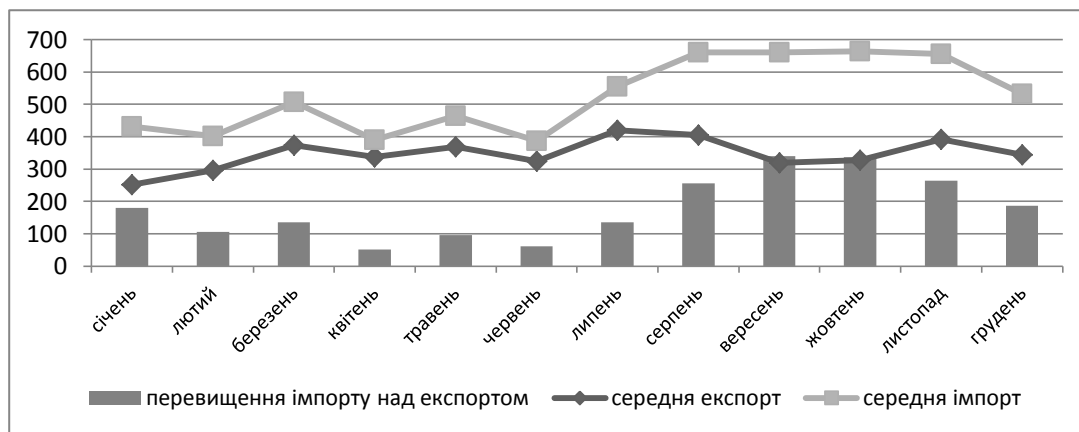


Рис. 3 Динаміка середніх за три роки експортно-імпортних перевезень за місяцями ТОВ «Форстрас»

Джерело: складено авторами за власним дослідженням

Транспортний комплекс є важливою складовою розвитку національної економіки кожної країни та основою її інтеграції у світове господарство. Частка логістично-транспортних послуг у ВВП України складає не менше 13%. Після спаду 2012 року ринок транспортних послуг України характеризується стійким зростанням вантажообігу та демонструє позитивні тенденції розвитку. Найбільш позитивним впливом на його зростання є постійне підвищення залізничних тарифів на перевезення. Привабливість ринку автотранспортних перевезень визначає інтенсивність його конкуренції, та потребує впровадження сучасних технологій управління логістичними компаніями, таких як управління результативністю.

Для формування індикаторів результативності за фінансовою проекцією ми вважаємо за доцільне використати аналіз каналів формування прибутку, який надає можливість розглянути один з ключових показників ефективності діяльності підприємства - рентабельність сукупного капіталу та його складових за двофакторною моделлю Дюпона. В моделі рентабельність сукупного капіталу розглядають як добуток рентабельності реалізації та оборотності активів. Ця модель надає можливість визначити фактори, що могли мати позитивний та негативний вплив.

В ринкових умовах задоволеність клієнтів послугами логістичного підприємства визначає його конкурентні переваги та можливість збільшувати обсяги послуг і в кінцевому разі збільшувати його прибутковість. Тому важливим є визначення показників задоволеності клієнтів якістю послуг.

Оскільки вимоги клієнтів тісно пов'язані із бізнес-процесами, то нами було визначено такі головні бізнес-процеси: робота з клієнтами щодо обробки замовлень; доставка вантажів; митне оформлення; робота з претензіями клієнтів; робота комерційних представників.

З використанням експертного опитування ми визначили та систематизували індикатори оцінки якості перелічених бізнес-процесів, які представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

Показники оцінки якості бізнес-процесів логістичного підприємства

Бізнес-процеси	Показники оцінки якості
1. робота з клієнтами щодо обробки замовлень	1.1 якість наданої інформації під час оформлення замовлення; 1.2 швидкість оброблення замовлень від клієнта; 1.3 здібність допомогти заповнити необхідні документи клієнту; 1.4 зручність заповнення документів (зручність структури, доступність у розумінні)
2. доставка вантажів	2.1 якість наданої інформації про місцезнаходження вантажу; 2.2 виконання термінів доставки вантажів; 2.3 збереження вантажу; 2.4 безпомилковість доставок

3. митне оформлення	3.1 швидкість митного оформлення; 3.2 допомога під час митного оформлення вантажів; 3.3 кваліфікована консультація під час отримання документів; 3.4 правильність заповнення супровідних документів;
4. робота з претензіями клієнтів	4.1 повнота та детальність відповідей на претензії клієнтів; 4.2 задоволеність клієнтів вирішенням проблемних ситуацій; 4.3 швидкість обробки претензій
5. робота комерційних представників	5.1 компетентність представників підприємства; 5.2 здійснення комерційним представником контактів з постійними клієнтами (регулярність, доступність комерційного представника за потреби); 5.3 розуміння комерційним представником бізнеса клієнта; 5.4 знання комерційним представником послуг, що надаються 5.5 пунктуальність комерційних представників;

Сформовані індикатори бізнес-процесів логістичного підприємства є якісними, тому ми вважаємо доцільним для вирішення завдання оцінювання їх якості використати методику нечіткої логіки.

Висновки і перспективи подальших розробок. За результатами опрацювання зроблено такі висновки:

1. за критичним аналізом наукової літератури можна дійти висновку, що управління результативністю фокусується на досягненні цілей через декомпозицію результатів діяльності. Науковці підкреслюють системний характер цього процесу. Складові механізми управління результативністю нами визначено відповідно до процесного підходу та удосконалено шляхом внесення операцій концепції BSC – формування індикаторів за проекціями: фінансова, клієнти та бізнес-процеси.

2. запропоновано формувати індикатори результативності за фінансовою проекцію на засадах поглибленого аналізу складових рентабельності сукупного капіталу за двохфакторною моделлю Дюпона.

3. Доведено, що для оцінювання якості бізнес-процесів логістичного підприємства доцільно використати метод нечіткої логіки. Формування відповідної математичної моделі є предметом подальших досліджень.

Список літератури:

1. Друкер, П. Практика менеджмента. М. Вільямс, 2000. 320 с.
2. Сайталайнен, Т., Воутилайнен Э., Порене П., Ниссинен И. Управление по результатам. М. Прогресс, 1991. 319 с.
3. Кокинз, Г. Управление результативностью. Как преодолеть разрыв между объявленной стратегией и реальными процессами. М. Альпина Паблишер, 2017. 316 с.
4. Тесленок, І. М., Михайлова О. В., Богаченко О. П. Сучасні підходи до визначення результативності управління підприємством. *Економічний вісник Донбасу*. 2012. № 1 (27). С. 208-212.
5. Тищенко, А. Н., Кизим Н. А., Догдайло Я. В. Экономическая результативность деятельности предприятий: монография. Харьков: ИД „ИНЖЭК”, 2005, 144 с.
6. Каплан, Р. С., Нортон Р. С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М. Олімп- Бізнес, 2004. 320 с.
7. Батанова, Т. В. Методологічні аспекти розробки системи збалансованих показників діяльності підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2014. №3. С. 79-83.
8. Нивен, П. Р. Сбалансированная система показателей: Шаг за шагом. М. Баланс клуб, 2004. 315 с.
9. Пешко, А. В. Збалансована система показників у формуванні стратегії розвитку організації і підприємств: монографія. Київ: КВІЦ, 2007. 272 с.
10. Кузнецова, І. О., Карпенко Ю. В., Репін А. О. Прийняття управлінських рішень з удосконалення логістичної системи. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2020. № 2 (73). С. 136-149.

References:

1. Druker, P. (2000) Praktika menedzhmenta [Practice of Management] M. Vil'yams. [In Russian].
2. Sajtalajnen, T., Voutilajnen E., Porene P., Nissinen I. (1991) Upravlenie po rezul'tatam [Results Based Management] M. Progress. [In Russian].
3. Kokinz, G. (2017) Upravlenie rezul'tativnost'yu. Kak preodolet' razryv mezhdu ob'yavlennoj strategiej i real'ny'mi processami [Performance management. How to bridge the gap between the announced strategy and real processes] M. Al'pina Biznes Buks. [In Russian].
4. Teslenok, I. M. (2012) Suchasni pidxody do vy'znachennya rezul'tatyvnosti upravlinnya pidpry'emstvom [Modern approaches to determining the effectiveness of enterprise management]. Ekonomichny'j visny'k Donbasu. Vol. 1 (27). pp. 208 - 212. [In Ukrainian].
5. Tishhenko, A. N. (2005) Ekonomy'cheskaya rezul'tatyvnost' deyatel'nosty' predpr'yaty'ya [Economic efficiency of enterprises] X. „Y'NZhEK”. [In Ukrainian].
6. Kaplan, R. S. (2004) Sbalansirovannaya sistema pokazatelej. Ot strategii k dejstviyu [Balanced scorecard. From strategy to action] M. Olimp-Biznes. [In Russian].
7. Batanova, T. V. (2014) Metodologichni aspekty rozrobky sy'stemy zbalansovany'x pokazny'kiv diyal'nosti pidpry'emstva [Methodological aspects of developing a system of balanced performance of the enterprise]. Visny'k social'no-ekonomichny'x doslidzhen'. Vol 3. pp. 79 - 83. [In Ukrainian].
8. Niven, P. R. (2004) Sbalansirovannaya sistema pokazatelej: Shag za shagom [Balanced scorecard: Step by step] M. Balans klub. [In Russian].
9. Peshko, A. V. (2007) Zbalansovana sy'stema pokazny'kiv u formuvanni strategiyi rozvy'tku organizaciyi i pidpry'emstv [Balanced system of indicators in the formation of development strategy of the organization and enterprises] K. KVicz. [In Ukrainian].
10. Kuzneczova, I. O., Karpenko Yu. V., Repin A. O. (2020) Pry'jnyattya upravlins'ky'x rishen' z udoskonalennya logisty'chnoyi sy'stemy [Making management decisions to improve the logistics system]. Visny'k social'no-ekonomichny'x doslidzhen'. Vol 2 (73). pp. 136-149. [In Ukrainian].

УДК 657.37:005.35(477)

DOI:10.32680/2409-9260-2020-3-4-276-277-97-102

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ В МЕНЕДЖМЕНТІ

Місько Г. А., кандидат економічних наук, старший викладач кафедри менеджменту організацій, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна
e-mail: annamisko590@gmail.com
ORCID ID: [http:// orcid.org/0000-0003-0789-3860](http://orcid.org/0000-0003-0789-3860)

Анотація. Мета статті - систематизація підходів науковців до визначення поняття «ефективність» та «результативність» менеджменту підприємства. Методика. Для визначення сутності поняття «результативність» та «ефективність» менеджменту підприємства, використано метод логічного та теоретичного узагальнення результатів. Результати. На підставі емпіричних узагальнень в статті систематизовано підходи науковців до визначення поняття «ефективність» та «результативність» менеджменту підприємства. Запропоновано під результативністю розуміти ступінь реалізації певної стратегії, а під ефективністю розуміти оцінку використання ресурсів підприємства у ході її реалізації. Встановлено, що основними факторами, які впливають на результативність дистрибуторського підприємства є: обсяг продажу, обертання дебіторської заборгованості, системні торгові точки, кількість планових візитів, кількість результативних замовлень та ІТ-забезпечення управління дистрибуцією. Запропоновано використовувати на підприємстві «Управління продажами з аналітикою КПД (якісна побудова дистрибуції)» - автоматизація для налаштування прибуткової системи продажу. Практична значимість полягає в тому, що запропоновано використовувати на підприємстві «Управління продажами з аналітикою КПД (якісна побудова дистрибуції)».

Ключові слова: результативність, ефективність, менеджмент, якісна побудова дистрибуції, підприємство.

THE ESSENCE OF THE CONCEPT OF EFFECTIVENESS AND EFFICIENCY IN MANAGEMENT

Hanna A. Misko, Ph.D., senior lecturer Department of Management of Organization, Odessa National Economic University, Odessa, Ukraine
e-mail: annamisko590@gmail.com
ORCID ID: [http:// orcid.org/0000-0003-0789-3860](http://orcid.org/0000-0003-0789-3860)

Abstract. The purpose of the research is systematizes the approaches of scientists to the definition of the concept of "Efficiency" and "Effectiveness" of the enterprise. The method basis for the study is made up of the dialectical method of scientific knowledge, the methodology of system analysis. To achieve the goal set in the work - to determine the essence of the concept of "Efficiency" and "Effectiveness" of the enterprise, the method of logical and theoretical generalization of the results were used. Results. Based on empirical generalizations, the article systematizes the approaches of scientists to the definition of the concept of "Efficiency" and "Effectiveness" of the enterprise. The factors that influence the performance of a distribution company are investigated. The main factors affecting the performance of a distribution company are sales volume, accounts receivable turnover, system outlets analysis, number of planned visits, number of productive orders, and IT distribution management support. It is suggested to use at the enterprise "Sales management with efficiency analysis (quality distribution)". This will allow you to analyze the sales system and make decisions. The advantages of the program include: speed and ease of connection, payment only for the effective working day of the agent, supervisor workplace with efficiency reports. The program allows you to set up an effective supervision system, increase the sales system performance by 80%. Scientific novelty. The essence of the concept of "efficiency" and "effectiveness" of enterprise management has become further developed in the article. Practical importance is in the fact that it is proposed to use the company "Sales Management with efficiency analytics (quality distribution)". The findings obtained in the future will be

used to analyze the performance of the enterprise based on the analysis of sales volume, receivables turnover, the analysis of system outlets, the number of planned visits, the number of productive orders.

Keywords: *efficiency, effectiveness, management, factors, quality distribution, enterprise.*

JEL Classification: L 10; C 45

Постановка задачі. Питання забезпечення ефективності та результативності менеджменту на сьогоднішній день не втратили своєї актуальності. Сучасні тенденції розвитку економіки вимагають впровадження новітніх технологій до управління підприємством та пошук шляхів забезпечення результативності і зростання ефективності. Актуальність теми полягає у тому, що на сьогоднішній день у науковій літературі недостатньо системних досліджень щодо результативності та ефективності менеджменту підприємства, забезпечення сучасних обліково-аналітичних систем результативності менеджменту, недостатня кількість відповідного методичного інструментарію оцінювання результативності. Разом із тим, ефективність діяльності підприємства забезпечує йому подальший розвиток та конкурентоспроможність.

В умовах загострення конкурентної боротьби на ринку дистриб'юції продукції особливої актуальності набуває питання зростання кількості результативних замовлень, збільшення кількості системних клієнтів, забезпечення зростання ефективності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З метою формування рекомендацій щодо результативності та ефективності менеджменту підприємства досліджено проблеми управління результативністю у працях таких науковців як: П. Друкера [1], М.Х. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоурі, Г. Кокинз [2], С.В. Мочерного, С.А. Єрохіна, Л.О. Каніщенко та ін. Дослідженню проблем управління результативністю присвячені праці таких науковців як: Д. Нортон, Р. Каплана [3], О.Є. Кузьміна, Р.З. Дарміць, М.Х. Мескона, М. Альберт, Ф. Хедоурі, Г.М. Мадрига та ін. Теоретичні аспекти економічного механізму управління результативністю торговельно-посередницької діяльності знайшли своє відображення у наукових працях Л.А. Азьмук [4], Л. Горбунової [5], Ф. Котлера, Д. Ксарделя, А. Прайснера, А.С. Савощенка, Ж.-К. Тарондо, О. Таранишина [6], М. Дорошука [7-8] та ін.

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом із тим, недостатньо висвітленими залишились питання систематизації підходів науковців щодо поняття «результативність» та «ефективність» менеджменту підприємства. Недостатньо висвітленими залишились системні дослідження щодо результативності та ефективності менеджменту підприємства, забезпечення сучасних обліково-аналітичних систем результативності менеджменту.

Мета дослідження. Метою статті є систематизація підходів науковців щодо сутності поняття «результативність» та «ефективність» менеджменту підприємства. Для досягнення мети потрібно вирішити такі завдання:

- Систематизувати підходи науковців щодо сутності поняття «результативність» та «ефективність» менеджменту підприємств
- Визначити фактори, які впливають на результативність дистриб'юторського підприємства
- Розробити рекомендації щодо застосування менеджерами підприємства програмного продукту для підвищення результативності і ефективності менеджменту підприємства.

Основний матеріал. Провідні світові видання у сфері менеджменту до 70-80-х років минулого століття акцентували увагу на відсутності відмінностей між категоріями «ефективність» і «результативність». Так, А.В. Шегда зазначає, категорія «ефективність» інтерпретується як «результативність», а термін «ефект» має значення результату, наслідку зміни стану певного об'єкта, зумовленої дією зовнішнього або внутрішнього фактора [6, с. 187].

Виникнення поняття «управління результативністю» і його подальше поширення пов'язують з 1990 роками, коли з'являються перші дослідження проведені Інститутом управління персоналом IPM (Chartered Institute of Personnel and Development). Результати проведеного

дослідження дозволили з'ясувати відсутність єдності наукових думок з цього приводу. Одні науковці розуміли управління результативністю як ділову оцінку працівника, інші - оплату праці за результатами, треті - щось, пов'язане з навчанням і розвитком персоналу [9].

На сьогоднішній день, науковці при визначенні поняття «ефективність» роблять акцент на: ефективне використання ресурсів, на результативність діяльності, на задоволення бажання людини та на внутрішній прояв діяльності підприємства.

Ми приєднуємося до думки науковців П. Друкера [1, с. 12], М.Х. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоурі [5, с. 10] що розуміють під ефективністю – використання ресурсів.

На нашу думку, визначення сутності поняття «ефективність» Доланом Е.Дж. та Ліндсей Д. як «Стан речей, за якого неможливо здійснити жодної зміни, яка більш повно задовольняла би бажання однієї людини, не перешкоджаючи задоволенню бажань іншої людини», не в повній мірі відповідає визначенню поняття, оскільки більш пов'язано з межами дії, ніж з використанням ресурсів для досягнення мети.

Отже, під ефективністю П. Друкер, М.Х. Мескон, М. Альберта, Ф. Хедоурі розуміють ефективність використання ресурсів. Їх думку продовжує А.О. Ярославський [10], який вважає, що категорія «ефективність» на рівні підприємства характеризує зв'язок між величиною отриманого результату від його діяльності та кількістю інвестованих або витрачених у виробництві ресурсів [10].

Економічна енциклопедія за редакцією С. Мочерного зазначає, що якщо провести математичну аналогію, то ефект – це дельта, приріст деякої змінної або різниця її попереднього і наступного значень. Як бачимо, поняття ефективності і результативності в перелічених джерелах ототожнюються. Це може бути зумовлене тим, що буквально «ефективність» (від лат. *efectus*) означає результативність, дієвість, продуктивність тощо [11, с. 169].

Разом із тим, слід зауважити, що існують два різні підходи у науковців щодо поняття ефективність і результативність. Так, на думку Д. Крисанова це пояснюється обставинами [9]: перелік доповнився структурним підрозділом, бізнес-процесом, видом продукції тощо; порівняння з метою і виробничою програмою.

Отже, результативність та ефективність не є тотожними поняттями, а відображають різні сторони діяльності суб'єктів господарювання.

За результатами аналізу підходів науковців щодо визначення поняття «результативність» встановлено, що на сьогоднішній день ще не склалось єдиного підходу до тлумачення цього поняття. Так, акцент науковці роблять на досягнення цілей та на досягнення ефективності. Ми приєднуємося до думки науковців та вважаємо, що результативність є мірою ступеня реалізації певної стратегії, а ефективність є оцінкою використання ресурсів підприємства у ході її реалізації.

Дарміць Р. З. [6] ототожнює ефективність і результативність, і характеризує їх як досягнення цілей. На нашу думку показником «результат» можна характеризувати будь які наслідки в натуральному чи відносному вираженні будь-яких управлінських рішень, які в сукупності впливають позитивно, негативно, чи не впливають на ефективність діяльності підприємства, яка оцінюється рентабельністю, сегментом ринку збуту, темпами зростання виробництва тощо.

Також ми приєднуємося до думки Г.М. Мадрига [4, с. 186] та вважаємо, що доцільно розрізняти поняття результативність з точки зору зовнішнього і внутрішнього середовища. З точки зору внутрішнього середовища виробнича діяльність підприємства може вражатися результативною, навіть якщо отримано результат нижчий за галузевий рівень, відповідно до цілей керівництва. Отже, вважаємо, що категорія «ефективність» не є синонімом «результативність». Термін «ефект» має значення результату, отриманого внаслідок зміни стану певного об'єкта, зумовленого дією зовнішнього або внутрішнього фактора. Категорію «ефективність» слід розуміти як співвідношення отриманого результату до витрат на досягнення даного ефекту (результату). Категорію «результативність» слід розуміти як ступінь отримання

запланованого результату (з позначкою: отримано, не отримано, на скільки процентів), як на локальному рівні (наприклад, підвищення продуктивності праці окремого підрозділу підприємства), так і на рівні підприємства (наприклад, збільшення прибутковості виробництва) [4, с. 187].

З точки зору зовнішнього середовища, виробнича діяльність підприємства вважається не результативною і неефективною, якщо не використовуються організаційні заходи лідерів галузі.

Отже, можна зробити висновок про те, що ефект і результат – це синоніми, які відображають наслідки дій. Ефективність і результативність – не є синонімами. Ефективність відображає, який результат отримано з одиниці затрат, чи які витрати приходяться на одиницю результату (в залежності від виду показника), що характеризує результативність витрат. Ефективність розраховується як відношення результату до витрат. Результативність – це ступінь досягнення запланованого результату, характеризується висновком виконано означає результативно, не виконано – не результативно, не повністю виконано – недостатньо результативно.

У науковій літературі виокремлюють зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на результативність діяльності підприємства. Дарміць Р. З. і Вацик Н. О. надали порівняльну характеристику та показники / критерії оцінювання понять «результативність» і «ефективність» [12]. Вони характеризують результативність (результат) як міру досягнення мети, що оцінюється категорією наявності чи відсутності. Ефективність (ефект) автори характеризують як визначення ціни і швидкості (оперативності) досягнення, що оцінюється сумою витрат, терміном (часом) виконання.

І. Б. Олексів до факторів впливу на результативність діяльності підприємства відносить: витрати, обсяги виробництва, прибуток, оборотність основних та оборотних засобів, ліквідність, обсяги заборгованості [6, с. 169].

Б. Леви доповнює перелік факторів наданих І.Б. Олексіївим наступними: інвестиції, фінансово-кредитні ресурси, поведінка підприємства, розмір оподаткування, вибрана стратегія підприємства [11, с. 187].

О. З. Денєга відносить до факторів впливу на результативність діяльності підприємства: прибуток, інформаційні ресурси, матеріальні ресурси, фінансово-кредитні ресурси, трудові ресурси, поведінка підприємства, форма управління, швидкість отримання інформації [13, с. 44].

А. М. Хімченко до факторів впливу на результативність діяльності підприємства відносить: інвестиції, фінансово-кредитні ресурси, доходи населення, розмір оподаткування, систему державної підтримки [14].

Виходячи зі специфіки об'єкта дослідження, М. Дорошук [7, 10] виокремлює наступні показники дистриб'юторського підприємства: фінансові, асортимент, продажі.

Ми приєднуємося до думки Азьмук Л. А. та М. Дорошука та вважаємо за доцільне у подальшому дослідженні провести аналіз результативності діяльності підприємства ґрунтуючись на аналізі обсягу продажу, обертання дебіторської заборгованості, аналізі системних торгових точок, кількості планових візитів, кількості результативних замовлень.

Разом із тим, слід зосередити увагу на напрацюваннях М. Дорошука щодо оцінки результативності дистриб'юторських підприємств [7].

М. Дорошук запропонував «Управління продажем з аналітикою КПД (якісна побудова дистрибуції)» - це автоматизація для налаштування прибуткової системи продажу. До переваг програми слід віднести: аналітику, автоматизацію, експертизу. Переваги програми «Управління продажем з аналітикою КПД» [8] для офісних менеджерів: мобільний додаток; навігація по клієнту. Оскільки основними показниками роботи дистриб'юторського підприємства є: обсяги продажу, активна клієнтська база, дотримання фінансової дисципліни з постачальниками, то можна зробити висновок про те, що результативність системи продажу зростає.

Висновки. Досліджено та систематизовано поняття «результативність» та «ефективність» менеджменту підприємства. Запропоновано під результативністю розуміти

ступінь реалізації певної стратегії, а під ефективністю розуміти оцінку використання ресурсів підприємства у ході її реалізації.

Встановлено, що основними факторами які впливають на результативність дистрибуторського підприємства є: обсяг продажу, обертання дебіторської заборгованості, аналіз системних торгових точок, кількість планових візитів, кількість результативних замовлень та IT-забезпечення управління дистрибуцією.

Запропоновано використовувати на підприємствах «Управління продажем з аналітикою КПД (якісна побудова дистрибуції)», що дозволить налаштовувати ефективну систему супервайзинга, збільшити результативність системи продажу на 80%, аналізувати систему продажу та приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Список літератури:

1. Друкер, П. Ф. Эффективное управление предприятием. Экономические задачи и решения, связанные с риском. М. Вильямс, 2008. 212 с.
2. Кокинз, Г. Управление результативностью. Как преодолеть разрыв между объявленной стратегией и реальными процессами. М. Альпина Бизнес Букс, 2007. 318 с.
3. Каплан, Р. С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М. Олимп-Бизнес, 2003. 282 с.
4. Азьмук, Л. А., Нікітенко О. С. Результативність функціонування дистрибуторської компанії та її складові. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/401/Azmuk.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
5. Богданович, О. Г. Аналіз ефективності діяльності підприємства на засадах узгодження інтересів груп економічного впливу. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. № 1. С. 10 – 17. 10.
6. Таранишин, О. Дистрибуція. URL: <http://www.logist.org.ua/mod>.
7. Дорошук, М. Результативність системи продажу. URL: https://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/performance/dupont_formula.html.
8. Дорошук, М. Система IT-КПД. URL: <http://kpd-expert.com/2016/08/12/formula-upravleniya-skorostyu-rosta-prodazh>.
9. Погребняк, А. Ю., Ліннік І. М. Методичні підходи щодо оцінки ефективності діяльності підприємства. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. 2017. № 19. С. 187 - 192.
10. Горбунова, Л. Факторы успеха организации региональных продаж. URL: <http://www.stepconsulting.ru/publ/orp.shtml>.
11. Олексюк, О. І. Технологія оцінки результативності діяльності підприємства. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. 2009. № 22. С. 169 - 173.
12. IT-решения для транспортной логистики, дистрибуции, геомаркетинга. URL: <http://www.antor.ru/static-info/more-effective-distribution>.
13. Тищенко, А. Н., Кизим Н. А., Догдайло Я. В. Экономическая результативность деятельности предприятий: монография. Харьков: ИД. „ИНЖЭК”, 2005, 144 с.
14. Філіппов, В. Ю., Нестеренко А. М. Шляхи розвитку торговельних підприємств. URL: <http://www.Documents%20and%20SettiBCDownloads/203-207.pdf>.
15. Голубева, Т.С. Методологічні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/12345670/1/Kolos-2006-1.pdf>.

References:

1. Druker, P. F. (2008) E`ffektivnoe upravlenie predpriyatiem. E`konomicheskie zadachi i resheniya, svyazanny`e s riskom [Effective enterprise management. Economic challenges and risk solutions] M. Vil`yams. [In Russian].
2. Kokinz, G. (2007) Upravlenie rezul`tativnost`yu. Kak preodolet` razry`v mezhd`u ob`yavlennoj strategiej i real`ny`mi proczessami [Performance management. How to bridge the gap between the announced strategy and real processes] M. Al`pina Biznes Buks. [In Russian].
3. Kaplan, R. S (2003). Sbalansirovannaya sistema pokazatelej. Ot strategii k dejstviju [Balanced scorecard. From strategy to action] M. Olimp-Biznes. [In Russian].

4. Az'muk, L. A., Ni'ki'tenko O. S. (2010) Rezul'tativni'st' funkezi'onuvannya distrib'yutors'koyi kompani'yi ta yiyi skladovi [The effectiveness of the distribution company and its components]. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/401/Azmuk.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [In Ukrainian].
5. Bogdanovich, O. G. (2015) Anali'z effektivnosti' di'yal'nosti' pi'dpriyemstva na zasadakh uzgodzhennya i'nteresi'v grup ekonomichnogo vplivu [Analysis of the effectiveness of the enterprise on the basis of coordination of the interests of economic influence groups]. Marketing i' menedzhment i'nnovaczi'j. Vol. 1. pp. 10 – 17. [In Ukrainian].
6. Taranishin, O. (2017) Distrib'yuczi'ya [Distribution] URL: <http://www.logist.org.ua/modules.php?name=Distrib>. [In Ukrainian].
7. Doroshhuk, M. (2016) Rezul'tativny'st' sistemi prodazhu [The effectiveness of the sales system] URL: http://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/performance/dupont_formula.html. [In Ukrainian].
8. Doroshhuk, M. (2016) Sistema IT-KPD. [IT efficiency system]. URL: <http://kpd-expert.com/2016/08/12/formula-upravleniya-skorostyu-rosta-prodazh>. [In Ukrainian].
9. Pogrebnyak, A. Yu., Li'nni'k I. M. (2017) Metodichni' pi'dkhodi shhodo oczi'nki effektivnosti' di'yal'nosti' pi'dpriyemstva [Methodical approaches to assessing the effectiveness of the enterprise]. Suchasni' problemi ekonomiki i' pi'dpriyemnicztvo. Vol. 19. pp. 187 - 192. [In Ukrainian].
10. Gorbunova L. (2005) Faktory' uspekha organizaczi'i regional'ny'kh prodazh [Factors of success in the organization of regional sales] /URL: <http://www.stepconsulting.ru/publ/orp.shtml>. [In Russian].
11. Oleksyuk, O. I. (2009) Tekhnologi'ya oczi'nki rezul'tativnosti' di'yal'nosti' pi'dpriyemstva [Technology for evaluating the effectiveness of the enterprise] Zbi'rnik naukovikh prac' Cherkas'kogo derzhavnogo tekhnologichnogo universitetu. Vol. 22. pp. 169 - 173. [In Ukrainian].
12. IT-resheniya dlya transportnoj logistiki, distribuczi'i, geomarketinga [IT solutions for transport logistics, distribution, geomarketing] URL: <http://www.antor.ru/static-info/more-effective-distribution>. [In Russian].
13. Tishhenko, A. N., Kizim N. A., Dogdajlo Ya. V. (2005) E'konomicheskaya rezul'tativnost' deyatel'nosti predpriyatij [Economic performance of enterprises] Xarkov. "INZhE'K". [In Ukrainian].
14. Fi'li'ppov, V. Yu., Nesterenko A. M. Shlyakhi rozvitku torgovel'nikh pi'dpriyemstv [Ways of development of trade enterprises]. URL: <http://www.Documents%20and%20SettiBCDownloads/203-207.pdf>. [In Ukrainian].
15. Golubyeva T. S. (2011) Metodologi'chni' pi'dkhodi do oczi'nki effektivnosti' di'yal'nosti' pi'dpriyemstva [Methodological approaches to assessing the effectiveness of the enterprise]. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/22140/1/Kolos-2006-1.pdf>. [In Ukrainian].

**МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА
ДІЯЛЬНІСТЬ**

УДК 316.422: 338.486.1.02

DOI:10.32680/2409-9260-2020-3-4-276-277-103-110

**ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В УПРАВЛІННІ
ІННОВАЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ РИЗИКІВ**

Горовий Д.А., доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та маркетингу, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна
e-mail: dmytro.gorovyi@khpi.edu.ua,

ORCID ID: 0000-0002-0416-3857

Івахненко А.В., старший викладач кафедри міжнародного бізнесу та фінансів, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

e-mail: ivaknenko@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-4113-7789

Анотація. Метою дослідження є розробка методичних рекомендацій щодо організації процесу впровадження інновацій на підприємстві з урахуванням взаємодії окремих підрозділів підприємства і ризиків, які виникають в процесі втілення інновацій. Запропоновано використання інноваційних бізнес-моделей для управління інноваціями. Алгоритм управління впровадженням інновацій на підприємстві розроблений з урахуванням ризиків. Наведено порівняння різних систем планування впровадження інновацій на підприємстві. Розроблено заходи щодо організації управління процесом впровадження інновацій на підприємстві. Узагальнений перелік задач управління інноваціями з урахуванням ризиків, які повинні мінімізуватися в процесі планування та впровадження інновацій. Практичне значення дослідження полягає у розробці методології формування управління інноваційною діяльністю на промислових підприємствах з використанням інноваційних бізнес-моделей з урахуванням ризиків.

Ключові слова: інноваційна бізнес-модель, функції управління, ризики, інновації, фактори впливу, задачі управління, впровадження інновацій

**APPLICATION OF INNOVATIVE BUSINESS MODELS IN INNOVATION
MANAGEMENT AT ENTERPRISES IN RISK CONDITIONS**

Gorovyi Dmytro, Doctor of Economics, Professor, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Kharkiv, Ukraine

e-mail: dmytro.gorovyi@khpi.edu.ua,

ORCID ID: 0000-0002-0416-3857

Ivakhnenko Andriy, Senior Lecturer, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Kharkiv, Ukraine

e-mail: ivaknenko@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-4113-7789

Abstract. Introduction. The possibility of using innovative business models in the management of innovation implementation at an industrial enterprise is evaluated. The use of innovative business models for innovation management is offered. Purpose. The purpose of the study is to develop guidelines for the organization of innovation process at the enterprise, taking into account the interaction of individual units of the enterprise and the risks that arise in the implementation of innovations. Results. The management algorithm of

innovations introduction at the enterprise is developed taking into account risks. The comparison of various systems of planning of introduction of innovations at the enterprise is resulted. Measures are developed for the management organization process of innovations introduction at the enterprise. The components of the management system for the innovations implementation at industrial enterprise have been developed. There was taken into account that in management theory have several approaches to the allocation of general management functions choosing an approach to their classification. The classification with the following components of management functions is chosen as the basic one: organization, planning, distribution, control, analysis. Tasks of innovations introduction management are systematized on the general management functions. The production structures and employees job responsibilities of a number of industrial enterprises were analyzed, it allowed to determine the existence of problems with these tasks compliance of innovation management at the enterprise. Conclusions. The list of innovation management tasks is generalized, they have to be performed in the process of planning and implementation of innovations. The practical significance of the study is to develop a methodology for the innovative activities management formation at industrial enterprises using innovative business models, taking into account the risks.

Key words: innovative business model, management functions, risks, innovations, factors of influence

JEL Classification: O30.

Постановка проблеми. Сучасна практика реалізації інноваційної діяльності на вітчизняних підприємствах промисловості потребує суттєвих змін, які стосуються в першу чергу технологічного оснащення і організаційної складової. Проте нагальними також є проблеми, пов'язані з реалізацією того чи іншого сценарію розвитку підприємства, або імплементації бізнес-моделей діяльності з урахуванням ризиків. Високотехнологічна складова діяльності підприємств спонукає до пошуку нових організаційних рішень, одним з яких є застосування інноваційних бізнес-моделей, здатних охопити стейкхолдерів інновацій на промисловому підприємстві і за його межами, оптимізувати взаємодію підрозділів підприємства, врахувати вплив факторів, які визначають рівень інноваційності та інвестиційну привабливість підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми розробки та втілення інноваційних бізнес-моделей, пов'язаних з організаційними рішеннями, аналізувалися у працях таких учених, як В. Богачова, С. Лади́ка, Й. Фредріксон, Р. Стенберг, А. Остервальд, Д. Мітчел, К. Форд, А. Сливоцьки, С. Антонюк та ін.

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим сучасний стан економіки вимагає додаткових досліджень процесів імплементації сучасних інноваційних бізнес-моделей на підприємствах, які б враховували взаємний вплив окремих підрозділів підприємства на фактори інвестиційної привабливості і інноваційності, а також враховували можливі ризики.

Мета дослідження. Основним завданням статті є розробка методичних рекомендацій щодо організації процесу впровадження інновацій на підприємстві з урахуванням взаємодії окремих підрозділів підприємства і ризиків, які виникають в процесі втілення інновацій.

Основний матеріал. Однією з першочергових проблем промислових підприємств України на сучасному етапі економічного розвитку є підвищення рівня імплементації інновацій. Оскільки неможливо уявити розвиток промислових підприємств без технологічного оновлення і технологічних змін в діяльності, управління трансфером інновацій є надзвичайно актуальним. Варто запропонувати для досліджених машинобудівних підприємств, які можна віднести до інноваційних та високотехнологічних, заходи з розвитку інноваційної сфери.

Таке управління повинно складатися з трьох базових елементів [1]:

- оцінки виконання відповідними підрозділами підприємств визначених функцій управління інноваційною діяльністю;
- оцінки поточного фінансового стану;
- оцінки ризиків в управлінні інноваційною діяльністю та визначенні їх припустимих меж.

Алгоритм управління впровадження інновацій на основі цих елементів наведено на рис. 1. Він дозволяє поєднати використання економічних, математичних та соціографічних методів у єдиному комплексі з обслуговування інноваційної діяльності підприємства.

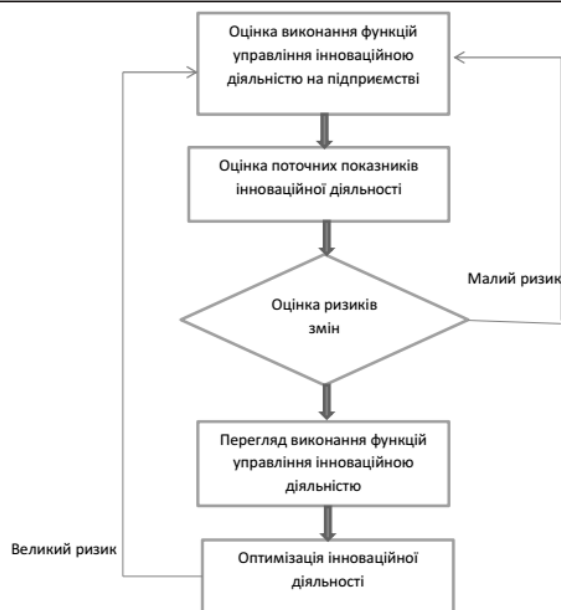


Рис. 1. Алгоритм управління впровадженням інновацій підприємства з урахуванням ризиків

Джерело: розроблено Івахненко А.В.

У процесі управління впровадженням інновацій на підприємстві необхідно враховувати наступні фактори [2]:

- безперервність (циклічність), оскільки підприємство не завершує свою роботу з процедурою технологічного оновлення, а починає новий виробничий цикл;
- цілеспрямованість, тобто головною метою є не виготовлення чи збут інноваційної або високотехнологічної продукції, а отримання прибутку всім підприємством, його розвиток у межах стратегічного планування;
- узгодженість, оскільки управління інноваційною діяльністю складається з окремих функцій, то для цілеспрямованого управління, виконання цих функцій повинно бути узгодженим;
- керованість, тобто цей процес повинен бути контрольованим та мати певну оцінку за допомогою визначеної системи показників;

Для виконання вищевказаних факторів необхідна розробка планової документації, де буде узгоджено функції підрозділів, які беруть участь в управлінні інноваційною діяльністю, з певними результатами їх діяльності (в натуральних або грошових одиницях) та визначено граничні межі отриманих результатів. Тобто в цій документації функції мають бути наряду узгоджені із оцінкою та запобіганням ризиків.

Таблиця 1

Порівняння різних систем планування впровадження інновацій підприємства

Критерії порівняння	Системи планування			
	управління інноваційною діяльністю	бізнес-планування	управління бізнес-процесами	нормування
Врахування ризиків	+	+		
Узгодження дій окремих підрозділів	+		+	
Використання натуральних та фінансових показників для оцінки	+	+		
Можливість автоматизації	+		+	+

Джерело: складено авторами на основі [1-3]

Сучасна економічна наука пропонує наступні планові схеми, які частково відповідають вказаним вимогам [3]:

- бізнес-планування;

- управління інноваційною діяльністю;
- управління бізнес-процесами (реінженірінг);
- нормування, тощо.

Кожна з наведених схем має свої переваги та недоліки (див. табл. 1).

Так, наприклад, бізнес-планування повністю описує виробничий цикл та фінансову діяльність підприємства, враховує ризики та екологічні наслідки, але, на жаль, воно є досить громіздким та не дає змоги пов'язати діяльність кожного окремого підрозділу з іншим в рамках єдиного процесу планування та управління інноваційною діяльністю. Управління бізнес-процесами, навпаки, спрямовано на координацію окремих розрізнених дій, які виконуються окремими підрозділами.

При цьому воно не має чіткої єдиної структури та не враховує системи оцінки та запобігання ризиків. Традиційне нормування обмежене лише матеріальними елементами оборотного капіталу і частіше за все використовує натуральні, а не фінансові показники, що не цілком відображає імплементацію інновацій в виробничу діяльність. Найбільш пристосованим до використання у втіленні інноваційної діяльності на промисловому підприємстві може бути управління інноваційною діяльністю, оскільки воно ґрунтується на оцінці фінансових показників та дій певних підрозділів, враховує оцінку ризиків та дозволяє здійснити корегування запланованих показників з урахуванням отриманих нових даних, пов'язаних з інноваційними процесами. Таким чином категорія управління інноваційною діяльністю задовольняє всім вимогам, наведеним в алгоритмі. Складові сучасним управлінням інноваційною діяльністю на промисловому підприємстві наведено на рис. 2.

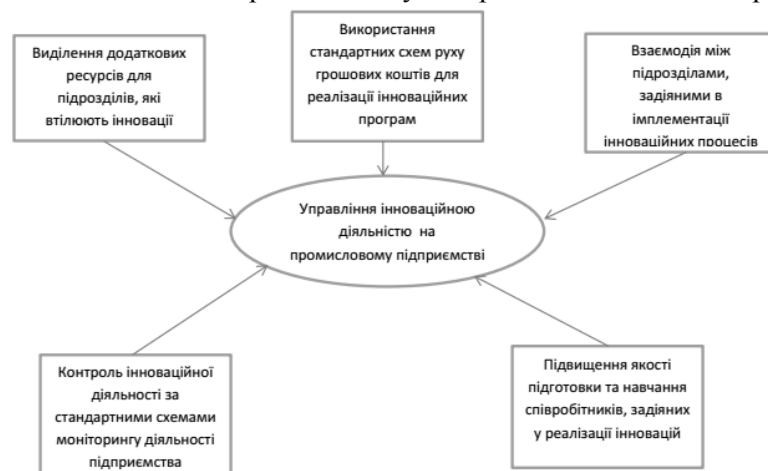


Рис. 2. Складові системи управління впровадженням інновацій на промисловому підприємстві

Джерело: розроблено Івахненко А.В.

Ці складові системи управління впровадженням інновацій складають систему взаємодоповнюючих компонентів. Також їх застосування залежить від організаційної структури на основних напрямках діяльності підприємства.

Для управління інноваційною діяльністю найбільш придатним є варіант системи гармонійного поєднання елементів управління [4]:

- він пристосований до лінійно-функціональної структури управління, яка найбільш розповсюджена на сучасних промислових підприємствах України;
- враховує наявність структурних підрозділів, які не беруть участь у безпосередньому втіленні інновацій, але які допомагають налагодити виробничий процес (місця виникнення витрат);
- визначає підрозділи, які є координаторами цього процесу

Для організації процесу управління впровадженням інновацій підприємства необхідно вжити наступні заходи [5]:

- визначити набір структурних підрозділів і посадових осіб (керівників або фахівців), відповідальних за всі етапи узгодження і затвердження, визначених на підприємстві складників інноваційної діяльності, оцінки їх виконання і контролю за ними;
- розподілити між цими підрозділами функції і посадові обов'язки, сфери компетенції і відповідальності;

- визначити "арбітра", тобто певний підрозділ або посадову особу, на яку буде покладена відповідальність за контроль управління інноваційною діяльністю;
- встановити порядок взаємодії між різними підрозділами, що є необхідним для наступної організації взаємодії в процесі інноваційної діяльності;
- закріпити в системі внутрішніх нормативних документів підприємства (положеннях, наказах і посадових інструкціях) розподіл функцій, обов'язків і повноважень в рамках управління інноваційною діяльністю.

Аналіз типових положень про відділи і підрозділи промислових підприємств та посадових інструкцій фахівців з урахуванням змін, пов'язаних з роботою суб'єктів господарювання в умовах управління інноваційною діяльністю, а також аналіз нормативних документів ряду промислових підприємств м. Харкова дозволив визначити та узагальнити певний перелік задач управління інноваційною діяльністю, які повинні виконуватися в процесі планування та імплементації інновацій. Їх можна систематизувати за загальними функціями управління, від яких вони походять (табл. 2).

Таблиця 2

Систематизація задач управління впровадженням інновацій за загальними функціями управління

Функції управління	Задачі управління інноваційною діяльністю
Планування	нормування запасів сировини для виробництва інноваційної продукції (1), незавершеного виробництва (2) та готової інноваційної продукції (3); формування потреби в сировині та комплектуючих для забезпечення інноваційних процесів на виробництві (4); планування обсягу виробництва інноваційної продукції (5); планування обсягу збуту інноваційної продукції (6); фінансове планування інноваційних процесів (7); планування заходів по залученню технологічного трансферу у виробництво (10); оптимізація приміщень зберігання сировини для інноваційної продукції (11); бюджетне забезпечення інноваційних процесів (14);
Організація	підготовка до впровадження у виробництво інноваційних видів продукції (8), використання у виробництві інноваційних розробок (9); організація виробничої діяльності (16); організація процесів придбання (17), доставки сировини (оптимізація роботи з постачальниками) (18); забезпечення обладнання складів для інноваційної продукції (19); організація каналів руху інноваційних товарів (20); пошук потенційних споживачів інноваційної продукції (41); залучення позикових коштів, зокрема, коштів венчурних фондів та власних коштів (42)
Розподіл	розподіл коштів, які використовуються в процесі трансферу міжнародних науково – технічних інновацій (12); розподіл готової інноваційної продукції між замовниками (13);
Контроль	Отримання фактичної собівартості по інноваційним видам продукції (15); контроль обсягів запасів сировини та комплектуючих з метою безперервності інноваційних процесів (21); контроль обсягів запасів по виробничим підрозділам (22) та на робочих місцях (23); контроль завантаженості складських приміщень (24); контроль якості готової інноваційної продукції, сертифікація (25); облік залишків запасів товарно-матеріальних цінностей (26); облік руху грошових коштів, задіяних в забезпеченні інноваційної діяльності (27); контроль за дотриманням технологічних норм виробництва інноваційної продукції (28); контроль за технологічною картою виробничих процесів (29);
Аналіз	аналіз ринку закупівель сировини і комплектуючих для інноваційного виробництва (30); регулярний моніторинг ринку нових технологій (32); дослідження покупців інноваційної продукції (33); аналіз і оцінка ринкової кон'юнктури висотехнологічних виробів (34); аналіз фінансового ризику втілення інноваційних рішень у виробництво (35); аналіз і оцінка ризиків у виробничо-господарській діяльності підприємства, пов'язаній з трансфером інновацій (38); аналіз і оцінка загальноекономічних показників (39); визначення джерел та організація фінансування поточної інноваційної діяльності (40);

Джерело: розроблено Івахненко А.В. на базі методики [6]

При виборі загальних функцій управління було враховано, що в теорії управління існує декілька підходів до виділення загальних функцій управління. На думку А. Файоля таких функцій є п'ять – облік; аналіз; планування; контроль; регулювання [7]. Сучасна наука управління (менеджмент) в особі М. Мескона до їх складу відносить: планування, організацію, мотивацію, контроль [8]. Деякі автори радянського періоду розглядали процес управління як сукупність таких функцій: планування, організація, розподіл, контроль і аналіз [9]. Ми вирішили зупинитися також саме на виборі цих функцій управління, оскільки при управлінні неживими об'єктами функція «мотивація» втрачає свою актуальність, натомість важливими стають «аналіз» (наприклад, попередніх результатів управління) та «розподіл» (наприклад, коштів від отриманих інвестицій між різними напрямками вкладення в інновації).

Аналіз виробничої структури та посадових обов'язків співробітників ряду промислових підприємств м. Харкова дозволив визначити існування певної проблеми з дотримання вказаних завдань управління інноваційною діяльністю на підприємстві.

Так, у ході обробки результатів виявлена недостатня компетентність щодо виконання певних задач відповідними підрозділами підприємства.

Оскільки проведене дослідження виявило істотну різницю в організаційних структурах досліджених підприємств, то підбір завдань для виконання відповідними підрозділами своїх функцій у процесі управління впровадженням інновацій буде відрізнятися (див. рис. 3).

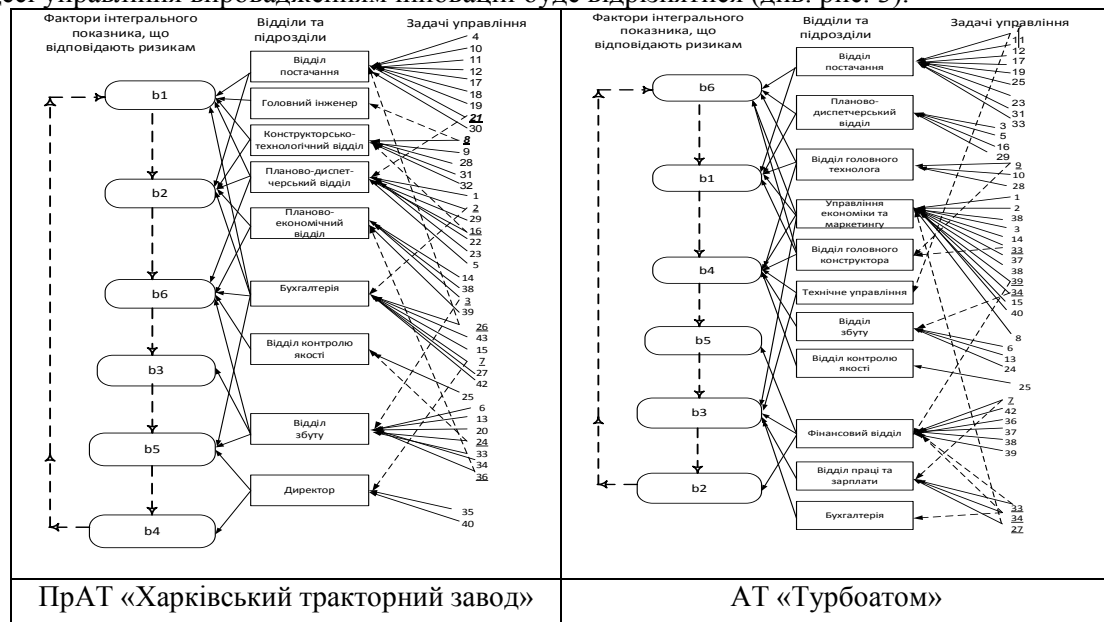


Рис. 3. Взаємодія підрозділів і процесів під час організації процесу впровадження інновацій на промисловому підприємстві на основі визначення та узагальнення переліку задач управління інноваціями

Джерело: розроблено Івахненко А.В. на базі методики [6]

На рис. 3 до факторів впливу на процес втілення інновацій відносяться: b1 – вплив результатів від запровадження інновацій, який можна оцінити за допомогою фінансових показників (чистої виручки, валового прибутку, показника фінансового леверіджу); b2 – вплив інновативності на виробничу діяльність підприємства (можна оцінити за допомогою показників фондівіддачі, фондоозброєності); b3 – вплив отримання інновацій можна відстежити частково по показнику капітальних інвестицій (які здебільшого направлені на запровадження інновацій), але вони потребують певного корегування; b4 – вплив інвестора, що надає інновації, можна відслідкувати за допомогою коефіцієнтів поточної ліквідності і фінансової автономії; b5 – міжнародність інноваційної діяльності можна оцінити за допомогою динаміки валютного рахунку підприємства (відповідно його позитивне / негативне сальдо засвідчують експорт або імпорт (трансфер) інновацій підприємством; b6 – вплив часового лагу інновацій можна відстежити за допомогою показників оборотності. Ці фактори вже були розглянуті та узагальнені авторами у роботі [10].

Висновки. Для процесу управління впровадженням інновацій є дуже важливою максимальна концентрація функцій в одному підрозділі і ефективна взаємодія між окремими підрозділами і

ланками управління. При цьому у переважній більшості випадків не виникає необхідності у створенні особливого підрозділу з управління інноваціями. На більшості підприємств існує економічний (або планово-економічний відділ) або відділ НДДКР, на який може бути покладене це питання. Необхідною умовою успішної реалізації інноваційного процесу на підприємстві є виокремлення чітких функцій підрозділів, запобігання дублювання функцій.

Аналіз діяльності промислових підприємств та змін, пов'язаних з роботою суб'єктів господарювання в умовах управління інноваційною діяльністю, а також з урахуванням ризиків, дозволив визначити та узагальнити певний перелік задач управління інноваційною діяльністю, які повинні виконуватися в процесі планування та імплементації інновацій.

Перспективним напрямком подальших досліджень може слугувати розробка заходів запобігання ризиків інноваційної діяльності підприємства.

Список літератури:

1. Инновации в промышленности. Справочник экономиста. Київ: 2004. № 2. 94 с.
2. Павленко І. А. Інноваційне підприємництво у трансформаційній економіці України. Київ: КНЕУ, 2007. 248 с.
3. Івахненко А.В. Фінансове планування оновлення виробничої бази промислових підприємств. Financial and credit system: problems and innovations, IV International scientific and practical Internet conference (April 11-12, Odessa, Ukraine). Одеса, 2019. С. 227-229.
4. Муниципальное управление. Сборник статей / Под ред. С.П. Братановского. Москва Директ-Медиа, 2013. 301 с.
5. Зборовська О.М. Ризики в інноваційній діяльності: теоретичні аспекти. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/23_2016/3.pdf (дата звернення: 08.02.2018)
6. Мартюшева Л.С., Горовий Д.А. Аналіз виконання спеціальних функцій управління рухом оборотного капіталу. Економіка розвитку. Науковий журнал. №1 (29), 2004. С. 59-64.
7. Функции управления организацией. URL: <http://www.grandars.ru/college/biznes/funkcii-upravleniya.html> (дата звернення: 22.05.2020)
8. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. Москва: Дело, 1992. 702 с.
9. Теория и практика управления в СССР . URL: <http://www.elitarium.ru/teoriya-praktika-organizacii-upravlenie-trud-princip-sistema-nauka-metod-proizvodstvo-narodnoe-hozyajstvo-strana-kollektiv-obshchestvo-vlast-rukovoditel-ehkonomika-sssr-politehkonomiya-socializm/>. (дата звернення: 10.08.2020)
10. Горовий Д.А., Івахненко А.В. Моделювання узагальненого показника інноваційної діяльності підприємства. Моделювання регіональної економіки. №1(33), 2019. С. 163-182.

Reference:

1. Innovatsii v promyshlennosti. Spravochnik ekonomista (2004) [Innovations in the industry. Economist's guide]. Kyiv. No. 2. 94 p.
2. Pavlenko, I.A. (2007) Innovatsiine pidpriemnytstvo u transformatsiinii ekonomitsi Ukrainy. [Innovative entrepreneurship in the transformation of economy of Ukraine] Kyiv. KNEU, 248 p. [in Ukrainian]
3. Ivakhnenko, A.V. (2019) Finansove planuvannia onovlennia vyrobnychoi bazy promyslovykh pidpriemstv [Financial planning of industrial enterprises manufacturing basis renewal] Financial and credit system: problems and innovations, IV International scientific and practical Internet conference (April 11-12, Odessa, Ukraine). Odessa, pp. 227-229. [in Ukrainian]
4. Munitsypalnoe upravleniye. Sbornyk statei (2013) [Municipal management. Collection of articles]. Moscow. Dyrekt-Medya, 301 p. [in Russian]
5. Zborovska O.M. Ryzky v innovatsiinii diialnosti: teoretychni aspekty [Risks of innovative activity: theoretical aspects], URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/23_2016/3.pdf [in Ukrainian]
6. Martiusheva, L.S., Gorovyi, D.A. (2004). Analiz vykonannia spetsialnykh funktsii upravlinnia rukhom oborotnoho kapitalu. [Analysis of fulfillment the special functions of working capital turnover management] Ekonomika rozvytku. Naukovi zhurnal. No.1 (29). p. 59-64. [in Ukrainian]

7. Funktsyy upravleniya orhanyzatsyei [Organizational management functions], URL: <http://www.grandars.ru/college/biznes/funkcii-upravleniya.html> [in Russian]
8. Mescon, M. H., Albert, M., Khedouri, F. (1992) Osnovy menedzhmenta: Per. s anhl. [Basics of management. Trans. from Eng.] Moscow. Delo, 702 p. [in Russian]
9. Teoriia i praktika upravleniia v SSSR. [Theory and practice of management in USSR], URL: <http://www.elitarium.ru/teoriya-praktika-organizacii-upravlenie-trud-princip-sistema-nauka-metod-proizvodstvo-narodnoe-hozyajstvo-strana-kollektiv-obshchestvo-vlast-rukovoditel-ehkonomika-sssr-politehkonomiya-socializm/>. [in Russian]
10. Gorovyi, D.A., Ivakhnenko, A.V. (2019) Modeliuvannia uzahalnenoho pokaznyka innovatsiinoi diialnosti pidpriemstva [Modeling of generalized index of enterprise innovative activity]. Modeliuvannia rehionalnoi ekonomiky. No. 1(33), pp. 163-182. [in Ukrainian]

УДК 332.834.4

DOI:10.32680/2409-9260-2020-3-4-276-277-111-123

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПОСЛУГ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО СТРАХУВАННЯ

Піддубна Л.І., доктор економічних наук, професор кафедри міжнародної економіки і менеджменту, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна
e-mail: l.i.poddubnaya@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-9471-2820

Анотація. У статті визначено специфіку послуг міжнародного туристичного страхування та теоретичні аспекти забезпечення їх конкурентоспроможності. Проаналізовано склад програм міжнародного туристичного страхування, які пропонують страхові компанії в Україні та закордоном. Ідентифіковано ключові фактори та запропоновано експрес підхід до інтегрального оцінювання конкурентоспроможності послуг міжнародного туристичного страхування, який базується на застосуванні таксономічного аналізу. Визначено рівні інтегрального показника конкурентоспроможності на основі побудови шкали за законом Фібоначчі. За результатами проведеної оцінки встановлено конкурентні позиції вітчизняних страховиків на ринку міжнародного туристичного страхування та надано їх якісну інтерпретацію.

Ключові слова: конкурентоспроможність, туристичне страхування, оцінка, страхові компанії.

COMPETITIVENESS OF INTERNATIONAL TRAVEL INSURANCE SERVICES

Piddubna Lyudmila, Doctor of Science (Economics), Professor, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, Ukraine
e-mail: l.i.poddubnaya@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-9471-2820

Abstract. Introduction. The modern travel market is characterized by constant changes in the external environment, variability of consumer demand, the presence of a large number of tour operators and travel agents, increasing uncertainty and risk in COVID-19. In such circumstances, travel insurance is a necessary tool for the development of tourism and protection of market participants from the destabilizing effects of external factors. Ensuring the competitiveness of international travel insurance services is a prerequisite for insurance companies to achieve strong competitive positions and stable activity in the travel services market. Purpose. This study is aimed to develop theoretical aspects and practical recommendations for improving the competitiveness of international travel insurance services. Results. The article identifies the specifics of international travel insurance services and theoretical aspects of ensuring their competitiveness. It was analyzed the composition of international travel insurance programs offered by insurance companies in Ukraine and abroad. There were identified the key factors and suggested approach to the integrated assessment of the competitiveness of international travel insurance services, which is based on the application of taxonomic analysis. The levels of the integrated indicator of competitiveness are determined on the basis of construction of scale according to Fibonacci law. Based on the results of the assessment, the competitive positions of domestic insurers in the international travel insurance market were established and their qualitative interpretation was provided. Practical significance of research results. The use of the proposed rapid approach allows us to explore trends in the level of competitiveness of international travel insurance services and provide their quality interpretation in order to develop and improve measures to regulate and manage competitiveness.

Key words: competitiveness, travel insurance, evaluation, insurance companies.

JEL Classification: M31, G22, G15.

Постановка проблеми. Сучасна сфера туризму характеризується постійними змінами у зовнішньому середовищі, мінливістю споживчого попиту, наявністю великої кількості туроператорів та турагентів, зростанням невизначеності та ризику в умовах негативного впливу пандемії COVID-19. За таких обставин страхування ризиків, пов'язаних з туризмом, виступає необхідним інструментом розвитку туристичної діяльності та захисту суб'єктів ринку від дестабілізуючого впливу зовнішніх факторів. Забезпечення конкурентоспроможності послуг міжнародного туристичного страхування є передумовою досягнення страховими компаніями міцних конкурентних позицій та стабільної діяльності на ринку туристичних послуг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню проблем туристичного страхування та конкурентоспроможності страхових послуг приділяють значну увагу науковці в Україні та закордоном. Так, значний внесок у розвиток теоретичних та практичних аспектів туристичного страхування зробили такі вчені як: Абрамітова Д. Р. [1], Ботвіна Н. О. [2], Грабчук О. М. [3], Михайлова Н. В. [4], Рібун М. В. [5], Толкачова О. П. та Джобинашвили К. О. [6], Туманова Е. А. та Долгова Н. С. [7]. Дослідженням проблем оцінки та управління конкурентоспроможністю страхових компаній займалися: Бурчевський В. З. [8], Войнова Є. І. [9], Іонін М. Є. [10], Кравчук Г. В. [11], Мошкінка О. О. [12], Приступа Л. А. та Харчук О. Б. [13], Сіренко І. В. та Гросицька О. Є. [14], Шірінян Л. В. та Шірінян А. С. [15]. Незважаючи на значну кількість наукових праць специфіка конкурентоспроможності послуг міжнародного туристичного страхування досліджена недостатньо, що й обумовлює вибір теми дослідження.

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Подальшого дослідження потребує визначення сутності й особливостей конкурентоспроможності послуг міжнародного туристичного страхування та розвиток підходу до їх оцінки.

Метою дослідження є розвиток теоретичних аспектів та практичних рекомендацій до підвищення конкурентоспроможності послуг міжнародного туристичного страхування.

Основний матеріал. Туристична подорож супроводжується значною кількістю ризиків, які можуть статися зі здоров'ям, майном та відповідальністю туриста перед третіми особами. За таких умов важливо мати гарантію покриття наслідків цих ризиків, що й забезпечує поліс туристичного страхування.

Обсяг світового ринку туристичного страхування у 2019 році склав 19,2 млрд доларів [16], метою його розвитку є покриття ризиків, пов'язаних з туризмом, таких як медичні витрати, втрата чи викрадення особистих речей, скасування подорожей внаслідок надзвичайних ситуацій, евакуація через стан здоров'я та ін. В Законі України «Про туризм» [17] визначено, що страхування туристів від медичних витрат та нещасного випадку є обов'язковим, крім того турист може застрахувати себе від інших ризиків, що можуть виникнути під час подорожі, втім покриття витрат на лікування є основною складовою полісу туристичного страхування через їх значний обсяг у порівнянні з іншими ризиками у туризмі.

До початку пандемії COVID-19 щорічний обсяг туристичних потоків в Україні, а

відповідно і премій з туристичного страхування постійно зростає, що зумовлено підвищенням популярності виїзного туризму серед усіх верств населення та інтеграцією України у міжнародний бізнес простір. Тенденції зміни кількості виїжджаючих закордон [18] та основних показників туристичного страхування [18] представлені у табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка обсягу туристичних потоків та ключових показників розвитку туристичного страхування в Україні

Показник	Значення показників за роками:				
	2015	2016	2017	2018	2019
Кількість туристів, що обслуговуються туроператорами та турагентами	2019576	2549606	2806426	4557447	6132097
Темпи приросту кількості туристів, що обслуговуються туроператорами та турагентами, %	-16,72	26,24	10,07	62,39	34,55
Валові страхові премії з туристичного страхування (медичні витрати), млн. грн.	490,8	726,9	890,9	1345,9	1885,5
Темпи приросту валових страхових премій з туристичного страхування (медичні витрати), %	47,79	48,11	22,56	51,07	40,09
Питома вага туристичного страхування (медичні витрати) у валових страхових преміях ринку, %	1,9	2,2	2,2	3,6	4,7
Рівень страхових виплат з туристичного страхування (медичні витрати), %	34.48	29.81	29.57	23.24	18.55

Динаміка показників розвитку туристичного страхування за обсягом страхових премій та зростання їх частки у страховому портфелі ринку свідчить про високий попит на дані послуги страхових компаній та перспективність зосередження зусиль, направлених на підвищення конкурентоспроможності цього сегменту ринку.

Аналіз наукових робіт [8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15], присвячених дослідженню проблем

конкурентоспроможності, дав змогу уточнити визначення поняття «конкурентоспроможність послуг міжнародного туристичного страхування» як комплексної характеристики страхової послуги, яка визначає її здатність бути привабливішою для клієнта в порівнянні з іншими аналогічними послугами на міжнародному рівні за рахунок кращої якісної та цінової відповідності вимогам ринку та споживача. Конкурентоспроможність може бути визначена за допомогою комплексу якісних (асортимент послуг, нецінові умови страхування, якість обслуговування, тощо) та кількісних характеристик (розмір страхового тарифу та ліміт відповідальності страховика, динаміка збуту страхових послуг тощо).

Важливою складовою конкурентоспроможності послуг міжнародного туристичного страхування є привабливість умов страхування, які зокрема включають перелік ризиків, що покривається договором страхування, та обсяг страхового покриття. Різноманітність ризиків, що можуть бути компенсовані договором туристичного страхування, обумовлена неоднорідністю непередбачуваних обставин, які можуть виникнути під час туристичної подорожі. Склад цих ризиків залежить від конкретного страхового випадку та враховується у страховому полісі.

Наслідки пандемії COVID-19 змусили страхові компанії адаптувати власні програми та поліси туристичного страхування до нових економічних реалій, що є необхідною умовою для відновлення докризового рівня розвитку туристичної галузі. Наразі страховики добре забезпечені інформацією щодо вірусу, наявних методів лікування, рівня смертності, середнього часу поширення вірусу та лікування, що дозволяє їм включити покриття ризиків, пов'язаних з COVID-19, у власні поліси страхування та забезпечити надійний страховий захист для подорожуючих. Наявність покриття ризику лікування від COVID-19 у страховому договорі є значною перевагою для туристів при виборі страхової компанії для співробітництва, яка до того ж спонукає більшу кількість людей подорожувати.

З метою визначення конкурентоспроможності програм міжнародного туристичного страхування, що пропонують вітчизняні страховики, проведено порівняльний аналіз умов страхування у ПРАТ СК «ПЗУ Україна», що є лідером ринку туристичного страхування в Україні, та всесвітньо відомих страхових компаній (табл. 2).

Таблиця 2

Порівняльна характеристика програм міжнародного туристичного страхування, що пропонують страхові компанії в Україні та закордоном

Страхова компанія	Ліміт страхового покриття зі страхування медичних витрат, доларів США	Покриття витрат на лікування від COVID-19	Покриття збитків, пов'язаних з відміною авіа рейсу з будь-яких причин	Додаткові переваги програм страхування
HTH Worldwide [16]	500 000	Так	Так	Відшкодування за вимушене переривання подорожі – 200%;

				покриття витрат на лікування домашніх тварин
John Hancock Insurance Agency [21]	250 000	Так	Так	Відшкодування за затримку рейсу більше ніж на 3 години; можливість розірвати договір страхування без штрафних санкцій протягом 14 днів
Seven Corners [22]	250 000	Так	Так	Відшкодування за затримку рейсу – 1500 доларів США; відшкодування вартості пошкодженого або втраченого спортивного обладнання;
Trawick International [23]	250 000	Так	Так	Ліміт відповідальності за затримку рейсу – 2000 доларів США; ліміт відповідальності за скасування подорожі – 100 000 доларів США;
USI Affinity [24]	150 000	Так	Так	Ліміт відповідальності за запізнення на рейс – 1500 доларів США; покриття витрат на пошук та порятунк; покриття вартості послуг на відстеження та прискорення повернення багажу
AIG [25]	100 000	Так	Так	Ліміт відповідальності за скасування подорожі – 150 000 доларів США; відшкодування за затримку рейсу більше ніж на 5 годин; компенсація витрат на різні незручності під час подорожі (закриття пам'яток архітектури, перенаправлення рейсу, тощо)
ПРАТ СК «ПЗУ Україна» [26]	75 000	Так	Так	Відшкодування за відміну та затримку рейсу більше ніж на 4 годин; поїздка співробітника, для заміщення Застрахованої особи у відрядженні

Як видно із табл. 2, ПРАТ СК «ПЗУ Україна» пропонує дещо нижчий розмір ліміту страхового покриття зі страхування медичних витрат ніж світові лідери, втім склад

ризиків, що покриваються договором, свідчить про привабливість та конкурентоспроможність послуг міжнародного туристичного страхування, що надають вітчизняні страховики.

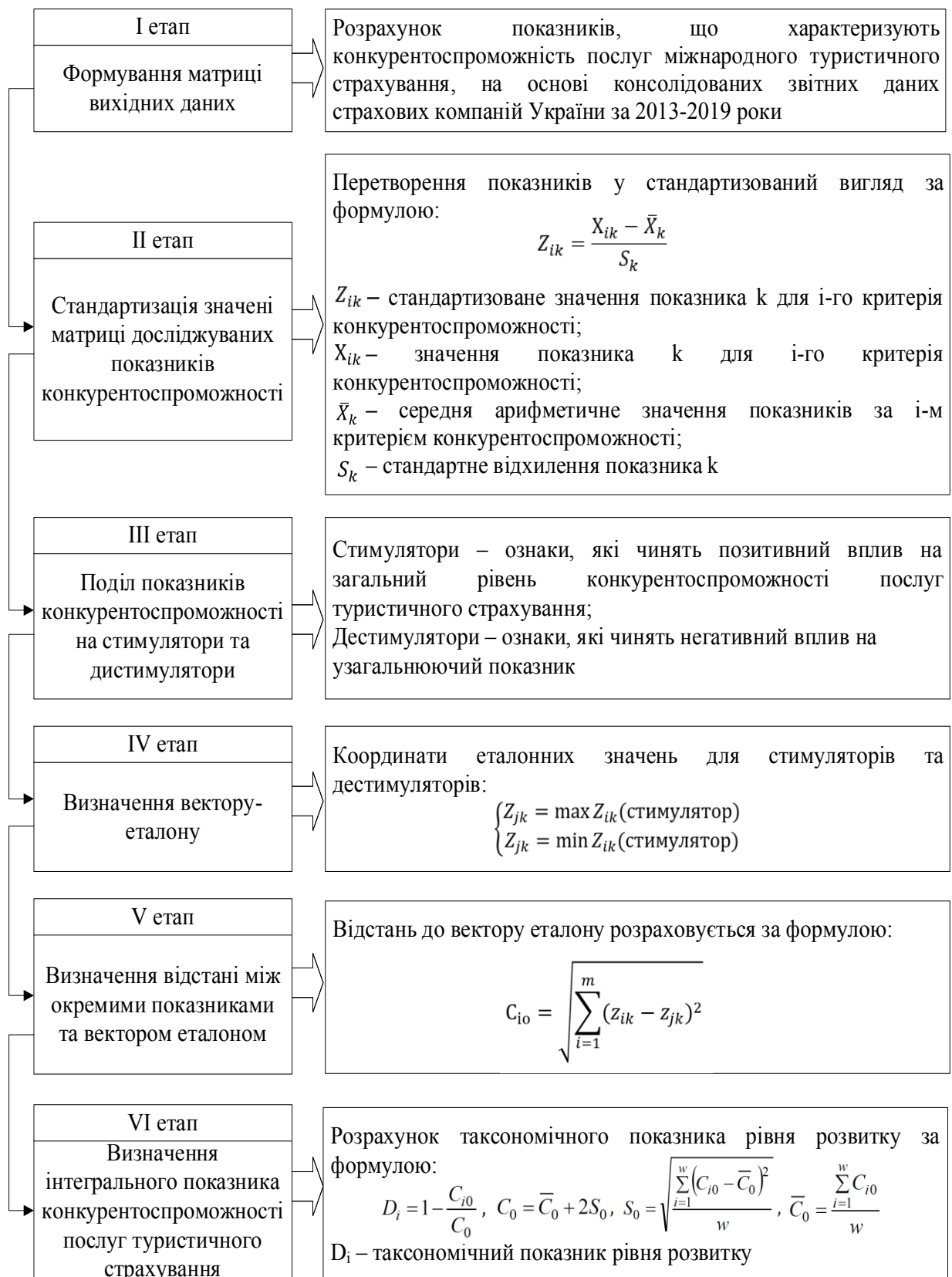


Рис. 1. Порядок визначення інтегрального показника конкурентоспроможності послуг міжнародного туристичного страхування

Для оцінки конкурентоспроможності українських страховиків на міжнародному ринку туристичного страхування автором розроблено експрес підхід до визначення інтегрального показника конкурентоспроможності, який базується на кількісних коефіцієнтах, агрегованих у єдиний показник за допомогою таксономічного аналізу. Вихідною інформацією для проведення розрахунків слугували консолідовані звітні дані страхових компаній України за 2013-2019 роки, розміщені на сайті Нацкофінпослуг [19], що здійснювала державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг до 30.06. 2020 року.

В основу методу таксономічного аналізу покладено розрахунок таксономічної відстані, тобто відстані між точками багатовимірному простору, розмірність якого визначається кількістю ознак, що характеризують досліджуваний об'єкт. Вхідними даними при розрахунку таксономічного показника є матриця даних, побудована на основі стандартизованих ознак, що дозволяє властивості об'єкта, представлені показниками з різними одиницями виміру, перетворити в єдину стандартизовану систему вимірювання [20].

Метод розрахунку таксономічного показника розвитку, що використано для визначення конкурентоспроможності послуг міжнародного туристичного страхування вітчизняних страхових компаній, полягає у виконанні наступних основних етапів (рис. 1).

Сформована за визначенням порядком таксономічного аналізу (рис. 1) матриця вихідних та стандартизованих показників конкурентоспроможності послуг міжнародного туристичного представлена в табл. 3.

Таблиця 3

Вихідні та проміжні дані для визначення конкурентоспроможності послуг міжнародного туристичного страхування

Рік	Темпи приросту премій з туристичного страхування, %		Частка туристичного страхування у страхових преміях ринку, %		Рівень страхових виплат з туристичного страхування, %		Обсяг страхових премій на одного туриста, грн.		Частка перших 10 страховиків на ринку туристичного страхування, %	
	X _{1k}	Z _{1k}	X _{2k}	Z _{2k}	X _{3k}	Z _{3k}	X _{4k}	Z _{4k}	X _{5k}	Z _{5k}
2013	2,99	-1,24	1,28	-1,04	30,60	0,35	14,08	-0,98	47,78	-1,37
2014	-0,78	-1,41	1,35	-0,96	33,76	0,90	14,80	-0,94	49,61	-1,13
2015	47,79	0,79	1,78	-0,50	34,48	1,03	21,21	-0,60	59,32	0,15
2016	48,14	0,81	2,24	0,00	29,81	0,22	29,47	-0,16	61,93	0,49
2017	22,55	-0,35	2,20	-0,05	29,57	0,17	33,70	0,07	65,67	0,98
2018	51,07	0,94	2,96	0,77	23,24	-0,93	48,40	0,85	55,64	-0,34
2019	40,09	0,45	3,90	1,78	18,56	-1,75	65,36	1,75	67,49	1,22
Еталон	0,94		1,78		1,03		1,75		-1,37	

Після проведення стандартизації вихідних даних та визначення вектору еталону (табл. 3) здійснено розрахунок Евклідової відстані між показниками та їх еталонними значеннями, на основі чого отримано інтегральний показник конкурентоспроможності послуг туристичного страхування (рис. 2).

Як представлено на рис. 2, найбільшого значення інтегральний показник конкурентоспроможності послуг міжнародного туристичного страхування досягнув у 2018 році переважно за рахунок високих темпів зростання обсягу валових страхових премій та зниження частки 10 перших страховиків на ринку послуг туристичного страхування, що характеризує ступінь його монополізації. Втім, у 2019 році відбувся спад цих показників, а відповідно й інтегрального показника конкурентоспроможності. Зростання рівня конкуренції у галузі є позитивним фактором, який стимулює страхові компанії підвищувати якість послуг та пропонувати більш привабливі умови страхування для споживачів.

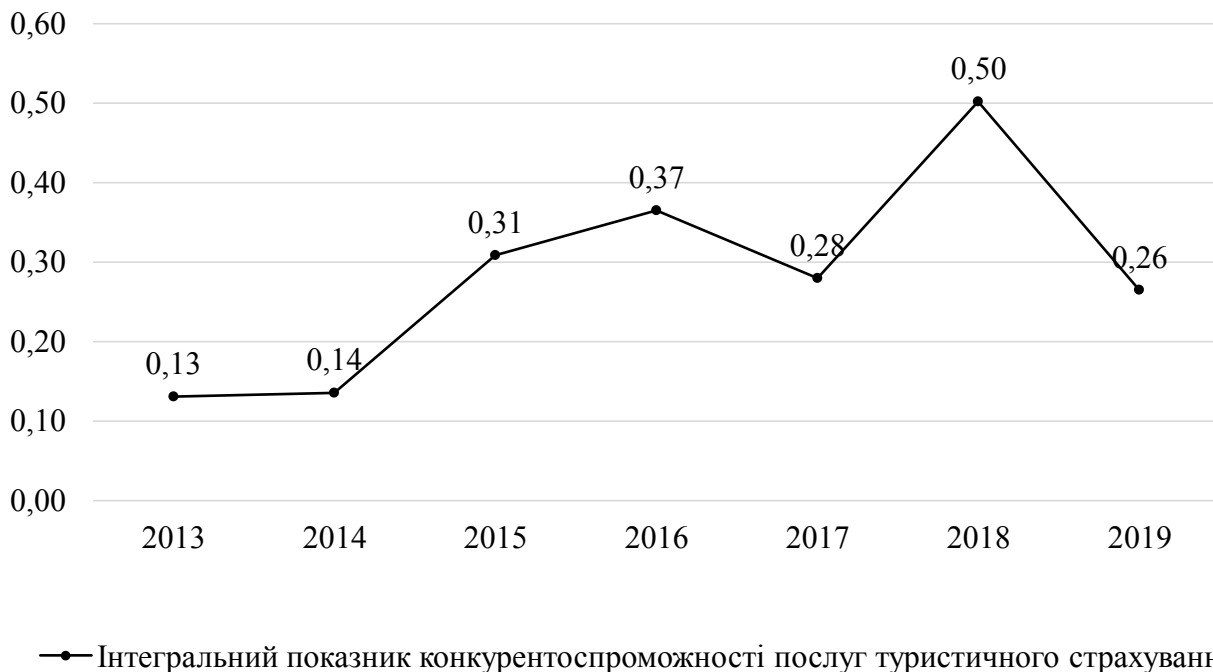


Рис. 2. Тенденції зміни інтегрального показника конкурентоспроможності послуг міжнародного туристичного страхування

Для якісної інтерпретації результатів оцінки конкурентоспроможності використано шкалу, розроблену за законом Фібоначчі, згідно з яким зміни найімовірніше відбуваються на рівні 38,2% і 61,8%. Значення різниці максимального та мінімального значень шкали у даному випадку $1-0=1$. Після перемноження цієї різниці послідовно на 0,382 і 0,618 та віднімання кожної із отриманих сум від "максимуму" визначено значення інтервалів, в межах яких відповідно до закону Фібоначчі найбільш імовірно відбуваються зміни [20].

Таким чином, у результаті шкалювання за законом Фібоначчі отримано 3 рівні конкурентоспроможності послуг міжнародного туристичного страхування: низький [0;

0,382), середній [0,382; 0,618) і високий [0,618; 1]. На основі аналізу інтегрального показника за побудованою шкалою можна зробити висновок, що лише у 2018 році конкурентоспроможність послуг міжнародного туристичного страхування досягнула середнього рівня, а у всі інші роки була на низькому рівні. Тому зусилля менеджменту страхових компаній та органів нагляду за страховою діяльністю мають бути направлені на підвищення конкурентоспроможності послуг туристичного страхування, як важливого каталізатора розвитку туризму в умовах пандемії COVID-19.

Висновки. У статті проаналізовано програми міжнародного туристичного страхування, що пропонують страхові компанії в Україні та за кордоном. Встановлено тенденцію до розширення спектру ризиків, що покриваються договорами туристичного страхування, в умовах пандемії COVID-19. Запропоновано експрес підхід до інтегрального оцінювання та якісної інтерпретації рівня конкурентоспроможності послуг міжнародного туристичного страхування, який, на відміну від існуючих, базується на розрахунку таксономічного показника розвитку та побудові шкал за законом Фібоначчі. Враховуючи низький рівень конкурентоспроможності послуг туристичного страхування впродовж 2013-2019 років, зроблено висновок про необхідність зміни підходів до управління та регулювання страхової діяльності.

Список літератури:

1. Абрамітова Д. Р. Міжнародне регулювання страхування на світовому туристичному ринку. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2014. № 39. С. 5–12.
2. Ботвіна, Н. О. Фінансові аспекти розвитку страхування туристичних ризиків. *Економічний аналіз : зб. наук. праць*. Тернопільський національний економічний університет : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”. 2015. Том 21. № 1. С. 220-224.
3. Грабчук О. М. Особливості розвитку страхування туризму в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 7. С. 1–5.
4. Михайлова Н. В. Особливості страхування відповідальності в туристичному бізнесі. *Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В. О. Сухомлинського*. Серія : Економічні науки. 2014. Вип. 5.2. С. 57-60.
5. Рібун М. В. Особливості ринку страхування в туризмі. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. № 2. С. 274-281.
6. Толкачева О. П., Джобинашвили К. А. Особенности страхования в отрасли туризма. *Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России*. 2011. № 3. С. 155-158.
7. Туманова Е. А., Долгова Н. С. Особливості страхування туристичних ризиків в Україні. *Культура народів Причорномор'я*. 2011. Вип. 215. С. 138-140.
8. Бурчевський В. З. Конкурентоспроможність страхової компанії як об'єкта стратегічного аналізу. *Фінанси, облік і аудит: зб. наук. пр.* Київ : КНЕУ, 2009. Вип. 13. С. 177-184.

9. Войнова Є. І. Рейтинг конкурентоспроможності країн на світовому ринку страхування у 2015 році. *Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова*. 2016. № 46. С. 20-26.
10. Іонін М. Є. Параметри оцінки конкурентної позиції страхової компанії. *Финансы, учет, банки*. 2014. № 20. С. 136-143.
11. Кравчук Г. В. Методологічні засади управління конкурентоспроможністю страхових компаній: автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.08. Суми, 2010. 40 с.
12. Мошкіна О. А. Конкурентоспособность страховых компаний в масштабах национальной экономики. *Вестник Самарского государственного экономического университета*. 2009. № 52. С. 58-60.
13. Приступа, Л. А., Харчук О. Б. Концептуальні засади конкурентоспроможності страхової компанії в сучасному ринковому середовищі. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 1201-1206.
14. Сіренко І. В., Гросицька О. Є. Метод визначення страхувальником конкурентоспроможності страхової компанії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 8. С. 90-92.
15. Шірінян Л. В., Шірінян А. С. Конкурентоспроможність страхового ринку в сучасних умовах. *Економіка України*. 2011. № 7. С. 37-38.
16. Travel Insurance Market Outlook. Official site of Allied Market Research. URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/travel-insurance-market>.
17. Про туризм: Закон від 15.09.1995 № 324/95-ВР зі змін. і доп. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
18. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
19. Річні звіти Нацкомфінпослуг. Офіційний сайт Нацкомфінпослуг. URL: <http://nfp.gov.ua/content/rzviti-nackomfinposlug.html>.
20. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: Методы таксономии и факторного анализа. М. Статистика, 1980. 151 с.
21. Офіційний сайт HTH Worldwide. URL: <https://www.hthtravelinsurance.com/> (дата звернення: 01.12.2020).
22. Офіційний сайт John Hancock Insurance Agency. URL: <https://www.johnhancocktravel.com/> (дата звернення: 01.12.2020).
23. Офіційний сайт Seven Corners. URL: <https://www.sevencorners.com/#start>. (дата звернення: 01.12.2020).
24. Офіційний сайт Trawick International. URL: <https://www.trawickinternational.com/> (дата звернення: 01.12.2020).
25. Офіційний сайт USI Affinity. URL: <https://www.usi.com/programs/affinity-programs/> (дата звернення: 01.12.2020).
26. Офіційний сайт AIG. URL: <https://www.aig.ru/> (дата звернення: 01.12.2020).

27. Офіційний сайт ПРАТ СК «ПЗУ Україна». URL: <https://www.pzu.com.ua/ru/> (дата звернення: 01.12.2020).

Reference

1. Abramitova D. R. (2014) Mizhnarodne rehuliuвання strakhuvannya na svitovomu turystychnomu rynku [International regulation of insurance in the world tourism market]. *Problemy i perspektivy rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy*. № 39. P. 5–12. [In Ukrainian].
2. Botvina, N. O. (2015) Finansovi aspekty rozvytku strakhuvannya turystychnykh ryzykiv [Financial aspects of tourism risk insurance development]. *Ekonomichnyi analiz: zb. nauk. prats. Ternopil'skyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet: Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr Ternopil'skoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu "Ekonomichna dumka". Tom 21. № 1. P. 220-224. [In Ukrainian].*
3. Hrabchuk O. M. (2015) Osoblyvosti rozvytku strakhuvannya turyzmu v Ukraini [Features of tourism insurance development in Ukraine]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*. № 7. P. 1–5. [In Ukrainian].
4. Mykhailova N. V. (2014) Osoblyvosti strakhuvannya vidpovidalnosti v turystychnomu biznesi [Features of liability insurance in the tourism business]. *Naukovyi visnyk Mykolaivskoho derzhavnoho universytetu imeni V. O. Sukhomlynskoho. Seriya : Ekonomichni nauky. Vyp. 5.2. P. 57-60. [In Ukrainian].*
5. Ribun M. V. (2014) Osoblyvosti rynku strakhuvannya v turyzmi [Features of the insurance market in tourism]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*. № 2. P. 274-281. [In Ukrainian].
6. Tolkacheva O. P., Dzhobynashvily K. A. (2011) Osobennosti strakhovaniya v otrasly turyzma [Features of insurance in the tourism industry]. *Vestnyk Sankt-Peterburhskoho unyversyteta MVD Rossyy*. № 3. P. 155-158. [In Russian].
7. Tumanova E. A., Dolhova N. S. (2011) Osoblyvosti strakhuvannya turystychnykh ryzykiv v Ukraini [Features of travel risk insurance in Ukraine]. *Kultura narodov Prychernomoria*. № 215. P. 138-140. [In Ukrainian].
8. Burchovsky V. Z. (2009) Konkurentospromozhnist strakhovoi kompanii yak obiekta stratehichnoho analizu [Competitiveness of the insurance company as an object of strategic analysis]. *Finansy, oblik i audyt: zb. nauk. pr. Kyiv : KNEU. Vyp. 13. P. 177-184. [In Ukrainian].*
9. Voinova Ye.I (1996) Reitynh konkurentospromozhnosti krain na svitovomu rynku strakhuvannya u 2015 rotsi [Rating of the competitiveness of countries in the world insurance market in 2015]. *Visnyk ONU imeni I. I. Mechnykova*. Vol. 46, pp. 136-143. [In Ukrainian].
10. Ionin M.Y. (2014) Parametry otsinky konkurentnoi pozytsii strakhovoi kompanii [Options for assessing the competitive position of an insurance company]. *Fynansi, uchet, banky*, Vol. 20, pp. 136-143. [In Ukrainian].
11. Kravchuk H.V. (2010) Metodolohichni zasady upravlinnia konkurentospromozhnistiu strakhovykh kompanii [Methodological principles of managing the competitiveness of insurance companies], Abstract of Ph.D. dissertation, Finance and Credit, Ukrainian Banking Academy of the National Bank of Ukraine, Sumy, Ukraine. [In Ukrainian].

12. Moshkyna O.A. (2009) Konkurentosposobnost strakhovykh kompaniy v masshtabakh natsyonalnoi ekonomyky [Competitiveness of insurance companies in the national economy]. *Vestnyk Samarskoho hosudarstvennogo ekonomycheskoho unyversyteta*. Vol. 52, pp. 58-60. [In Ukrainian].
13. Prystupa L. A., Kharchuk O. B. (2017) Kontseptualni zasady konkurentospromozhnosti strakhovoi kompanii v suchasnomu rynkovomu seredovyshchi [Conceptual principles of competitiveness of an insurance company in today's market environment]. *Ekonomika i suspilstvo*. Vol. 13, pp. 1201-1206. [In Ukrainian].
14. Sirenko I. V., Hrosytska O. Ye. (2012) Metod vyznachennia strakhuvalnykom konkurentospromozhnosti strakhovoi kompanii [Method of determining the insurer's competitiveness by the insurance company]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*. Vol. 8, pp. 90-92. [In Ukrainian].
15. Shirinian, L. V., Shirinian A. S. (2011) Konkurentospromozhnist strakhovoho rynku v suchasnykh umovakh [Insurance market competitiveness in the modern conditions]. *Ekonomika Ukrainy*. Vol. 7, pp. 37-38. [In Ukrainian].
16. Travel Insurance Market Outlook. Official site of Allied Market Research. URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/travel-insurance-market>.
17. Pro turyzm: Zakon vid 15.09.1995 № 324/95-VR zi zmin. i dop. [About tourism: Law from 15.09.1995 № 324/95-VR on changes. and ext.] URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
18. Kil'kist turystiv, obsluhovanykh turoperatoramy ta turahentamy, za vydamy turyzmu. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Number of tourists served by tour operators and travel agents, by type of tourism. Official site of the State Statistics Service of Ukraine]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
19. Richni zvity Natskomfinposlugh. Ofitsiyni sait Natskomfinposlugh [Annual reports of Natskomfinposlugh. Official site of Natskomfinposlugh]. URL: <http://nfp.gov.ua/content/rzviti-nackomfinposlugh.html>.
20. Plyuta V. Sravnitelnyy mnogomernyy analiz v ekonomicheskikh issledovaniyakh: Metody taksonomii i faktornogo analiza [Comparative Multivariate Analysis in Economic Research: Taxonomy and Factor Analysis Techniques]. M. Statistika. 1980. 151 s.
21. Official site of HTH Worldwide. URL: <https://www.hthtravelinsurance.com/> (accessed December 01, 2020).
22. Official site of John Hancock Insurance Agency. URL: <https://www.johnhancocktravel.com/> (accessed December 01, 2020).
23. Official site of Seven Corners. URL: <https://www.sevencorners.com/#start>. (accessed December 01, 2020).
24. Official site of Trawick International. URL: <https://www.trawickinternational.com/> (accessed December 01, 2020).
25. Official site of USI Affinity. URL: <https://www.usi.com/programs/affinity-programs/> (accessed December 01, 2020).

26. Ofitsiinyi sait AIG [Official site of AIG]. URL: <https://www.aig.ru/> (accessed December 01, 2020). [In Russian].

27. Ofitsiinyi sait PRAT SK «PZU Ukraina» [Official site of PJSC IC " PZU Ukraine"]. URL: <https://www.pzu.com.ua/ru/> (accessed December 01, 2020). [In Ukrainian].

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕНЕРГОСЕРВІСНИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

Джеджула В. В., доктор економічних наук, професор, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, Україна
e-mail- djedjulavv@gmail.com

ORCID- <https://orcid.org/0000-0002-2740-0771>

Єпіфанова І. Ю., доктор економічних наук, доцент, професор кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, Україна
e-mail- djedjulavv@gmail.com

ORCID--<https://orcid.org/0000-0002-0391-9026>

Анотація. В статті сформовано пропозиції з покращення діяльності енергосервісних компаній на основі оцінювання їх поточного стану функціонування. В сучасних умовах ринок енергосервісу в Україні має значний потенціал в бюджетній, житловій сферах та промисловості за рахунок термомодернізації. Встановлено, що суттєвою проблемою діяльності ЕСКО в Україні є доступ до фінансування. Для забезпечення підприємства-замовника від суб'єктивних помилок енергосервісної компанії і зменшення ризику від об'єктивних факторів пропонується використовувати напрям перформанс-контрактів. Досить нагальним питанням є запровадження нетрадиційних варіантів фінансування, зокрема форфейтингу, гарантування кредитів для довгострокового фінансування. Актуальним питанням залишається урегулювання на законодавчому рівні питання фінансування проектів з енергозбереження із доступом суб'єктів господарювання до дешевих фінансових ресурсів. Важливим є забезпечення доступності довгострокового фінансування за адекватними відсотковими ставками, які дозволять забезпечувати окупність вкладених інвестицій.

Ключові слова: енергосервіс, енергосервісна компанія, перформанс-контракт, енергозбереження.

STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF ENERGY SERVICE COMPANIES IN UKRAINE

Djedjula Vyacheslav, Doctor of Economics, Professor, Associate Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, Ukraine
e-mail- djedjulavv@gmail.com

ORCID- <https://orcid.org/0000-0002-2740-0771>

Yepifanova Iryna, Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, Ukraine
e-mail- djedjulavv@gmail.com

ORCID--<https://orcid.org/0000-0002-0391-9026>

Abstract. Investing in energy saving projects is a prerequisite for the effective development of most energy saving projects. Effective implementation of energy saving projects often requires the involvement of energy service companies that perform work on the implementation of energy efficiency measures. Today, the activities of energy service companies need further improvement. The purpose of the article is to form proposals for improving the activities of energy service companies based on an assessment of their current state of operation. In modern conditions, the energy service market in Ukraine has significant potential in the budget, housing and industry due to thermal modernization. Peculiarities of energy service companies financing are analyzed. To protect the customer from subjective errors of the energy service company and reduce the risk of objective factors, it is proposed to use the direction of performance contracts. It was found that energy service companies do not have state financial support programs. Existing lending programs are mainly targeted at energy consumers, but are not available to energy service companies as borrowers and do not encourage energy consumers to work with energy service companies. At present, the activities of the energy service companies are complicated by the insufficient level of financial support. To protect the

customer from subjective errors of the energy service company and reduce the risk of objective factors, it is proposed to use the direction of performance contracts. A rather urgent issue is the introduction of non-traditional financing options, including forfeiting, guaranteeing loans for long-term financing. The settlement of the issue of financing energy saving projects with access of economic entities to cheap financial resources remains a topical issue at the legislative level. It is also important to solve such a problem as the availability of long-term financing at adequate interest rates, which will ensure the return on investment.

Key words: energy service, energy service company, performance contract, energy saving.

JEL Classification: O13, Q43.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Вкладення коштів у енергозберігаючі проекти є необхідною передумовою ефективного розвитку більшості енергозберігаючих проектів. Ефективна реалізація енергозберігаючих проектів досить часто потребує залучення енергосервісних компаній, які виконують роботи із впровадження енергоефективних заходів. На сьогодні діяльність енергосервісних компаній потребує подальшого удосконалення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальні основи теорії і практики управління енергозбереженням на промислових підприємствах викладені у працях таких вітчизняних і зарубіжних вчених: О. М. Алімова, О. І. Амоші, А. М. Асаула, Є. М. Ахромкіна, В. Я. Брича, М. П. Войнаренка, Е. Вудруф, В. М. Гейця, Ю. В. Дзядиковича, А. А. Долінського, І. Б. Запхляк, Д. В. Зеркалова, В. В. Микитенко, О. М. Суходолі, В. Тернер, Р. Тоуд, Д. К. Турченко та інших.

Питання запровадження енергосервісних контрактів як механізму для залучення коштів аналізується в проектах, що реалізуються міжнародними організаціями: Німецьким бюро співробітництва, USIAD, Світовим банком, Міжнародною фінансовою корпорацією. Разом з тим, недостатньо досліджено питання перспектив розвитку вітчизняних енергосервісних компаній.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою цього дослідження є формування пропозицій з покращення діяльності енергосервісних компаній на основі оцінювання їх поточного стану функціонування.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням здобутих наукових результатів. Обмеженість, вичерпність і постійне зростання вартості невідновлювальних джерел енергії загрожує поступальному розвитку сучасних промислових підприємств, створює суттєві витрати в бюджетній та житловій сферах. Враховуючи відносно сталу динаміку у споживанні енергоресурсів, стає зрозумілим, що одним з найголовніших напрямків зменшення енергетичної залежності вітчизняної економіки, вирішення екологічних і соціальних проблем, пов'язаних з енергоспоживанням, підвищення рентабельності підприємств є енергозбереження.

З метою забезпечення енергозбереження в провідних країнах світу успішно застосовують низку економічних інструментів [1]:

- диференціювання податкового навантаження;
- бюджетне та позабюджетне фінансування заходів із енергозбереження;
- пільгове кредитування та державні закупівлі;
- диференціювання тарифів і цін на енергоресурси та енергоефективну продукцію;
- фінансові інструменти та передача прав власності.

Для забезпечення енергоефективності та максимального енергозбереження доцільним є залучення енергосервісних компаній (ЕСКО).

Під енергосервісом розуміється комплекс технічних та організаційних енергозберігаючих (енергоефективних) та інших заходів, спрямованих на скорочення замовником енергосервісу споживання та/або витрат на оплату паливно-енергетичних ресурсів та/або житлово-комунальних послуг порівняно із споживанням (витратами) за відсутності таких заходів [2].

В сучасних умовах ринок енергосервісу в Україні має значний потенціал в бюджетній, житловій сферах та промисловості за рахунок термомодернізації, оскільки дозволяє суттєво зменшити бюджетні витрати на комунальні платежі, підвищити комфортність перебування в приміщеннях, зменшити витрати на комунальні послуги в промисловості та житловій сферах. Зокрема, за підрахунками фахівців, витрати енергоресурсів на опалення бюджетних установ в Україні у 2–3 рази вищі, ніж у країнах ЄС на ці ж потреби. Термомодернізація житлової сфери сприятиме зменшенню витрат на комунальні послуги, що сприятиме економії державних коштів в частині скорочення субсидій. Суттєвою може бути економія коштів й підприємств промисловості, які використовують в своїй діяльності значну кількість енергії. Енергомодернізація підприємств промисловості сприятиме зниженню собівартості та зростанню прибутку. Разом з тим, усі зазначені ефекти є можливими за наявності достатнього обсягу фінансового забезпечення, під яким розуміємо систему фінансових відносин, які реалізуються через сукупність законодавчо закріплених форм і методів створення, мобілізації та використання фондів фінансових ресурсів як на рівні підприємства, так і на рівні країни [3].

На сьогодні в Україні за даними Державного агентства з енергоефективності та енергозбереження в Україні 39 енергосервісних компаній реалізують енергосервісні контракти або є переможцями тендерів, більшість з яких, зареєстровані в м. Києві.

Досить суттєвою проблемою діяльності ЕСКО в Україні – доступ до фінансування. На сьогодні низка проектів фінансується за рахунок державного фінансування, проте недостатньо розвиненим залишається фінансування договорів ЕСКО за рахунок фінансових ресурсів місцевих фінансових установ. Оскільки гонорар ЕСКО залежить від демонстрації виконання проекту, що може статися протягом довгострокового періоду, моделі енергосервісних договорів можуть бути досить складними, тому важливе значення має розуміння споживачем енергії та ЕСКО розподілу, вимірювання та верифікації заощаджень [5].

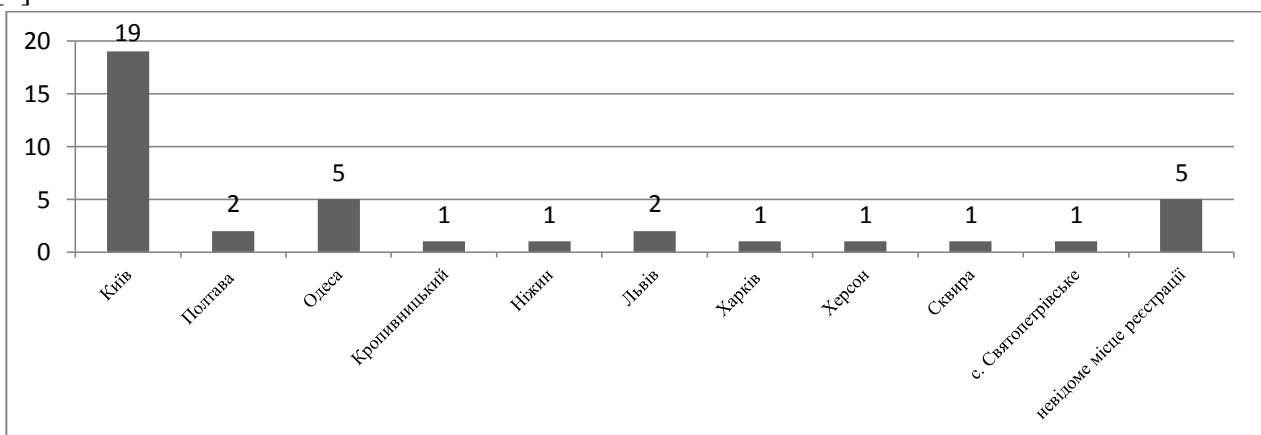


Рис. 1. Енергосервісні компанії, які реалізують енергосервісні контракти або є переможцями тендерів

Джерело: складено за даними [4]

Хоча в Україні і запроваджено низку програм державної фінансової підтримки, які сприяють реалізації заходів з енергоефективності, разом з тим, в цілому терміни кредитування, які пропонуються комерційними банками часто є досить короткими та такими, які не забезпечують терміну окупності вкладених інвестицій. Суттєвою проблемою є й високі банківські відсотки за кредитами, що ускладнює реалізацію довгострокових програм з енергозбереження за використання приватних коштів.

До позитивних моментів розвитку ЕСКО в Україні, забезпечених на законодавчому рівні можна віднести Закон України № 1980-VIII «Про внесення змін до Закону України «Про запровадження нових інвестиційних можливостей, гарантування прав та законних інтересів суб'єктів підприємницької діяльності для проведення масштабної енергомодернізації» [6]. Прийняття цього закону розширило сфери дії енергосервісних договорів на термомодернізацію громадських будівель, дозволяючи використовувати приватні інвестиції для реалізації заходів з енергоефективності у школах, лікарнях та інших громадських закладах.

Фінансування пріоритетної сукупності енергозберігаючих заходів, що рекомендуються за результатами енергетичного аудиту енергосервісною компанією із залученням зовнішніх фінансових ресурсів, супроводжується ризиком неотримання проектної економії енергетичних ресурсів, а, відповідно, і прибутку підприємства за рахунок зменшення споживання тепла, електричної енергії, палива, води та інше. Ці ризики можуть бути викликані суб'єктивними і об'єктивними причинами. До суб'єктивних причин можна віднести недостатнє вивчення напрямків енергозбереження, формальний підхід при проведенні енергетичного аудиту, помилки при обґрунтуванні економічної ефективності енергозберігаючих проектів, помилки в інших розрахунках та вимірюваннях. До об'єктивних причин можна віднести зміну вартості енергоресурсів, величини інфляції, курсу валют та інші.

Для убезпечення підприємства-замовника від суб'єктивних помилок енергосервісної компанії і зменшення ризику від об'єктивних факторів пропонується використовувати напрям перформанс-контрактів [7] (рис. 2, схеми 1-2). Особливістю цих схем взаємодії між замовником і компанією, що проводить аудит, є те, що виплати за виконану роботу замовник робить безпосередньо компанії, не взаємодіючи напряму з фінансовими установами.

Оплата послуг може бути різною, але зазвичай використовують такі варіанти:

- енергосервісна компанія (ЕСКО) з власних або залучених коштів виконує енергоаудит і реалізацію пріоритетних заходів з енергозбереження, а підприємство з отриманої економії коштів виплачує ЕСКО щорічно певні суми, що включають покриття витрат ЕСКО на всі проведені роботи, плату за ризик, компенсацію інфляції та прибуток;

- підприємство платить ЕСКО кошти за спожиті енергоносії, зменшені на певний відсоток, наприклад, 90 % або 80 % від тієї суми, що була до проведення енергомодернізації. ЕСКО, в свою чергу, розраховується зі своїми кредиторами і здійснює оплату рахунків підприємства за енергоносії.

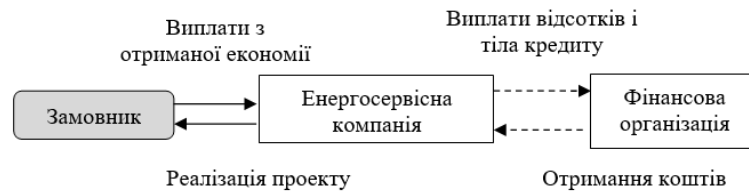


Схема 1



Схема 2

Рис. 2. Схеми фінансування енергозберігаючих проектів промислових підприємств з використанням перформанс-контрактів (узагальнено авторами):
схема 1 – виплати ЕСКО здійснюються з отриманої економії коштів за рахунок енергозбереження;
схема 2 – підприємство-замовник оплачує вартість енергоресурсів ЕСКО
Джерело: складено автором самостійно

У такому випадку прибуток сервісної компанії тим більший, чим більша економія енергоресурсів, якщо економія складе, наприклад, лише 5 %, то отримані збитки покриватиме енергосервісна компанія. Наведені схеми фінансування енергозберігаючих проектів промислових підприємств є основними, можливі і інші варіації «замовник - фінансова організація – ЕСКО». Розглянутий напрям перформанс-контрактингу, на думку автора, є актуальним і доцільним у використанні і дозволяє знизити ризики підприємства і однозначно отримати позитивні фінансові ефекти від енергозбереження навіть при недозадоволенні проектних показників у енергозбереженні.

Таким чином, в Україні досить важливим є урегулювання на законодавчому рівні питання фінансування проектів з енергозбереження із доступом суб'єктів господарювання до дешевих фінансових ресурсів. Важливим є й вирішення такої проблеми як доступність довгострокового фінансування за адекватними відсотковими ставками, які дозволять забезпечувати окупність вкладених інвестицій.

Цілком погоджуємось із [5] щодо відсутності прямої підтримки ЕСКО програмами державної фінансової підтримки. Існуючі програми кредитування переважно спрямовані на споживачів енергії проте є недоступними для ЕСКО як позичальників та не заохочують споживачів енергії працювати з ЕСКО.

Досить нагальним питанням є запровадження нетрадиційних варіантів фінансування, зокрема форфейтингу, гарантування кредитів для довгострокового фінансування.

Висновки із цього дослідження і далі перспективи в цьому напрямку. Таким чином, на сьогодні діяльність ЕСКО ускладнена недостатнім рівнем фінансового забезпечення. Для убезпечення підприємства-замовника від суб'єктивних помилок енергосервісної компанії і зменшення ризику від об'єктивних факторів пропонується використовувати напрям перформанс-контрактів. Досить нагальним питанням є

запровадження нетрадиційних варіантів фінансування, зокрема форфейтингу, гарантування кредитів для довгострокового фінансування.

Актуальним питанням залишається урегулювання на законодавчому рівні питання фінансування проєктів з енергозбереження із доступом суб'єктів господарювання до дешевих фінансових ресурсів. Важливим є й вирішення такої проблеми як доступність довгострокового фінансування за адекватними відсотковими ставками, які дозволять забезпечувати окупність вкладених інвестицій.

Список літератури:

1. Організаційно-економічний механізм енергозбереження: монографія. В. Я. Брич, Ю. В. Дзядикевич, В. В. Джеджула та ін. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 154 с.
2. Про запровадження нових інвестиційних можливостей, гарантування прав та законних інтересів суб'єктів підприємницької діяльності для проведення масштабної енергомодернізації : Закон України № 327-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/327-19>.
3. Єпіфанова І. Ю. Управління інноваційною діяльністю промислових підприємств: теоретико-методологічні аспекти фінансового забезпечення : монографія/ Вінниця : ВНТУ, 2019. 384 с.
4. Офіційний сайт Державного агентства з енергоефективності та енергозбереження в Україні. URL: <https://saee.gov.ua/>
5. OECD (2019), Підвищення конкурентоспроможності в Україні шляхом створення сталого законодавчого підґрунтя для роботи енергосервісних компаній, OECD Publishing, Paris. URL: <https://www.oecd.org/eurasia/countries/Enhancing-Competitiveness-in-Ukraine-through-Sustainable-Framework-for-Energy-Service-Companies-2019-UKR.pdf>
6. Про внесення змін до Закону України «Про запровадження нових інвестиційних можливостей, гарантування прав та законних інтересів суб'єктів підприємницької діяльності для проведення масштабної енергомодернізації: Закон України № 1980-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1980-19#Text>.
7. Енергозбереження промислових підприємств: методологія формування, механізм управління : монографія / В. В. Джеджула. 2014. Вінниця : ВНТУ. 346 с.
8. V. Brych, V. Manzhula, B. Brych, N. Halysh, Y. Ursakii and V. Homotiuk, "Estimating the Efficiency of the Energy Service Market Functioning in Ukraine," 2020 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Deggendorf, Germany, 2020, pp. 670-673, doi: 10.1109/ACIT49673.2020.9208858.
9. V. Brych, V. Manzhula, O. Borysiak, G. Liakhovych, N. Halysh and V. Tolubiyak, "Communication Model of Energy Service Market Participants in the Context of Cyclic Management City Infrastructure," 2020 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Deggendorf, Germany, 2020, pp. 678-681, doi: 10.1109/ACIT49673.2020.9208902.
10. V. Pryimak, B. Melnyk, O. Holubnyk, T. Kostyshyna and V. Brych, "A Fuzzy Assessment of the Development of the National Labor Market of Ukraine," 2020 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Deggendorf, Germany, 2020, pp. 682-686, doi: 10.1109/ACIT49673.2020.9208915.
11. V. Brych, V. Manzhula, N. Halysh, G. Zhekalo, G. Liakhovych and O. Vakun, "Strategy of Effective Pricing Policy of Biofuel Enterprises," 2020 10th International Conference on

Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Deggendorf, Germany, 2020, pp. 674-677, doi: 10.1109/ACIT49673.2020.9208815.

12. V. Brych, M. Dyvak, N. Porplytsya, N. Halysh, O. Tulai and Y. Shpak, "Modeling of Dynamics of the Company's Share in the Solid Fuel Market," 2019 9th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Ceske Budejovice, Czech Republic, 2019, pp. 354-357, doi: 10.1109/ACITT.2019.8779973.

13. V. Brych, V. Manzhula, N. Halysh, O. Holubchak, S. Korol and M. Stetsko, "Management of Enterprise's Assortment Policy by Production of Solid Biofuels," 2019 9th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Ceske Budejovice, Czech Republic, 2019, pp. 370-373, doi: 10.1109/ACITT.2019.8779984.

References:

1. Dziadykevych Yu. V., Brych V. Ya., Dzhedzhula V. V. et all. (2018). Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm enerhozberezhennia: monohrafiia [Organizational and economic mechanism of energy saving: monograph]. Ternopil : TNEU [in Ukrainian].

2. Verkhovna Rada of Ukraine. (2015). About the introduction of new investment opportunities, guaranteeing the rights and legitimate interests of business entities for large-scale energy modernization (Act № 327-VIII). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/327-19> [in Ukrainian]

3. Yepifanova I. Yu. (2019) Upravlinnia innovatsiinoiu diialnistiu promyslovykh pidpriemstv: teoretyko-metodolohichni aspekty finansovoho zabezpechennia: monohrafiia [Management of innovation activity of industrial enterprises: theoretical and methodological aspects of financial support: monograph]. Vinnytsia : VNTU. [in Ukrainian].

4. State Agency for Energy Efficiency and Energy Saving in Ukraine (2021). Official website. Retrieved from <https://saee.gov.ua/>

5. OECD (2019) Increasing competitiveness in Ukraine by creating a stable legal basis for the operation of energy service companies. OECD Publishing, Paris. Retrieved from: <https://www.oecd.org/eurasia/countries/Enhancing-Competitiveness-in-Ukraine-through-Sustainable-Framework-for-Energy-Service-Companies-2019-UKR.pdf>

6. Verkhovna Rada of Ukraine. (2015). Amendments to the Law of Ukraine «About Introduction of New Investment Opportunities, Guarantee of Rights and Legitimate Interests of Entrepreneurs for Large-Scale Energy Modernization (Act № 1980-VIII). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1980-19#Text> [in Ukrainian]

7. Dzhedzhula V. V. (2014) Enerhozberezhennia promyslovykh pidpriemstv: metodolohiia formuvannia, mekhanizm upravlinnia : monohrafiia [Energy saving of industrial enterprises: methodology of formation, control mechanism: monograph]. Vinnytsia : VNTU.

8. V. Brych, V. Manzhula, B. Brych, N. Halysh, Y. Ursakii and V. Homotiuk, "Estimating the Efficiency of the Energy Service Market Functioning in Ukraine," 2020 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Deggendorf, Germany, 2020, pp. 670-673, doi: 10.1109/ACIT49673.2020.9208858.

9. V. Brych, V. Manzhula, O. Borysiak, G. Liakhovych, N. Halysh and V. Tolubyak, "Communication Model of Energy Service Market Participants in the Context of Cyclic Management City Infrastructure," 2020 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Deggendorf, Germany, 2020, pp. 678-681, doi: 10.1109/ACIT49673.2020.9208902.

10. V. Pryimak, B. Melnyk, O. Holubnyk, T. Kostyshyna and V. Brych, "A Fuzzy Assessment of the Development of the National Labor Market of Ukraine," 2020 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Deggendorf, Germany, 2020, pp. 682-686, doi: 10.1109/ACIT49673.2020.9208915.
11. V. Brych, V. Manzhula, N. Halysh, G. Zhekalo, G. Liakhovych and O. Vakun, "Strategy of Effective Pricing Policy of Biofuel Enterprises," 2020 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Deggendorf, Germany, 2020, pp. 674-677, doi: 10.1109/ACIT49673.2020.9208815.
12. V. Brych, M. Dyvak, N. Porplytsya, N. Halysh, O. Tulai and Y. Shpak, "Modeling of Dynamics of the Company's Share in the Solid Fuel Market," 2019 9th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Ceske Budejovice, Czech Republic, 2019, pp. 354-357, doi: 10.1109/ACITT.2019.8779973.
13. V. Brych, V. Manzhula, N. Halysh, O. Holubchak, S. Korol and M. Stetsko, "Management of Enterprise's Assortment Policy by Production of Solid Biofuels," 2019 9th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Ceske Budejovice, Czech Republic, 2019, pp. 370-373, doi: 10.1109/ACITT.2019.8779984.

УДК 334

DOI:10.32680/2409-9260-2020-3-4-276-277-132-139

АУТСОРСИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ, ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Манойленко О.В., доктор економічних наук, професор, директор навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна
e-mail: oleksandr.manoylenko@khpi.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-5979-4077

Горовий Д.А., доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та маркетингу, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна
e-mail: dmytro.gorovyi@khpi.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-0416-3857

Строков Є. М., кандидат економічних наук, доцент кафедри економічного аналізу та обліку, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна
e-mail: ievgen.strokov@khpi.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-1857-1309

Анотація. Метою статті є формування методичних положень щодо запровадження аутсорсингу бізнес-процесів на підприємствах як засобу підвищення капіталізації. У статті обґрунтовано, що аутсорсинг бізнес-процесів, як інструмент делегування певних виробничих або сервісних процесів, дозволяє значно знизити витрати підприємства, визначено основні види аутсорсингу бізнес-процесів, досліджено основні чинники, що заважають впровадженню аутсорсингу на промислових підприємствах – недостатня регламентація бізнес-процесів та відсутність дієвих підходів до оцінки ефективності їх реалізації. Розроблений підхід дозволяє врахувати тип та ступінь стандартизації бізнес-процесів, що плануються для аутсорсингу, глибину їх інтеграції в наскрізний бізнес-процес промислового підприємства; спираючись на об'єкти та сферу застосування бізнес-процесу, він дозволяє обрати варіант проведення аутсорсингу та визначити форми організації спільної діяльності.

Ключові слова: аутсорсинг, бізнес-процеси; аутсорсинг бізнес-процесів; капіталізація підприємства; реінжиніринг; аутсорсер; основні бізнес-процеси; допоміжні бізнес-процеси.

BUSINESS PROCESS OUTSOURCING AS A WAY TO INCREASE THE CAPITALIZATION OF AN ENTERPRISE

Manoylenko Oleksandr, Doctor of Economics, Professor, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Kharkiv, Ukraine
e-mail: oleksandr.manoylenko@khpi.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-5979-4077

Gorovyi Dmytro, Doctor of Economics, Professor, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Kharkiv, Ukraine
e-mail: dmytro.gorovyi@khpi.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-0416-3857

Strokov Ievgen, PhD (Economics), Associate Professor, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Kharkiv, Ukraine
e-mail: ievgen.strokov@khpi.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-1857-1309

Abstract. *Introduction. The article substantiates that outsourcing of business processes can significantly reduce the costs of an enterprise, as a tool for delegating certain production or service processes. Purpose. The purpose of the article is to formulate the guidelines for the implementation of business processes outsourcing at enterprises as a mean of capitalization increasing. The main types of outsourcing of business processes are identified and their classification is proposed, the main factors that hinder the introduction of outsourcing at industrial enterprises are investigated, such as insufficient regulation business processes and the lack of effective approaches to assessing the effectiveness of their implementation. To overcome these barriers, the structural elements of a methodological approach were determined to organize outsourcing of business processes at an enterprise. They are built on the basis of the typologization and classification of business processes, the choice of forms of organizing joint activities, a description of the business processes of the enterprise, statistical analysis of their indicators, analysis and selection of potential performers. Results. The developed approach allows taking into account the type and degree of standardization of business processes planned for outsourcing, the depth of their integration into the end-to-end business process of an industrial enterprise. Relying on the objects and scope of the business process, it allows choosing the option of outsourcing and determining the forms of organizing joint activities. Conclusions. The proposed approach to the organization of business processes outsourcing makes it possible to enhance significantly the performance of an industrial enterprise, largely, it is the basis for achieving the strategic goal of activity, the increasing of enterprise's capitalization.*

Keywords: *outsourcing; business processes; outsourcing of business processes; capitalization of the enterprise; reengineering; outsourcer; main business processes; supporting business processes*

JEL classification: M29

Постановка проблеми. Перед вітчизняними підприємствами гостро стоїть питання підвищення ефективності їх діяльності у зв'язку із підвищенням конкуренції не тільки вітчизняних товаровиробників, а й іноземних компаній. Це, передусім вимагає оптимізації бізнес-процесів, що має супроводжуватися зростанням вартості підприємства в цілому, як свідчить основний підхід щодо досягнення цілей підприємницької діяльності та інтересів стейхолдерів, тобто капіталізації суб'єкта господарювання. Одним із ефективних засобів, що застосовується у міжнародній практиці, при оптимізації бізнес-процесів та підвищення капіталізації компанії слугує аутсорсинг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В даний час, теоретичні та методичні положення аутсорсингу, як інструменту оптимізації бізнес-процесів організацій, відображені в роботах Ж.-Л. Бравара [2], С. Клементса [3], Дж. Харрінгтона [4], Дж. Б. Хейвуда [1], Ф. Філіної [5]. У вітчизняній практиці питаннями аутсорсингу займалися: О. Анісімова [6], К. Горова [7], З. Двуліт [8], А. Загородній [9], О. Микало [10], О. Прохоренко [11], О. Рижак [12] та інші.

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Але поза межами досліджень залишаються питання взаємозв'язку запровадження аутсорсингу та підвищення капіталізації компанії, створення на цій основі «віртуальних підприємств», що концентруються, головним чином, на ключових компетенціях діяльності – як основних бізнес-активах, що утворюють, головним чином, додану вартість.

Мета дослідження. Метою статті є формування методичних положень щодо запровадження аутсорсингу бізнес-процесів на підприємствах як засобу підвищення капіталізації.

Основний матеріал. Найбільш узагальненим визначення сутності поняття «аутсорсинг бізнес-процесів» є «передача підприємством, на основі договору, певних бізнес-процесів або виробничих функцій на обслуговування іншому суб'єкту господарювання, що спеціалізується у відповідній галузі. На відміну від послуг сервісу підтримки, що має разовий, епізодичний характер і обмежений в часі, на аутсорсинг передаються зазвичай

функції професійної підтримки безперебійної працездатності окремих систем і інфраструктури на основі тривалого контракту (не менше 1 року)» [1]. Тобто, передбачається, що визначальною характеристикою аутсорсингу бізнес-процесів є його результативність (або досягнення цільового результату). Найбільш часто, цільовим результатом виступає скорочення витрат або підвищення прибутковості. Ця концепція тісно пов'язана з визначення центрів відповідальності (центрів: витрат, прибутку, відповідальності) та ключових компетенцій діяльності підприємства

Таким чином, у сучасній економіці інструменти аутсорсингу є актуальними і досить широко використовуються для реінжинірингу та оптимізації бізнес-процесів. Під аутсорсингом бізнес-процесів (business process outsourcing) будемо розуміти передачу підприємством будь-якого процесу (бізнес-функції) або його частини (підпроцесу) сторонній організації, що надає професійні послуги в цій галузі. Таким чином, аутсорсинг бізнес-процесів дозволяє підприємству (замовнику) знизити витрати або підвищити прибуток за рахунок використання ефекту спеціалізації аутсорсингових організацій (постачальників) на певних видах діяльності, які вони здійснюють з меншими витратами і більш якісно, ніж сам замовник [5, 9]. При цьому, головним чином, це досягається за рахунок використання ефекту «масштабу», тобто, аутсорсер за рахунок спеціалізації та більш крупносерійного (масового) виробництва продукує бізнес-процеси у найбільш ефективний спосіб, тим самим скорочуючи витрати.

Як правило, підприємства отримують від аутсорсингових організацій наступні види послуг: підтримка інформаційної системи або її компонентів, ведення бухгалтерського обліку, проектування і дизайн нових видів продуктів, супровід і підтримку продуктів, рекрутинг, маркетинг та інші спеціальні функції, які не є для підприємства визначальними (критичними) та не формують ключових компетенцій. Слід зазначити, що в IT сфері процеси аутсорсингу досить добре формалізовані завдяки використанню SLA (Service Level Agreement) – контракту, що регламентує відносини між постачальником послуг і його клієнтом. SLA містить опис послуг (основний предмет SLA), а також мету співпраці, тривалість, графік надання послуг, умови оплати, умови розірвання, гарантії, розміри компенсацій [13]. Тобто передбачається передача спеціальних управлінських функцій на зовнішнє обслуговування. Але, якщо представити підприємство, як складну бізнес-систему, що виконує значну кількість бізнес-процесів, а її підсистеми мають властивість емерджентності, то необхідно розглянути ще й інсорсинг бізнес-процесів, як окремий вид сорсингу (управління ресурсами та функціями підприємства). Тобто, виділення внутрішніх підсистем підприємства з ціллю підвищення їх результативності на основі SLA-контракту дозволяє значно підвищити внутрішню ефективність бізнес-процесів за рахунок оптимізації (регламентації) підпроцесів та підвищення результативності бізнес-підсистеми. Тобто створюється так зване «віртуальне підприємство», в якому складові підсистеми працюють за умовами SLA-контракту, що може значно підвищувати ефективність його діяльності. Тобто використовується внутрішній та/або кептивний аутсорсинг.

На практиці, лише деякі промислові підприємства здійснюються спроби впровадити досвід організації робіт проектних команд і віртуальних організацій на основі процесного підходу та аутсорсингу, але цьому істотно заважає недостатня формалізація і регламентація бізнес-процесів на рівні самих підприємств, а також відсутність підходів до оцінки їх ефективності для можливості вибору альтернативних інструментів їх реалізації. Крім того, не регламентованість аутсорсингових контрактів і обмежене коло спеціалізованих компаній стримують ці процеси.

Основною проблемою, на вирішення якої спрямовано дослідження, є відсутність зрозумілих правил (індикаторів) вибору бізнес-процесів для можливості подальшого їх передачі на аутсорсинг в умовах наявності тільки даних бухгалтерського обліку, що характерно для більшості підприємств України. Дана проблема потребує вирішення наступних завдань: вибір ключових бізнес-процесів для передачі їх на аутсорсинг, регламентація бізнес-процесів та їх детермінація, вибір аутсорсингової організації (аутсорсера). Тобто виникає необхідність виділення критичних бізнес-процесів (які визначають економічну безпеку підприємства та ключові компетенції його діяльності); проведення повної стандартизації та регламентації з подальшим визначенням

Узагальнюючи, представлені вище положення, аутсорсинг бізнес-процесів може бути реалізовано у вигляді створення так званого «віртуального підприємства» з використанням інсорсингу та аутсорсингу. Причому з одного боку це реалізується через аутсорсинг спеціальних функцій управління: персоналом, фінансами, бухгалтерським обліком, маркетингом, НІОКР та інші. Крім того, безпосередньо виробнича діяльність може бути передана на аутсорсинг (так зване - «контрактне виробництво»). З іншого боку аутсорсинг можна розглядати з точки зору факторів виробництва: капітал, персонал, знання та інформація.

З цієї точки зору можна виділити такі види аутсорсингу [1,2,3,4,5]:

- аутсорсинг капіталу, до якого можна віднести виробничий аутсорсинг (коли підприємство розміщує замовлення на виготовлення продукції стороннього підрядника) – контрактне виробництво, або франчайзинг (в цьому випадку для виробництва продукції використовується обладнання та бізнес-процеси, що належить іншому підприємству);

- аутсорсинг праці – до нього відноситься аутстафінг та офшорінг персоналу;

- аутсорсинг інформації – в цьому випадку підприємство-замовник доручає збір і обробку інформації, а в окремих випадках – і вироблення рішення на її основі, сторонньому підприємству; до цього виду аутсорсингу, на наш погляд, відноситься виконання певних специфічних функцій управління;

- аутсорсинг підприємницьких здібностей – підприємство-замовник використовує для ведення власної господарської діяльності зовнішній інтелектуальний капітал (є результатом реалізації підприємницьких здібностей); до цього виду аутсорсингу можна віднести франчайзинг, стандартизацію і ліцензування (ці види діяльності традиційно до аутсорсингу не відносяться, проте з урахуванням запропонованого вище визначення їх доцільно розглядати саме як приватні випадки аутсорсингу). Наприклад, при франчайзингу незалежний підприємець (франчайзі) передає на аутсорсинг управління торговельної маркою, під якої він веде свою господарську діяльність;

- змішаний аутсорсинг – підприємство-замовник передає на виконання сторонньому підряднику функцію, що вимагає використання декількох видів ресурсів. До цього різновиду аутсорсингу, на наш погляд, можна віднести факторинг, при якому підприємство-фактор, з одного боку, забезпечує постачальника фінансовими ресурсами (аутсорсинг капіталу), а з іншого – займається збором і обробкою інформації про поточних і потенційних замовників постачальника для визначення їх платоспроможності (аутсорсинг інформації).

Для здійснення ефективної господарської діяльності на основі аутсорсингу бізнес-процесів, що має на меті зростання капіталізації, необхідно розробити чіткий план переходу до нової системи управління, яка включатиме структурні елементи методичного підходу, що представлено на рис. 1.

В його основі лежить принцип, згідно якого важливими елементами управління бізнес-процесами підприємства та їхньої оптимізації є чітка структуризація. Так, з метою побудови раціональної системи господарювання необхідно визначити сутність основних та допоміжних бізнес-процесів, що дозволить підприємству обрати пріоритетні напрямки діяльності, які призведуть до мети – зростання капіталізації (оскільки підприємство може мати і інші цілі – зростання поточного прибутку, частки ринку тощо). Зважаючи, що стратегічною метою будь-якого підприємства є зростання його капіталізації, то такий підхід передбачає концентрацію ключових компетенцій підприємства та прав власності на пріоритетні активи у «корпоративному ядрі», а управління здійснюється на основі контролю фінансових потоків «віртуального підприємства».

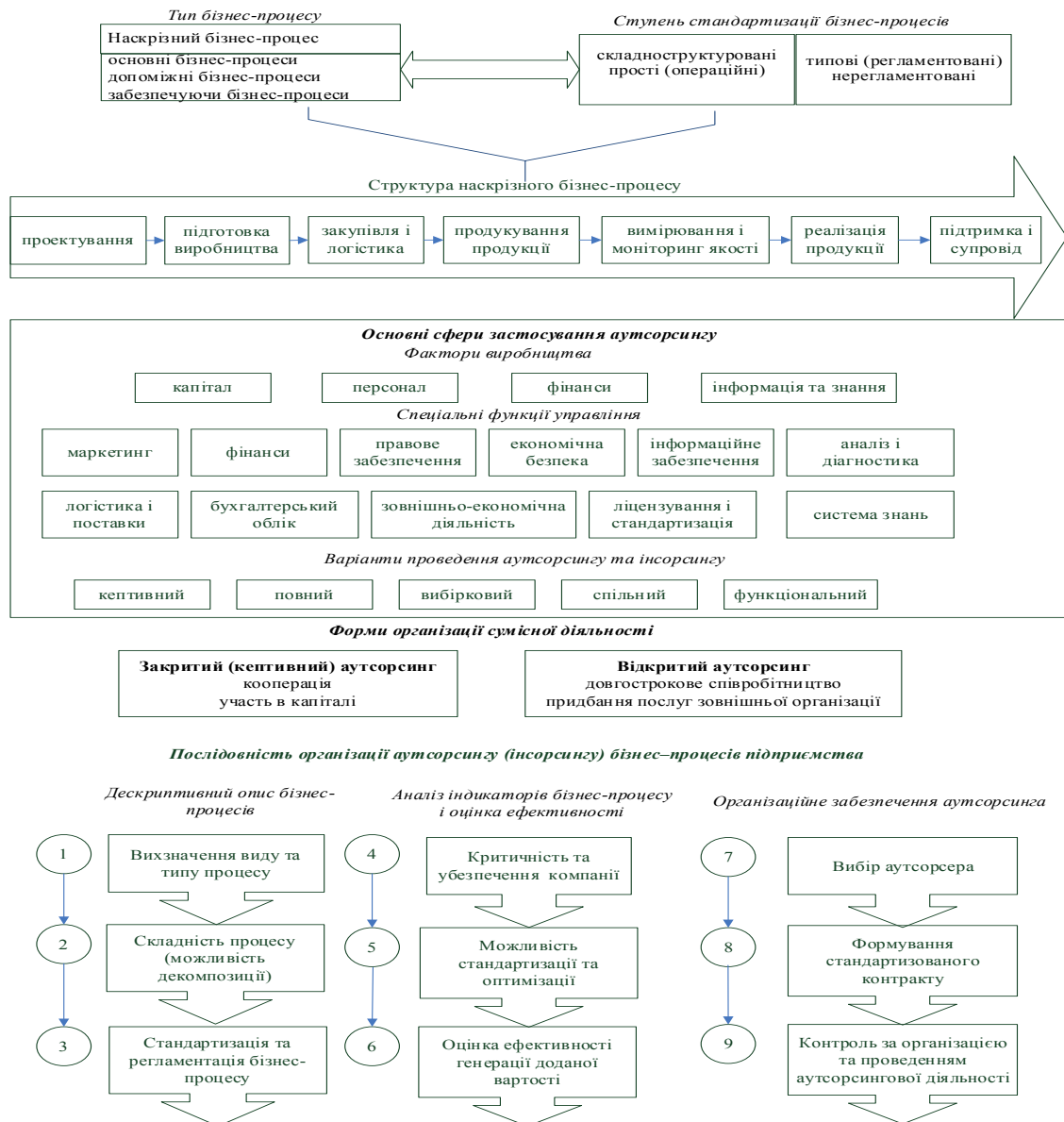


Рис. 1. Структурні елементи методичного підходу організації аутсорсингу бізнес-процесів на підприємстві

Джерело: розроблено авторами

Основні бізнес-процеси, які беруть участь у створенні головної цінності, орієнтовані в першу чергу на досягнення стратегічної мети управління підприємством, вони формують результат, за який клієнт готовий платити гроші, що в кінцевому випадку призводить до

формування чистого фінансового потоку і зростання капіталізації. А допоміжні бізнес-процеси – це допоміжні процеси надання послуг для виконання функцій, які забезпечують діяльність інфраструктури компанії. Тому, з метою підвищення капіталізації підприємства, зменшення поточних витрат, оптимізації виробничого процесу вітчизняним підприємствам варто сконцентрувати свою увагу на профільних бізнес-процесах та активах, а непрофільні передати на аутсорсинг [14].

Визначення ключових структурних елементів методичного підходу до організації аутсорсингу на підприємстві має включати в себе наступні етапи: класифікацію та опис бізнес-процесів, визначення ключових, вибір форми організації спільної діяльності, статистичний аналіз їх індикаторів, та аналіз та вибір потенційних виконавців.

Висновки. Формування методичного підходу до організації аутсорсингу бізнес-процесів на підприємстві, обґрунтування його ключових структурних елементів та взаємодії взаємозв'язаних юридичних осіб, на практиці може значною мірою посилить результативність і ефективність діяльності підприємства та, відповідно, сприятиме збільшенню його капіталізації шляхом максимізації генерації чистого фінансового потоку з урахуванням забезпечення його економічної безпеки.

Перспективним напрямком подальших досліджень може слугувати розробка заходів з відбору допоміжних процесів, які варто віддавати на аутсорсинг, залежно від розміру підприємства, галузевої приналежності, фінансового стану, частки ринку тощо.

Список літератури:

1. Хейвуд Дж. Б. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. Пер. с англ. М. : Изд. дом «Вильямс», 2004. 176 с.
2. Бравар Ж.-Л., Морган Р. Эффективный аутсорсинг : Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений. Пер. с англ. В. А. Денисова. Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. 251 с.
3. Клементс С., Доннеллан М., Рид С. Аутсорсинг бизнес-процессов: Советы финансового директора. Пер. с англ. Н. И. Кобзаревой. М. : Вершина, 2006. 416 с.
4. Харрингтон Дж., Эсселинг К. С., Нимвеген Х. В. Оптимизация бизнес-процессов: документирование, анализ, управление, оптимизация. СПб. : Азбука, 2002. 328 с.
5. Филина Ф. Н. Аутсорсинг бизнес-процессов. М : ГроссМедиа, 2008. 208 с.
6. Анісімова О. М. Підвищення вартості підприємств будівельної галузі на основі аутсорсингу. Економічний простір. 2013. №76. С. 149 – 156.
7. Горова К. О. Визначення поняття аутсорсингу в сучасних умовах глобалізації та віртуалізації економіки. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2014. №2(2). С. 63-70.
8. Дзуліт З., Матвійчук М. Сутність та переваги рівнів аутсорсингу. Збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія «Економіка і управління». 2013. Вип. 23-24. С. 299 – 307.
9. Загородній А. Г., Партин Г. О. Аутсорсинг та його вплив на витрати підприємства. Фінанси України. 2009. №9 (166). С. 87 – 97.
10. Микало О. І. Застосування аутсорсингу на промислових підприємствах : дис. канд. ек. наук : 08.00.04. Київ, 2011. 213 с.
11. Прохоренко О. В. Практичні аспекти застосування аутсорсингу на підприємствах машинобудування. Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. 2015. № 23 (1132). С. 77 – 83.
12. Рижак О. Ю. Бізнес-комунікації у сфері аутсорсингу маркетингових функцій.

Сталий розвиток економіки : Всеукраїнський науково-виробничий журнал. 2011. №2. С. 271 – 275.

13. Соглашение об уровне услуг (SLA) Сервисный центр ITUNO, 2020. URL: http://ituno.com.ua/Soglashenie_ob_urovne_uslug_SLA (дата звернення: 01.03.2020).

14. Крупа О. В. Обґрунтування механізму організації аутсорсингу допоміжних бізнес-процесів підприємств машинобудування. Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. 2013. № 3(59). С. 30— 37.

Reference

1. Haywood, J. B. (2004) Outsourcing: v poiskah konkurentnyih preimuschestv; per. s angl. [Outsourcing: in search of competitive advantages. Trans. from Eng.], Moscow, Ed. house «Villams», 176 p. [in Russian].

2. Bravar, J.-L., Morgan, R. (2007) Effektivnyi outsorsing: ponimanie, planirovanie i ispolzovanie uspekhnykh outsorsingovykh otnosheniy; per. s angl. V. A. Denisov [Effective outsourcing: understanding, planning and using successful outsourcing relationships. Trans from Eng. V. A. Denisov], Dnepropetrovsk, Balance Business Books, 251 p. [in Russian].

3. Clements, S., Donnellan, M., Reed, S. (2006) Outsourcing of business processes: Advice of a financial director. Trans from Eng. N. I. Kobzareva [Outsourcing biznes-protsessov: sovetyi finansovogo direktora; per. s angl. N. I. Kobzareva], Moscow, Vershina, 416 p. [in Russian].

4. Harrington, J., Esseling, K. S. , Nimwegen, H. V. (2002) Optimizatsiya biznes-protsessov: dokumentirovanie, analiz, upravlenie, optimizatsiya [Optimization of business processes: documentation, analysis, management, optimization.], Sankt-Peterburg, Azbuka, 328 p. [in Russian].

5. Filina, F.N. (2008) Outsourcing biznes-protsessov [Outsourcing of business processes], Moscow, GrossMedia, 208 p. [in Russian].

6. Anisimova, O. M. (2013). Pidvyshchennia vartosti pidpriemstv budivelnoi haluzi na osnovi outsorsynhu [Increasing the value of construction companies on the basis of outsourcing], Economic space, No. 76, pp. 149–156 [in Ukrainian].

7. Gorova, K. O. (2014) Vyznachennia poniattia outsorsynhu v suchasnykh umovakh hlobalizatsii ta virtualizatsii ekonomiky. [Defining the concept of outsourcing in modern conditions of globalization and virtualization of the economy], Problems and perspectives of development of education, No. 2(2), pp. 63-70 [in Ukrainian].

8. Dvulit, Z., Matviychuk, M. (2013) Sutnist ta perevahy rivniv outsorsynhu [The essence and benefits of outsourcing levels.], Collection of Science Practitioners DETUT. Series «Economics and Management», No. 23–24, pp. 299–307 [in Ukrainian].

9. Zagorodniy, A. G., Partin, G. O. (2009). Outsorsing ta yogo vpliv na vitrati psdpriemstva [Outsourcing and its impact on enterprise costs], Finance of Ukraine, No. 9(166), pp. 87–97 [in Ukrainian].

10. Mikalo, O. I. (2011) Zastosuvannia outsorsynhu na promyslovykh pidpriemstvakh : dis. ... kand. ek. nauk [Application of outsourcing in industrial enterprises: dissertation], Kiyv, 213 p. [in Ukrainian].

11. Prokhorenko, O. V. (2015). Praktychni aspekty zastosuvannia outsorsynhu na pidpriemstvakh mashynobuduvannia [Practical aspects of outsourcing in machine building enterprises], Bulletin of NTU «KHPI». Series: Actual problems of management and financial-economic activity of the enterprise, No. 23(1132), pp. 77–83 [in Ukrainian].

12. Rizhak, O. Yu. (2011). Biznes-komunikatsii u sferi outsorsynhu marketynhovykh

funktsii [Business communications in the field of outsourcing of marketing functions], Sustainable development of economy: All-Ukrainian All-Ukrainian scientific and production journal, No. 2, pp. 271–275 [in Ukrainian].

13. Soglashenie ob urovne uslug (SLA) [Service Level Agreement (SLA)], URL: http://ituno.com.ua/Soglashenie_ob_urovne_uslug_SLA [in Russian].

14. Krupa, O. V. (2013). Obgruntuvannia mekhanizmu orhanizatsii autorsynhu dopomizhnykh biznes-protseviv pidpriemstv mashynobuduvannia [Substantiation of the mechanism of organization of outsourcing of auxiliary business processes of machine-building enterprises], Bulletin of Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky, No. 3(59). pp. 30–37 [in Ukrainian].

УДК 338.3

DOI:10.32680/2409-9260-2020-3-4-276-277-140-152

ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ЗАГАЛЬНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ІННОВАЦІЙ

Сергієнко О. А., кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та експертизи товарів, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

e-mail serhelenka@gmail.com

ORCID 0000-0002-9796-9218

Білоцерківський О. Б., кандидат технічних наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та експертизи товарів, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

e-mail abelocerk@gmail.com

ORCID 0000-0003-4707-7964

Криворучко Н. В., головний судовий експерт відділу товарознавчих та гемологічних досліджень, Харківський НДЕКЦ МВС України, м. Харків, Україна

e-mail natali.krivorucko@gmail.com

Нікітенко С. В., старший судовий експерт відділу товарознавчих та гемологічних досліджень, Харківський НДЕКЦ МВС України, м. Харків, Україна

e-mail i13121985@gmail.com

***Анотація.** Мета. Мета роботи полягає в удосконаленні методології оцінки та аналізу впливу факторів управління якістю на загальну ефективність та ефективність інновацій суб'єктів господарювання. Методика. Використано інструментарій економіко-математичних методів, а саме, інтегрального рейтингового оцінювання, факторного аналізу (метод головних компонент) та множинного регресійного аналізу. Результати. Запропонована чотирикорова технологія оцінки впливу управління якістю на загальну ефективність та ефективність інновацій суб'єктів господарювання, що значно розширює складові оцінювання рівня якості за факторним простором і, як наслідок, підвищує оперативність ухвалення рішень щодо виявлення та локалізації слабких і «вузьких» місць. Практична значимість. Практична значущість полягає в охопленні достатньої кількості показників і факторів, та застосування широкого кола методів і моделей надає можливість всебічно оцінити та проаналізувати наявний стан системи управління якістю з метою покращення й налагодження ефективного функціонування як окремого підприємства, вибіркової сукупності, так і підприємницьких систем та структур загалом.*

***Ключові слова:** якість, управління якістю, ефективність, ефективність інновацій, оцінка, рейтингове оцінювання, факторний аналіз, регресійний аналіз*

ASSESSMENT OF THE QUALITY MANAGEMENT IMPACT ON TOTAL EFFICIENCY AND EFFICIENCY OF INNOVATION

Olena A. Sergienko, Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Business, Trade and Products Expertise, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», Kharkiv, Ukraine

e-mail serhelenka@gmail.com

ORCID 0000-0002-9796-9218

Oleksandr A. Bilotserkiivskyi, Candidate of Technical Science, Associate Professor of the Department of Business, Trade and Products Expertise, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», Kharkiv, Ukraine

e-mail abelocerk@gmail.com

ORCID 0000-0003-4707-7964

Natalya V. Kryvoruchko, Chief forensics expert Division of commodity and homological research, Kharkiv Scientifically-Research Expert-Criminalistic Center of Ministry of Internal Affairs of Ukraine, Kharkiv, Ukraine

e-mail natali.krivorucko@gmail.com

Stanislav V. Nikitenko, Senior forensics expert Division of commodity and homological research, Kharkov Scientifically-Research Expert-Criminalistic Center of Ministry of Internal Affairs of Ukraine, Kharkiv, Ukraine

e-mail i13121985@gmail.com

Abstract. *Goal. The purpose of the work is to improve the methodology of assessment and analysis of the impact of quality management factors on the overall efficiency and effectiveness of innovation of economic entities. Method. The tools of economic-mathematical methods are used, namely, integrated rating estimation, factor analysis (principal components method) and multiple regression analysis, which are practically implemented to study the degree of relationships and strength of influence. Results. A four-step technology for assessing the impact of quality management on the overall efficiency and effectiveness of innovation of economic entities is proposed, which significantly expands the components of quality assessment by factor space and, consequently, increases the efficiency of decision-making to identify weaknesses and bottlenecks. Based on the results of the factor analysis procedure, three aggregate factor features of the quality management system that affect the overall integrated indicators of efficiency and innovation are identified and given an economic interpretation. The first factor - "Quality of management actions" (the actual approach to decision-making, human capital management, a systematic approach to management); the second factor - "Quality of the management environment" (leadership management, supplier management, customer focus); the third factor - "Quality of business processes" (process management, continuous improvement). Scientific novelty. A conceptual model of factors and results of quality management is presented, which includes local formative factors of the quality management system and the resulting variables - overall efficiency (quality of work) and efficiency of innovations. The constructed regression model confirms that the factors "Quality of management actions", "Quality of business processes", "Quality of management environment" have the most significant impact on the overall efficiency (quality of operation). Selected local components of the quality management system, such as leadership management, process management, human capital and customer focus, are common measures to improve the quality and efficiency of the studied enterprises. Practical significance. The practical significance lies in the coverage of a sufficient number of indicators and factors, and the use of a wide range of methods and models provides an opportunity to comprehensively assess and analyze the current state of quality management system to improve and establish effective functioning of individual enterprise, sample and business systems and structures in general. .*

Keywords: quality, quality management, efficiency, innovation efficiency, evaluation, rating evaluation, factor analysis, regression analysis

JEL Classification: L15; C35; C38; L15.

Постановка задачі. На сучасному етапі розвитку економіки менеджмент будь-яких організацій, компаній, структур керується гіпотезою, що підвищення рівня загальної ефективності відбувається за рахунок задоволення потреб клієнтів та певного рівня інноваційності організаційного розвитку, що є основною філософією системного управління якістю. Системне управління якістю – це цілісний підхід щодо вдосконалення якості функціонування підприємств з метою покращення складових, що впливають на загальну ефективність та ефективність інновацій. Організації, які використовують системне управління якістю, мають багато переваг, таких як: продукти високої якості, більш задоволені клієнти, зменшені витрати, підвищений дохід, якість та ефективність інновацій, а також задоволені працівники. Більш того, якщо системне управління якістю успішно впроваджене, то воно забезпечує також певні конкурентні переваги на ринку та формує сильний бренд. Численні дослідження доводять наявність позитивного зв'язку між організаційними результатами та системним управлінням якістю [1-4]. Тому актуальною є

проблема дослідження взаємозв'язку та оцінки впливу між системним управлінням якістю та показниками, що визначають ефективність інновацій та загальну ефективність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методичні засади управління якістю наведені в роботах [1-8], зокрема вплив СУЯ на ефективність інновацій досліджували такі закордонні науковці, як Дж. Бьорк [1, с. 1505], А. Вуйович [2, с. 551], Д. Кім [3, с. 295], Е. Садиоглу [4, с. 4] та ін. Так, у роботі [2] за допомогою методу найменших квадратів показано, що сертифікація компаній за стандартом ISO 9000 позитивно впливає на ефективність інновацій. Аналогічні результати отримано в роботі [3], де встановлено позитивний взаємозв'язок різних практик управління якістю та п'яти типів інновацій: радикального продукту, радикального процесу, додаткового продукту, додаткового процесу та адміністративних інновацій. Проте інші автори [1, 4], навпаки, наголошують на негативному впливі методів поліпшення якості на ефективності інноваційних продуктів. Зокрема, в роботі [1] було встановлено, що крім довгострокових сприятливих ефектів прийняття методів поліпшення якості, існують й короткочасні руйнівні ефекти, що негативно впливають на ефективність інноваційних продуктів. Аналіз літературних джерел, проведений в роботі [4], показав наявність як позитивного, так і негативного впливу практик TQM на різні показники ефективності діяльності організації. Для обробки емпіричних даних автори застосовували факторний та багаторазовий регресійний аналіз. Таким чином, аналіз літератури показав суперечливі та складні результати, оскільки деякі вчені стверджують, що зв'язок між СУЯ та інноваційною ефективністю позитивний, а інші підкреслюють негативний зв'язок між ними.

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. На нашу думку, основною причиною розбіжності думок авторів щодо впливу СУЯ на ефективність інновацій є те, що і СУЯ, і інновації мають багатовимірний характер. Тому, не зважаючи на значну кількість робіт за цією тематикою, існуючі підходи до вирішення проблеми є недостатньо розробленими та потребують подальшого дослідження з урахуванням багатовимірності СУЯ та використання відповідних методів аналізу.

Мета дослідження – це удосконалення методології оцінки та аналізу впливу факторів управління якістю на загальну ефективність та ефективність інновацій суб'єктів господарювання на основі використання методів інтегрального рейтингового оцінювання, головних компонент та множинного регресійного аналізу.

Основний матеріал. Концептуальна модель факторів та результатів управління якістю наведена на рис. 1. На основі рис. 1 введемо наступні змінні: X1 – лідерський менеджмент (Management Leadership); X2 – фактичний підхід до прийняття рішень (Factual Approach to Decision Making); X3 – управління людським капіталом (Employee Management); X4 – системний підхід до управління (System Approach to Management); X5 – процесний менеджмент (Process Management); X6 – управління постачальниками (Supplier Management); X7 – орієнтованість на клієнта (Customer Focus); X8 – постійне вдосконалення (Continuous Improvement); Y1 – ефективність інновацій (Innovative Performance); Y2 – загальна ефективність (якість функціонування) (Quality Performance).

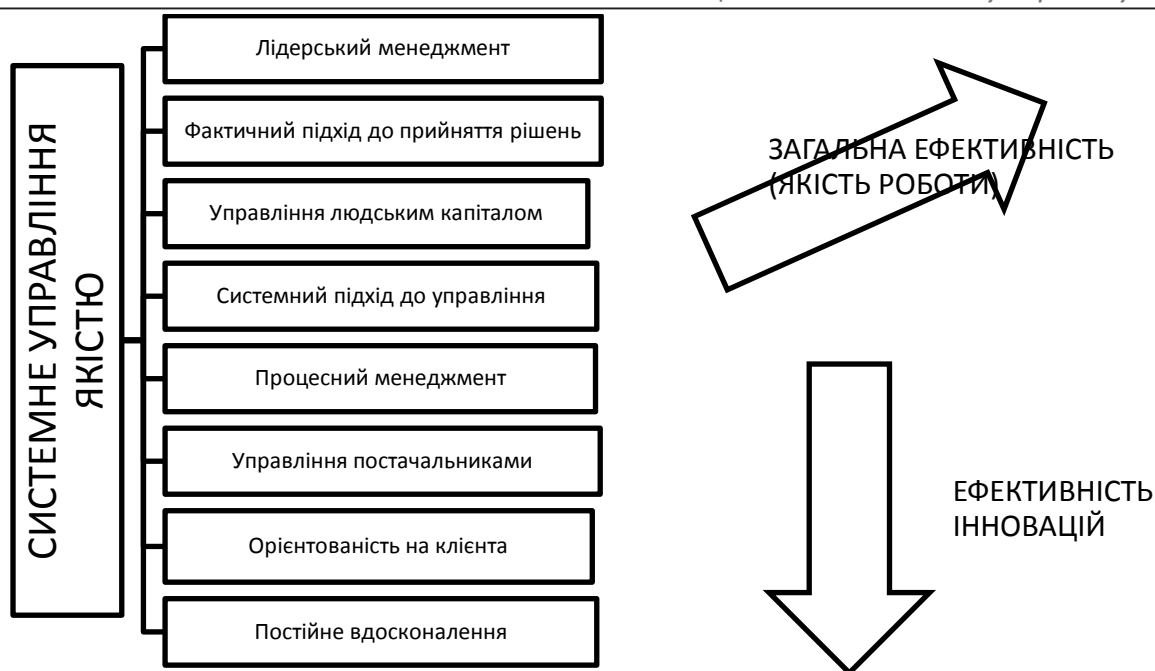


Рис. 1. Концептуальна модель факторів та результатів управління якості

Джерело: Побудовано автором

Для оцінювання інтегрального рівня якості за виділеними та досліджуваними компонентами будемо використовувати метод інтегрального рейтингового оцінювання на основі таксономічного показника рівня розвитку, запропонований З. Хельвігом [9, с. 83]. Цей показник являє собою синтетичну величину, «рівнодіючу» всіх ознак, що характеризують об'єкти, та дозволяє лінійно впорядкувати елементи досліджуваної сукупності. Значення коефіцієнта рівня розвитку змінюються від 0 до 1. Чим значення інтегрального коефіцієнта є ближчим до 1, тим ближче об'єкт до еталона, тобто, тим вищим буде рівень розвитку цього елемента. І навпаки, якщо значення інтегрального коефіцієнта є ближчим до 0, тим далі він від еталона і тим нижчим є рівень його розвитку [9, с. 83].

Отже, за допомогою методу таксономії можна провести лінійне впорядкування багатомірних об'єктів. При цьому отриманий інтегральний показник є нормованим і змінюється в межах від 0 до 1, що дозволяє проранжувати досліджувані об'єкти за рівнем якості управління та ефективністю. Розраховані та згруповані інтегральні рейтингові показники локальних складових системи якості представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Інтегральні показники факторів якості для досліджуваних підприємств
за складовими оцінками

№	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y1	Y2
1	0,152	0,189	0,761	0,057	0,708	0,346	0,499	0,257	0,25	0,029
2	0,546	0,263	0,415	0,216	0,472	0,101	0,213	0,614	0,25	0,363
3	0,622	0,546	0,146	0,603	0,465	0,523	0,767	0,198	0,429	0,029
4	0,639	0,165	0,112	0,758	0,654	0,647	0,269	0,408	0,507	0,521
5	0,159	0,251	0,465	0,633	0,038	0,161	0,4	0,625	0,514	0,374
6	0,014	0,064	0,619	0,081	0,041	0,762	0,539	0,219	0,001	0,261
7	0,624	0,318	0,031	0,457	0,217	0,446	0,257	0,6	0,449	0,638
8	0,549	0,539	0,517	0,497	0,232	0,307	0,312	0,549	0,769	0,448

9	0,311	0,107	0,354	0,364	0,61	0,123	0,126	0,113	0,458	0,413
10	0,218	0,206	0,231	0,711	0,04	0,173	0,457	0,241	0,412	0,041
11	0,557	0,379	0,694	0,721	0,55	0,185	0,508	0,588	0,386	0,63
12	0,233	0,4	0,748	0,008	0,712	0,403	0,161	0,497	0,246	0,536
13	0,714	0,133	0,654	0,256	0,669	0,543	0,388	0,231	0,239	0,443
14	0,444	0,388	0,157	0,269	0,054	0,288	0,631	0,714	0,612	0,613
15	0,499	0,257	0,25	0,029	0,064	0,619	0,081	0,041	0,762	0,539
16	0,213	0,614	0,25	0,363	0,318	0,031	0,457	0,217	0,446	0,257
17	0,767	0,198	0,429	0,029	0,539	0,517	0,497	0,232	0,307	0,312
18	0,269	0,408	0,507	0,521	0,633	0,038	0,161	0,4	0,625	0,514
19	0,4	0,625	0,514	0,374	0,446	0,257	0,6	0,449	0,638	0,457
20	0,539	0,219	0,001	0,261	0,307	0,312	0,549	0,769	0,448	0,497
21	0,257	0,6	0,449	0,638	0,123	0,126	0,113	0,458	0,413	0,364
22	0,312	0,549	0,769	0,448	0,173	0,457	0,241	0,412	0,041	0,711
23	0,126	0,113	0,458	0,413	0,185	0,508	0,588	0,386	0,63	0,721
24	0,457	0,241	0,412	0,041	0,403	0,161	0,497	0,246	0,536	0,539
25	0,4	0,625	0,514	0,669	0,543	0,388	0,231	0,239	0,443	0,633

Для підтвердження гіпотези пропонованої класифікації та агрегації локальних складових системи управління якістю за досліджуваними показниками на підставі аналізу літературних джерел [1-8] та вдосконалення оцінювання для досліджуваних підприємств у роботі використано методологію багатовимірної факторної аналізу [10], реалізовано метод головних компонент як процедуру факторної аналізу групування схожих ознак в однорідну сукупність факторів [10] та множинного кореляційно-регресійного аналізу для визначення рівня та ступеню впливів та взаємодій. Розглянемо сутність застосованих методів більш детально.

Метод головних компонент (МГК) використовується для дослідження взаємозв'язків між показниками, що характеризують ту чи іншу сукупність. За допомогою МГК можна:

- ✓ виявляти приховані показники (фактори), які відповідають за наявність лінійних статистичних зв'язків (кореляцій);
- ✓ визначити найбільш впливові за умов проведення досліджень факторів серед первинно обраних показників;
- ✓ оцінити статистичний зв'язок, визначаючи обґрунтованість висновків щодо ефективності тих чи інших впливів на досліджувану систему.

Алгоритм застосування та реалізації методу головних компонент стосовно дослідження показників якості на продуктивність та інноваційну ефективність відображено на рис. 2 [10]. Оцінювання за МГК починається з побудови матриці вихідних даних X (табл. 1) і завершується одержанням матриць факторного відображення та значень факторів A і F , де n – кількість спостережень, m – кількість аналітичних ознак X , r – кількість значимих узагальнених ознак (латентних факторів).

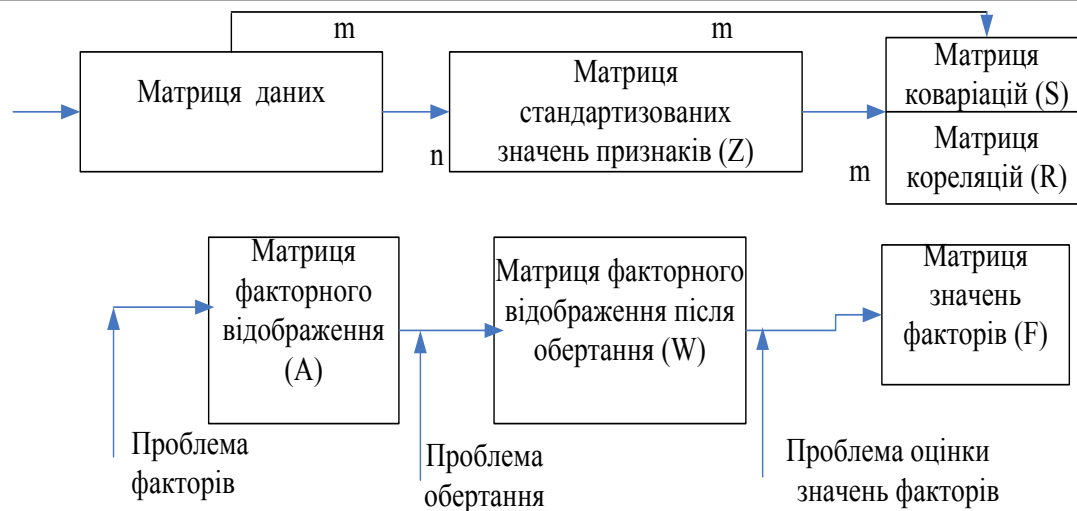


Рис. 2. Загальна алгоритмічна схема реалізації методів факторного аналізу (МФА) для групування показників

Джерело: побудовано автором на основі даних [10]

Серед методів, що дозволяють узагальнювати значення елементарних ознак, МГК відрізняється простою логічною конструкцією, й водночас на його прикладі стають зрозумілими загальна ідея та цільові призначення численних методів факторного аналізу [10]. МГК надає можливість за кількістю вихідних ознак т виділити М головних компонент, або узагальнених ознак. Математична модель головних компонент ґрунтується на логічному припущенні, що значення множини взаємозалежних ознак породжують деякий агрегований результат. Пошук головних компонент зводиться до завдання послідовного виділення першої головної компоненти F1 із максимальною дисперсією – другої головної компоненти, що має наступну за величиною дисперсію, тощо [10].

Застосування МГК у кореляційно-регресійному аналізі також дає дослідникові певні переваги:

з'являється можливість значного збільшення числа елементарних ознак, що беруть участь в аналізі, за умови введення в регресію невеликого числа тільки значущих головних компонент;

спрощення самої моделі, що одночасно обумовлено скороченням частки не поясненої дисперсії відгуку;

ортогональність головних компонент запобігає виникненню ефекту мультиколінеарності [10].

Лінійне рівняння регресії на головних компонентах, за умови, що значення відгуку (залежної змінної – Y) записується [10]:

$$\hat{y}_F = \bar{y} + y_{i1}F_1 + y_{i2}F_2 + \dots + y_{ir}F_r, \quad (1)$$

$$\text{або } \hat{y}_F = \bar{y} + \sum_{k=1}^r y_{ik}F_k = \bar{y} + yF'_r, \quad (2)$$

де $\bar{y}$ - середнє значення залежної змінної як оцінка вільного члена рівняння;

у - вектор оцінок коефіцієнтів регресії при головних компонентах.

При побудові регресійної моделі виникає питання про оптимальний склад головних компонент [10]. На практиці рекомендується спочатку одержати модель із урахуванням всіх т головних компонент, потім з урахуванням варіації оцінки надійності регресійної моделі і коливань регресійних коефіцієнтів число головних компонент може бути зменшено. Незначущі для регресії головні компоненти визначаються за величиною власних чисел λ_k або в ході перевірки параметрів регресії за критеріями значущості (t-Стюдента або F-Фішера):

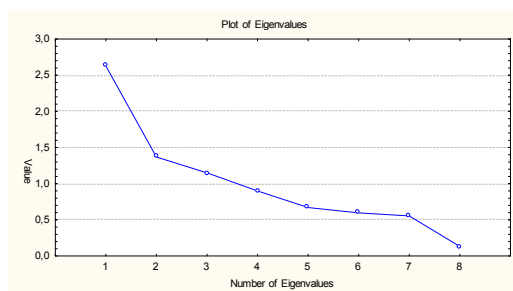
$$t_H = \frac{|y_k| \sqrt{n \cdot \lambda_k}}{\sigma_y}, \text{ при } t_{кр} = t_{\alpha/2, n-m-1}; \quad (3)$$

$$F_H = \frac{\sigma_y^2}{y_k^2 \cdot n \cdot \lambda_k}, \text{ при } F_{кр} = F_{\alpha/2, n-m-1}. \quad (4)$$

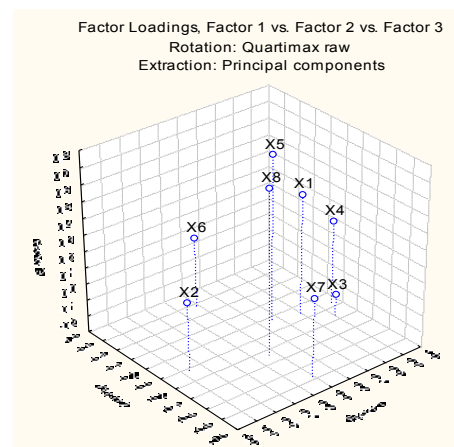
Компонента виключається з регресії, коли:

- 1) власне число λ_k мале, менше 75-90% і одночасно невелике вагове значення k -ї компоненти у формуванні результату $\bar{y}$;
- 2) при низьких розрахункових значеннях критеріїв t-Стюдента та F-Фішера, що менші за критичні значення [10].

Відповідно до поставленої мети проведемо дослідження оцінки впливу управління якістю на загальну ефективність та ефективність інновацій. Аналіз даних проведено за допомогою методу головних компонент (МГК) у *ППП STATISTICA*, модуль «Factor Analysis» [10]. З метою визначення оптимальної кількості підсумкових визначальних факторів побудуємо графік кам'янистого осипу (рис. 3а) та представимо графік розсіювання показників у тривимірному просторі (рис. 3б).



а) Графік кам'янистого осипу



б) Графік розсіювання показників

Рис. 3. Графіки визначення кількості факторів (головних компонент)

Відповідно до критерію Кайзера варто вибирати стільки факторів, щоб власні числа були більше 1. За критерієм кам'янистого осипу варто обрати стільки факторів, скільки утворюють різкий схил графіка, отже кількість значущих факторів дорівнює трьом. Характеристики рівня інформативності головних факторів наведені на рис. 4.

Value	Eigenvalues (Spreadsheet) Extraction: Principal components			
	Eigenvalue	% Total variance	Cumulative Eigenvalue	Cumulative %
1	2,62889	33,8612	3,62889	38,8612
2	1,36877	17,1097	3,99767	50,9709
3	1,14971	14,3714	5,14739	76,3423

Рис. 4. Оцінка рівня інформативності головних факторів

Як видно з рис. 4, накопичений відсоток дорівнює 76,34 %, тому можна зробити висновок про те, що дана модель, яка описується тривимірним простором факторів, є адекватною. Факторні навантаження, які представляють собою частинні коефіцієнти кореляції, наведені на рис. 5.

Variable	Factor Loadings (Quartimax row) (Extraction: Principal components (Marked loadings are > ,700000))		
	Factor 1	Factor 2	Factor 3
X1	0,589103	0,810701	0,443757
X2	-0,741482	-0,051655	0,119315
X3	0,801198	-0,143993	-0,169114
X4	0,915999	0,037945	0,220662
X5	0,328900	0,142371	0,714232
X6	-0,029993	0,745172	0,134091
X7	-0,015550	-0,782299	0,184666
X8	-0,072525	-0,286776	0,710495
Expl. Var	2,492388	1,299541	1,355461
Prp. Totl	0,311549	0,162443	0,169433

Рис. 5. Матриця факторних навантажень

Як видно з рис. 5, до першого фактору належать ознаки X2, X3, X4, до другого – X1, X6 і X7, до третього – X5 і X8, за відповідними значеннями факторних навантажень. Подальший аналіз передбачає визначення значень головних факторів, тобто визначаємо значення отриманих факторів відповідно до факторних коефіцієнтів, що необхідно для якісної економічної інтерпретації факторного простору, отже:

Перший фактор – «Якість управлінських дій»:

- 1) X2 – фактичний підхід до прийняття рішень;
- 2) X3 – управління людським капіталом;
- 3) X4 – системний підхід до управління.

Другий фактор – «Якість управлінського оточення»:

- 1) X1 – лідерський менеджмент;
- 2) X6 – управління постачальниками;
- 3) X7 – орієнтованість на клієнта.

Третій фактор – «Якість бізнес-процесів»:

- 1) X5 – процесний менеджмент;
- 2) X8 – постійне вдосконалення.

На основі отриманих значень головних факторів, побудуємо регресійну модель впливу отриманих факторів на ефективність інновацій. Побудову моделі проведено за допомогою методу найменших квадратів (МНК) у ППП STATISTICA, модуль «Multiple Regression» [10]. Результати множинного регресійного аналізу наведено на рис. 6.

Итоги регрессии для зависимой переменной: Y (Таблица1) R= ,99185958 R2= ,98378542 Скорректир. R2= ,98167048 F(3,23)=465,16 p<0,0000 Станд. ошибка оценки: ,30578						
N=27	БЕТА	Стд.Ош. БЕТА	В	Стд.Ош. В	t(23)	p-уров.
Св.член			0,017602	0,062254	0,28275	0,779894
F1	-0,158597	0,030943	0,380455	0,074229	5,12543	0,000034
F2	-0,030277	0,026626	-0,071587	0,062953	-4,13714	0,000267

Рис. 6. Результати регресійного аналізу моделі впливу факторів управління якістю на ефективність інновацій

Отже, побудована модель має наступні характеристики: коефіцієнт кореляції (Multiple R = 0,9919); коефіцієнт детермінації (Multiple R² = 0,9838), який показує, що 98 % варіації залежної змінної пояснюється варіацією факторів F1, F2, F3, отже модель є адекватною; значущість моделі за критерієм Фішера (F(3,23) = 465,16), оскільки $F_{\text{розн}} > F_{\text{табл}}$, то модель є значущою за критерієм Фішера.

Параметри моделі є статистично значущі за критерієм Стюдента $t_{ai} > t_{\text{табл}}$. Наведений аналіз підтверджує, що побудована модель є адекватною та статистично значущою, а отже може бути використана для прогнозування та якісного опису досліджуваної проблематики.

Таким чином, за результатами побудованої моделі оцінки впливу управлінських факторів якості на ефективність інновацій доведено, що рівень інноваційності головним чином пояснюється якістю факторів стану функціонування бізнес-процесів та управлінських дій.

Регресійна модель впливу факторів управління якістю на загальну ефективність (якість функціонування) наведена на рис. 7.

Итоги регрессии для зависимой переменной: Y (Таблица2) R= ,93329075 R2= ,87103162 Скорректир. R2= ,84758283 F(4,22)=37,146 p<,00000 Станд. ошибка оценки: ,04901						
N=27	БЕТА	Стд.Ош. БЕТА	В	Стд.Ош. В	t(22)	p-уров.
Св.член			1,130998	0,015600	72,4977	0,000000
F1	-0,801601	0,078467	-0,123225	0,012062	-10,2157	0,000000
F2	0,053287	0,079012	0,007433	0,011021	4,6744	0,050707
F3	-0,371241	0,077270	-0,044542	0,009271	-4,8044	0,000085

Рис. 7. Результати регресійного аналізу моделі впливу факторів управління якістю на загальну ефективність (якість функціонування)

Як слідує з рис. 7, побудована модель має наступні характеристики: коефіцієнт кореляції (Multiple R = 0,9333); коефіцієнт детермінації (Multiple R² = 0,8710), який показує, що 87 % варіації залежної змінної пояснюється варіацією факторів F1, F2, F3, отже модель є

адекватною; значущість моделі за критерієм Фішера ($F(3,22) = 37,146$), оскільки $F_{\text{розрах}} > F_{\text{табл}}$, то модель вважається значущою за критерієм Фішера. Параметри моделі є статистично значущі за критерієм Стюдента $t_{ai} > t_{\text{табл}}$, таким чином, наведений аналіз підтверджує, що побудована модель є адекватною та статистично значущою, а отже може бути використана для прогнозування та якісного опису досліджуваної проблематики.

Отже, побудована регресійна модель підтверджує, що визначені фактори, а саме «Якість управлінських дій», «Якість бізнес-процесів», «Якість управлінського оточення» мають суттєвий вплив на загальну ефективність (якість функціонування). Визначальним є те, що чим краще організовані бізнес-процеси та злагоджені управлінські дії топ-менеджменту, тим менший вплив внутрішнього та зовнішнього оточення, також постійне впровадження інноваційних технологій буде підвищувати рівень загальної ефективності (якості функціонування).

В результаті проведеного дослідження встановлено, що удосконалення системи управління якістю визначається доцільністю децентралізації управління локальними складовими. Агреговані результати аналізу на основі методів факторного аналізу (метод головних компонент) для визначення чинників впливу на ефективність в табл. 2 (у дужках наведено відсоток пояснення сумарної дисперсії фактору та факторні навантаження кожного з показників).

Таблиця 2

Результати факторного аналізу впливу локальних факторів якості на загальні інтегровані показники ефективності та інноваційності

Система якості	Фактори	Назва факторів	Ознаки, які входять до фактору	Назва ознак
Локальні складові системи якості	F1 (38,9%)	«Якість управлінських дій»	X2	Фактичний підхід до прийняття рішень (0,74)
			X3	Управління людським капіталом (0,8)
			X4	Системний підхід до управління (0,92)
	F2 (17,1%)	«Якість управлінського оточення»	X1	Лідерський менеджмент (0,81)
			X7	Орієнтованість на клієнта (0,78)
			X6	Управління постачальниками (0,75)
	F3 (14,4%)	«Якість бізнес-процесів»	X5	Процесний менеджмент (0,71)
			X8	Постійне вдосконалення (0,71)

Отже, регресійні моделі впливу факторів управління якістю на ефективність інновацій (Y1) та загальну ефективність (якість функціонування) (Y2) від локальних факторних ознак мають наступний вигляд:

$$Y1 = 0,017 - 0,3805 * F1 - 0,0716 * F2 + 1,4033 * F3, (R = 0,99), (R^2 = 0,98),$$

$$Y2 = 1,13 - 0,123 * F1 + 0,0074 * F2 - 0,0445 * F3 (R = 0,93), (R^2 = 0,87).$$

Оскільки побудовані моделі є адекватними, то це дає змогу враховувати отримані результати як достовірні, що мають досить тісний зв'язок між складовими для визначення сили впливу.

Висновки. Таким чином, системне управління якістю – це бізнес-орієнтований підхід, який спрямований на вдосконалення локальних складових якості та її загального рівня та впливає на якісні показники, що доведено результатами дослідження. Як і будь-яке емпіричне дослідження, дане дослідження містить деякі методичні сильні сторони та обмеження:

- ✓ результати отримані за певною вибірковою сукупністю підприємств;
- ✓ результати можуть відрізнятися для підприємств різних галузей, структур, видів діяльності;
- ✓ застосовані методи інтегрального, регресійного та багатовимірного аналізу для дослідження проблематики управління якістю вибрані авторами серед множини можливих і не є вичерпним інструментарієм дослідження ступеню взаємозв'язків та сили впливу.

Виокремлені локальні складові системи якості управління, як управління лідерством, управління процесами, людський капітал та зосередженість на споживачах, є загальноприйнятими заходами з підвищення якості та ефективності функціонування досліджуваних підприємств. У дослідженні результати аналізу показують, що разом із загальним емпіричним спостереженням удосконалення механізмів лідерського та процесного менеджменту є ефективними засобами, які потребують постійного моніторингу.

На додаток до цих механізмів такі складові системи якості, як управління постачальниками та системний підхід до управління, виявляються найбільш ефективними щодо прихованих можливостей. Однак виявлені взаємозв'язки та впливи, що отримані для досліджуваної сукупності, повинні бути протестовані та перевірені майбутніми дослідженнями для різних вибірових сукупностей підприємств, організацій, компаній з різними організаційними характеристиками. Визначено суттєвий кореляційний зв'язок між складовими управління лідерством, постійного вдосконалення та орієнтацією на клієнта на позитивні впливи з інноваційною ефективністю, а також виокремлюється значущість зосередження на фокусі клієнтів. Разом із цим, управління персоналом та системний підхід до управління також позитивно впливають на інноваційну ефективність; через це систему управління якістю слід досліджувати для підприємств із різним рівнем інноваційної активності для визначення загальних та локальних характеристик, які характерні для певних сукупностей та суб'єктів.

Отже, в роботі запропонована чотирикорова технологія оцінки впливу управління якістю на загальну ефективність та ефективність інновацій суб'єктів господарювання, що значно розширює складові оцінювання рівня якості за факторним простором і, як наслідок, підвищує оперативність ухвалення рішень щодо виявлення та локалізації слабких і «вузьких» місць. Охоплення достатньої кількості показників і факторів, та застосування широкого кола методів і моделей надає можливість всебічно оцінити та проаналізувати наявний стан системи управління якістю з метою покращення й налагодження ефективного функціонування як окремого підприємства, вибіркової сукупності, так і підприємницьких систем та структур загалом.

Список літератури:

1. Bourke J., Roper S. Innovation, quality management and learning: Short-term and longer-term effects. *Research Policy*. 2017. Vol. 46, No. 8. P. 1505-1518. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.07.005>.
2. Vujović A., Jovanović J., Krivokapić Z., Peković S., Soković M., Kramar D. The relationship between innovations and Quality Management System. *Tehnicki Vjesnik*. 2017. Vol. 24, No. 2. P. 551-556. DOI: <https://doi.org/10.17559/TV-20150528100824>.
3. Kim D.-Y., Kumar V., Kumar U. Relationship between quality management practices and innovation. *Journal of Operations Management*. 2012. Vol. 30, No. 4, P. 295-315. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jom.2012.02.003>.
4. Sadikoglu E., Olcay H. The Effects of Total Quality Management Practices on Performance and the Reasons of and the Barriers to TQM Practices in Turkey. *Advances in Decision Sciences*. 2014. Vol. 2014, Article ID 537605, 17 pages. DOI: <https://doi.org/10.1155/2014/537605>.
5. Лебединець В. О., Прохоренко О. В. Запровадження системи управління якістю на промисловому підприємстві: проблеми та ризики. *Проблеми економіки*. 2020. № 4(46). С. 177–186.
6. Траченко Л. А. Процесний підхід у системах управління якістю підприємств сфери послуг. *Проблеми економіки*. 2018. № 2(36). С. 251–257.
7. Куценко О. І., Ротань Н. В., Яковенко О. Є. Проектування систем управління якістю на основі міжнародних та національних стандартів. *Високі технології в машинобудуванні*. 2017. № 1 (27). С. 79-85.
8. Шипков Д., Білоцерківський О. Б. Методи оцінки та аналізу конкурентоспроможності продукції підприємства в системі управління якістю. *XII Міжнародна науково-практична конференція магістрантів та аспірантів* : матеріали конф., м. Харків, 17-20 квітня 2018 р. Харків, 2018. С. 207-208.
9. Бріль М. С. Побудова системи порівняльно-просторового оцінювання рівня розвитку України та країн ЄС. *Бізнес Інформ*. 2018. № 2. С. 81-89.
10. Клебанова Т. С., Гур'янова Л. С., Чаговець Л. О. Бізнес-аналітика багатовимірних процесів : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 272 с.

References:

1. Bourke, J. & Roper, S. (2017). Innovation, quality management and learning: Short-term and longer-term effects. *Research Policy*, 46(8), 1505-1518. doi: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.07.005>.
2. Vujović, A. & Jovanović, J. & Krivokapić, Z. & Peković, S. & Soković, M. & Kramar, D. (2017). The relationship between innovations and Quality Management System. *Tehnicki Vjesnik*, 24(2), 551-556. doi: <https://doi.org/10.17559/TV-20150528100824>.
3. Kim, D.-Y. & Kumar, V. & Kumar, U. (2012). Relationship between quality management practices and innovation. *Journal of Operations Management*, 30(4). 295-315. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jom.2012.02.003>.
4. Sadikoglu, E. & Olcay, H. (2014). The Effects of Total Quality Management Practices on Performance and the Reasons of and the Barriers to TQM Practices in Turkey. *Advances in Decision Sciences*, 2014(537605), 17. doi: <https://doi.org/10.1155/2014/537605>.

5. Lebedynets', V. O. & Prokhorenko, O. V. (2020). Zaprovadzhennia systemy upravlinnia iakistiu na promyslovomu pidpriemstvi: problemy ta ryzyky. *Problemy ekonomiky*, 4(46), 177–186 [in Ukrainian].
6. Trachenko, L. A. (2018). Protsesnyj pidkhid u systemakh upravlinnia iakistiu pidpriemstv sfery posluh. *Problemy ekonomiky*, 2(36), 251–257 [in Ukrainian].
7. Kutsenko, O. I., Rotan', N. V. & Yakovenko O. Ye. (2017). Proektuvannia system upravlinnia iakistiu na osnovi mizhnarodnykh ta natsional'nykh standartiv. *Vysoki tekhnolohii v mashynobuduvanni*, 1 (27), 79-85 [in Ukrainian].
8. Shypkov, D. & Bilotserkivs'kyj, O. B. (2018). Metody otsinky ta analizu konkurentospromozhnosti produktsii pidpriemstva v systemi upravlinnia iakistiu. *Materialy XII Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii mahistrantiv ta aspirantiv* [Proceedings of the XII International Scientific and Practical Conference of Undergraduates and Postgraduates]. Kharkiv: National Technical University “KhPI”, 207-208 [in Ukrainian].
9. Bril', M. S. (2018). Pobudova systemy porivnial'no-prostorovoho otsiniuvannia rivnia rozvytku Ukrainy ta krain YeS. *Biznes Inform*, 2(2018), 81-89 [in Ukrainian].
10. Klebanova, T. S., Hur'ianova, L. S. & Chahovets', L. O. (2018). *Biznes-analityka bahatovymirnykh protsesiv*. Kharkiv: KhNEU im. S. Kuznetsia [in Ukrainian].

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 004.942:[336.743]:519.868

DOI:10.32680/2409-9260-2020-3-4-276-277-153-163

МОДЕЛЮВАННЯ КОРОТКОСТРОКОВОЇ ДИНАМІКИ ВАЛЮТНИХ КУРСІВ
З ВИКОРИСТАННЯМ ГЛИБОКИХ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ

Дербенцев В. Дж., кандидат економічних наук, професор кафедри інформатики та системології, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна
e-mail derbv@kneu.edu.ua

ORCID 0000-0002-8988-2526

Безкоровайний В. С., асистент кафедри інформатики та системології, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

e-mail retal.vs@kneu.edu.ua

ORCID 0000-0002-4998-8385

Овчаренко А. А., старший викладач кафедри інформатики та системології, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

e-mail ov_andrei@i.ua

ORCID 0000-0002-0729-4369

Анотація. Робота присвячена питанням короткострокового прогнозування валютних курсів за допомогою моделей глибокого навчання. З цією метою було побудовано модель глибокого навчання на основі синтезу нейронних мереж загорткового (CNN) та рекурентного (RNN) типу. Згорткова мережа виконує функцію вилучення ознак, а рекурентна мережа на основі моделі «довготривалої короткочасної пам'яті» (LSTM) здійснює безпосередньо прогноз. Проведено прогнозні розрахунки динаміки котирувань для валютних пар євро/долар (EUR/USD) та британського фунту (GBP/USD), а також для двох найбільш капіталізованих криптовалют (біткоїна – BTC/USD та ефіріума – ETH/USD) з використанням щоденних та чотиригодинних спостережень. Проведені комп'ютерні експерименти підтвердили перспективність застосування моделей глибокого навчання для задач короткострокового прогнозування часових рядів як фіатних, так і криптовалют.

Ключові слова: глибоке навчання, нейронні мережі, короткострокове прогнозування, часові ряди валютних котирувань, криптовалюти.

MODELING OF SHORT-TERM DYNAMICS OF FOREIGN EXCHANGE RATES
USING DEEP NEURAL NETWORKS

Vasily Derbentsev, PhD in Economics, Associate Professor at the Department of Informatics and Systemology, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine

e-mail derbv@kneu.edu.ua

ORCID 0000-0002-8988-2526

Vitalii Bezkorovainyi, assistant professor at Informatics and Systemology, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine

e-mail retal.vs@kneu.edu.ua

ORCID 0000-0002-4998-8385

Andrey Ovcharenko, senior lecturer at the Department of Informatics and Systemology, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine

e-mail ov_andrei@i.ua

ORCID 0000-0002-0729-4369

Abstract. This paper is devoted to the short-term predicting of exchange rates using Deep Learning approaches (DL). The undeniable advantage of using deep networks is their ability to find hidden complex

nonlinear patterns in the data, as well as to identify influential factors (carry out automatic feature extraction). For this purpose, the DL models were built on the basis of Convolutional (CNN) and Recurrent (RNN) Neural Networks. The CNN block performs the function of feature extraction, and the RNN which based on the Long-term Short-term Memory (LSTM) performs the forecast. For parameters estimating and testing the models we used daily and four hourly observations of currencies Euro/Dollar, British pound/Dollar, and cryptocurrencies (Bitcoin and Ethereum) for the period from 02/01/2015 to 12/31/2020 according to the service Yahoo Finance. As input data, we used open prices (Open), minimum (Low), maximum (High), and close prices (Close) for the corresponding timeframe. In the experimental section we compared the performance of the designed models using both daily and four-hour data sets. The accuracy of the forecasting performance was assessed by the values of the Mean Absolute Percentage Error (MAPE), which allows comparing forecast errors for different assets and models. In addition, the Mean Square Error (MSE) and the Root Mean Square Error (RMSE) were also calculated. The highest accuracy (in the sense of the MAPE metrics) was for the EUR/USD – about 0.4% for both daily and for-hour data sets. More volatile GBP/USD quotes show a larger error on both daily and four-hour quotes. But in general, an increase in the number of observations in four-hour time series reduces the model error for EUR/USD and GBP/USD. The results of the cryptocurrencies forecast turned out to be less accurate: 5.9% and 8.5%, respectively. Our study showed the prospects of using DL networks such as CNN and LSTM to predicting the short-term exchange rates. According to obtained results proposed models provide an efficient forecast for both fiat and cryptocurrencies.

Keywords: deep learning, neural networks, short-term forecasting, time series of currency quotes, cryptocurrencies.

JEL Classification: G170

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Глобалізація і лібералізація світової економіки, найбільш помітно проявляється у фінансовій сфері, супроводжується зростанням міграції капіталу між країнами і різними сегментами фінансового ринку. Ці процеси об'єктивно посилюють невизначеність щодо динаміки валютних курсів і призводять до зростання валютних ризиків.

Проте процес глобалізації та інтеграції у світовій економіці супроводжується помітним зростанням нестабільності міжнародного валютного ринку, діяльність на якому для вітчизняних підприємств і організацій є супутньою при здійсненні зовнішньоторговельних угод у вигляді фінансових зобов'язань і валютних операцій. Крім того, операції на валютному ринку відчутно впливають на структуру доходів інституційних інвесторів.

Нестійкість валютних курсів привнесла в діяльність українських банків і компаній значну невизначеність оцінки майбутніх грошових потоків, що підсилює ризик великих збитків і навіть банкрутства. Для підвищення ефективності операцій, що проводяться в іноземній валюті особливої актуальності набувають завдання щодо отримання достовірних прогнозів валютного курсу і зниження валютного ризику, принаймні на короткотермінову перспективу.

Тому, незважаючи на велике різноманіття існуючих методів та моделей прогнозування валютних курсів [1], питання розроблення та вдосконалення прогностичного інструментарію, зокрема, із використанням сучасних методів і підходів машинного та глибокого навчання, є актуальними як з теоретичної, так і з прикладної точки зору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Прогнозуванню фінансових часових рядів, зокрема, валютних курсів та криптовалют, із використанням методів машинного навчання присвячено роботи [2-6]. Головний висновок

авторів цих робіт полягає в тому, що моделі машинного навчання, перш за все нейронні мережі, показують більшу точність, ніж моделі часових рядів.

Детальний огляд останніх публікацій в галузі застосування моделей глибокого навчання для прогнозування фінансових часових рядів проведено в роботі [7].

В роботах [8-10] наведено результати застосування глибоких нейронних мереж до прогнозування зміни напрямів трендів валютних курсів (задача класифікації).

В роботі [9] точність класифікації валютної пари з використанням глибокої мережі типу LSTM Євро/Долар для щоденних значень становила близько 70%, а для криптовалюти Біткоїн – 72 %.

Згідно з результатами роботи [10], моделі типу LSTM показали кращу точність класифікації для напрямку зміни тренду криптовалюти ефіріум, ніж глибокі моделі на основі багатосарового перцептрон (похибка класифікації для добових даних в термінах метрики MAPE близько 4 %).

Автори дослідження [11] застосували ансамблі моделей глибоких мереж рекурентної та загорткової архітектури, а також їх ансамблі як для задачі прогнозу цін криптовалют (BTC, ETH, XRP) на наступну годину (регресія), так і для прогнозу зміни напрямку руху ціни (класифікація). Кращі з розроблених авторами архітектур показали точність класифікації у межах 52-55 %.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Протягом тривалого часу найбільш поширеними підходами до прогнозування валютних курсів було застосування економетричних моделей та апарату часових рядів. Але внаслідок стохастичності та нелінійної природи фінансових часових рядів, в тому числі і валютних курсів, останнім часом все більшою популярністю для задач прогнозування користуються непараметричні методи та моделі машинного навчання, зокрема, нейронні мережі.

Останні роки для прогнозування валютних курсів почали використовувати глибокі нейронні мережі рекурентного типу, зокрема, «довгострокової короткочасної пам'яті» (LSTM). Значно менше уваги в задачах прогнозу часових рядів було приділено застосуванню глибоких мереж іншої архітектури – згорткових, які довели свою ефективність при обробці зображень. На наш погляд, перспективним підходом до прогнозування валютних курсів є поєднання в моделі сильних рис мереж обох типів.

Формулювання мети статті (постановка завдання). Метою нашої роботи є побудова моделі короткострокового прогнозування валютних курсів (фіатних та криптовалют) із застосуванням стекингів глибоких нейронних мереж рекурентного та загорткового типу, проведення комп'ютерних експериментів з метою оцінки ефективності та точності побудованих моделей.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Методи машинного навчання широко і успішно застосовуються для таких задач, як кластеризація, класифікація і розпізнавання об'єктів. Дослідники давно прагнули використовувати потенціал штучних нейронних мереж для передбачення.

Рекурентні нейронні мережі (RNN) стають все більш популярними для моделювання часових рядів і природної мови і досягають передових результатів на популярних наборах даних. У той час як мережі прямого поширення (наприклад, багатосаровий перцептрон) враховують фіксовану кількість часових даних для прогнозування наступного спостереження, рекурентні нейронні мережі можуть враховувати всі попередні часові кроки.

Але звичайні RNN не можуть моделювати довготривалі часові залежності через проблеми зникаючого градієнта. Ця проблема вирішується такими різновидами RNN-архітектури, як Long Short-Term Memory (LSTM) та модель Gated Recurrent Neural Networks (GRU), що є модифікацією моделі LSTM. Вони складаються із декількох повнозв'язних компонентів, які вловлюють просторово-часові залежності в даних. Це дозволяє враховувати при моделюванні часових рядів не тільки короточасні залежності, але і довготривалі.

Моделі глибоких мереж на основі цих архітектур довели перспективність їх застосування до задач прогнозування фінансових часових рядів, у тому числі і валютних курсів [7-12].

Згорткові нейронні мережі (CNN) є основним інструментом для роботи з даними, що мають просторову структуру. Вони успішно застосовуються для вилучення просторових властивостей графічних зображень та потокового відео або аудіо.

Останнім часом здійснюються спроби поєднання мереж CNN та RNN (стекінг) з метою одержання більш ефективного інструменту для прогнозу часових рядів (див., наприклад, [7, 11-12]).

Блок CNN і блок LSTM сприймають однакові введення часових рядів у двох різних уявленнях. CNN розглядає часовий ряд як одновимірний часовий ряд із безліччю часових кроків. Якщо існує часовий ряд довжиною L , блок CNN отримає дані через L часових кроків.

На відміну від цього, блок LSTM отримує введені часові ряди як багатовимірні часові ряди з одним часовим кроком. Це досягається шаром перемішування розмірів, який транспонує часовий вимір часового ряду. Одновимірний часовий ряд довжиною L , після перетворення, буде розглядатися як багатовимірний часовий ряд (що має L змінних) з одним кроком часу.

Без перемішування розмірів продуктивність блоку LSTM значно знижується через швидке перенавчання малих наборів даних валютних котирувань з короткою послідовністю та невміння вивчати довгострокові залежності у більших наборах даних валютних котирувань з довгою послідовністю.

Розмірне переміщення покращує ефективність LSTM моделі, вимагаючи на порядок менше часу на тренування. Коли в наборі даних із L часових кроків та N змінних використовується LSTM без перемішування розмірів, LSTM вимагає L часових кроків для обробки партії N змінних. На відміну від цього, застосування вимірювання розмірів до вхідних даних дозволить моделі LSTM обробляти партію L змінних за N часових кроків. Це свідчить про те, що до тих пір, поки кількість змінних N значно менша за кількість часових кроків L , перемішування розмірів значно покращить швидкість навчання. Оскільки кожен з наборів даних валютних котирувань є одноваріантним, компоненту LSTM цієї моделі буде потрібно лише 1 часовий крок для обробки партії L змінних [12].

Використання LSTM зводиться до обробки одного параметру часових даних котирувань валюти одночасно. Кожні дані котирувань валюти відокремлюються та обробляються незалежно, а потім оброблені дані з кожного котирування валюти об'єднуються та обробляються для оцінки остаточного прогнозу. Обґрунтування запропонованого підходу полягає у розробці навчальної моделі, яка може самостійно витягувати корисну інформацію з різних даних котирувань валюти та згодом обробляти цю інформацію для досягнення точних та надійних прогнозів.

Припустимо, що ми маємо дані котирувань валюти: ціна відкриття (Open), мінімум (Low), максимум (High), ціна закриття (Close) за відповідний таймфрейм. Кожні дані котирування валюти використовуються як вхідні дані в унікальний згортковий шар, за яким

слідують рівень LSTM та рівень об'єднання. Запропонований підхід фокусується на використанні здатності згорткових шарів для вилучення корисних знань шляхом вивчення внутрішнього представлення кожного набору даних котирувань валюти незалежно, а також ефективності рівнів LSTM для виявлення короткострокових та довгострокових залежностей. Потім вихідні вектори всіх шарів LSTM об'єднуються об'єднаним шаром. Цей шар супроводжується низкою шарів, які становлять класичну структуру нейронної мережі глибокого навчання, тобто щільний (повнозв'язний) шар, шари пакетної нормалізації, шар відсіву, повнозв'язний шар і кінцевий вихідний шар з одного нейрона. Архітектуру такої моделі наведено на рис. 1.

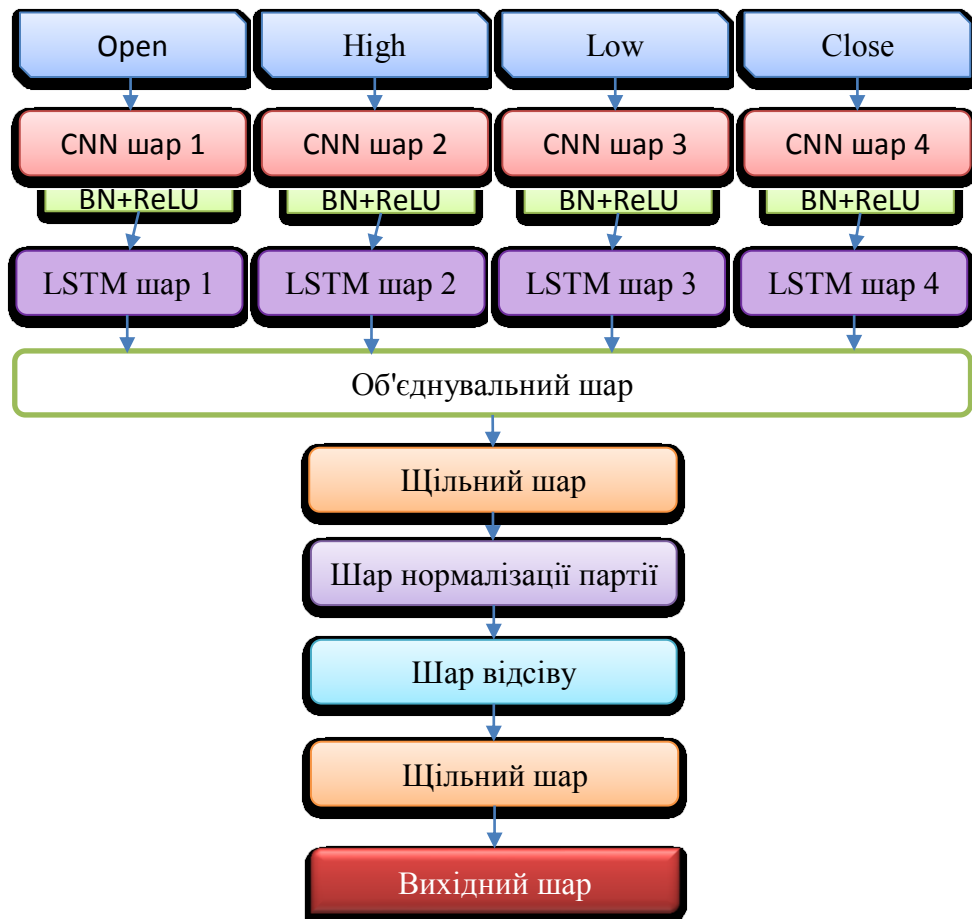


Рис. 1. Архітектура моделі глибоких нейронних мереж з декількома входами
Джерело: побудовано авторами

Традиційна модель глибокої нейронної мережі здатна аналізувати та кодувати будь-яку складну функцію, згортковість її навчального процесу може погіршуватися через кількість ваг, яка експоненційно збільшується зі збільшенням кількості шарів та за рахунок проблеми зникаючого градієнта, яка зазвичай виникає у великих мережах. На відміну від цього, суттєвими перевагами архітектури запропонованої моделі є те, що вона забезпечує більшу гнучкість та адаптивність [11].

Наведемо короткий опис основних елементів запропонованої моделі, тобто шарів згортки та об'єднання, повнозв'язні шари, шари пакетної нормалізації та шари відсіву:

– згортковий шар характеризується своєю чудовою здатністю засвоювати внутрішнє представлення своїх входів. Це виконується шляхом застосування згорткових операцій між вхідними даними та використанням ядер згортки, званих «фільтрами», для виявлення нових значень властивостей [10];

– об'єднувальний шар використовується для зменшення просторових розмірів з метою зменшення кількості операцій, необхідних для всіх наступних шарів. Менша просторова інформація означає меншу вагу, тому менше шансів перенавчити модель. Ці шари використовуються для зменшення вибірки результатів попереднього згорткового шару, намагаючись передати лише дійсну та корисну інформацію [7];

– щільний шар призначений для складання прихованого шару глибокої нейронної мережі [9]. Зокрема, кожен щільний шар складається з нейронів, які зв'язані з усіма нейронами попереднього шару. Як правило, щільні шари додають властивість нелінійності, і теоретично нейронна мережа, складена щільними шарами, здатна моделювати будь-яку математичну функцію [12];

– шар нормалізації партії – методика навчання глибоких нейронних мереж, яка фокусується на стабілізації процесу навчання шляхом стандартизації входів наступного рівня для кожної міні-партії. Нормалізація пакетів збільшує координацію оновлень у інших шарах і прискорює навчання, зменшуючи кількість епох [10];

– шар відсіву – метод регулювання для запобігання перенавчання нейронних мереж, який додається між існуючими шарами моделі нейронної мережі. Він застосовується до виходів попереднього рівня і тимчасово встановлює довільний набір виходів до нуля з заздалегідь визначеною ймовірністю, які подаються на наступний рівень [7].

Після формування архітектури моделі CNN-LSTM необхідно перейти до навчання такої моделі за допомогою моделі градієнтного спуску.

У набір даних, який використовується для оцінки моделі, було включено денні (D1) валютні котирування EUR/USD (євро до долару США), GBP/USD (британської фунту до долару США) та криптовалюти BTC/USD (Біткоїн до Долару США), ETH/USD (ефіріум до долару США) за період з 01.01.2015 по 31.12.2019. Тестування моделі було проведено на часових рядах відповідних валютних котирувань з 01.01.2020 по 01.12.2020.

Вхідні часові дані зазвичай нормалізуються при використанні глибоких нейронних мереж в діапазон (0, 1), адже це безпосередньо впливає на функції активації, саме тому дослідженні значення валютних котирувань були переведено в діапазон (0, 1) за допомогою мінімаксної нормалізації:

$$x_{\text{норм}} = \frac{x - x_{\min}}{x_{\max} - x_{\min}}$$

Нормалізовані дані були надані як вхідні дані в мережу з вікном для навчання – 7 днів, прогнозування здійснюється на наступну добу. Для тренування моделі використовується 70% часового ряду, для валідації – 30%.

Наявність у моделі глибокої нейронної мережі декількох входів та додаткових шарів призводить до більш швидкого навчання та істотного зменшення похибки на перших ітераціях (епохах). Так для валютних котирувань до 20 епохи спостерігається поступове зменшення похибки відповідно до прогресу навчання моделі (рис. 2).

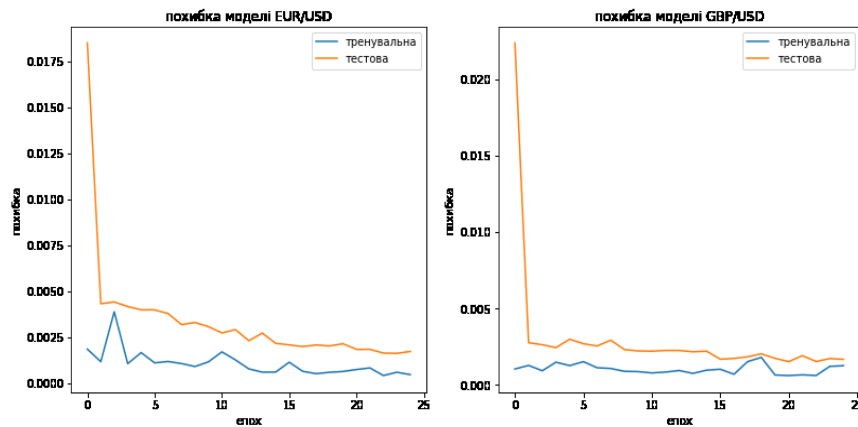


Рис. 2. Похибка моделей прогнозування валютних котирувань EUR/USD та GBP/USD
Джерело: побудовано авторами

Похибка моделі для криптовалют має декілька сплесків, вони пов'язані з відповідними «сплесками» котирувань та, відповідно, мають стрімкі зростання та падіння і у тренувальному наборі даних (рис. 3). Після 20 епохи модель приймає стабільний стан, відповідно її тепер можна застосовувати для прогнозування валютних котирувань.

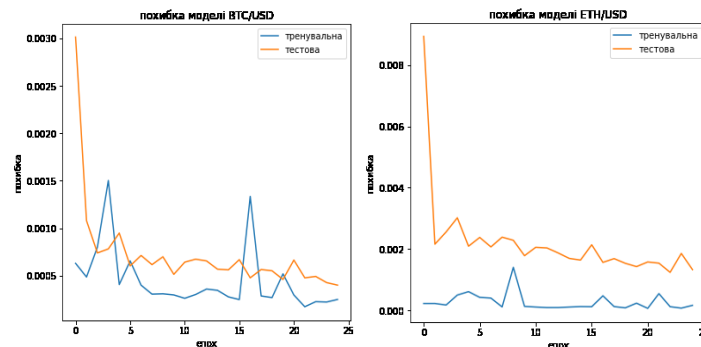


Рис. 3. Похибка моделей прогнозування котирувань криптовалют BTC/USD та ETH/USD
Джерело: побудовано авторами

Розподілення тестової та прогнозованої вибірки валютних котирувань наведено на рис. 4. На графіку EUR/USD спостерігається низька дисперсія та мінімальні відхилення від вісі, що підтверджує ефективність моделі. Низьке значення R^2 та великий розкид на графіку GBP/USD пов'язано з великою волатильністю у 2020 році внаслідок Brexit та перемовин щодо угоди про подальшу співпрацю.

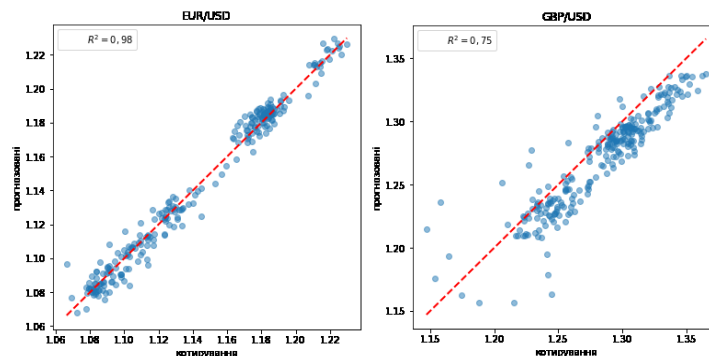


Рис. 4. Співвідношення реальних та прогнозованих валютних котирувань EUR/USD та GBP/USD

Джерело: побудовано авторами

Друга половина 2020 року ознаменувалася стрімким зростанням ринку криптовалют. Відповідно рис. 5 котирування BTC/USD до позначки 20 000\$ мають нормальне розподілення, а у момент стрімкого росту прогнозовані значення відстають від реальних. Подібна ситуація спостерігається і для котирувань ETH/USD після відмітки у 500\$.

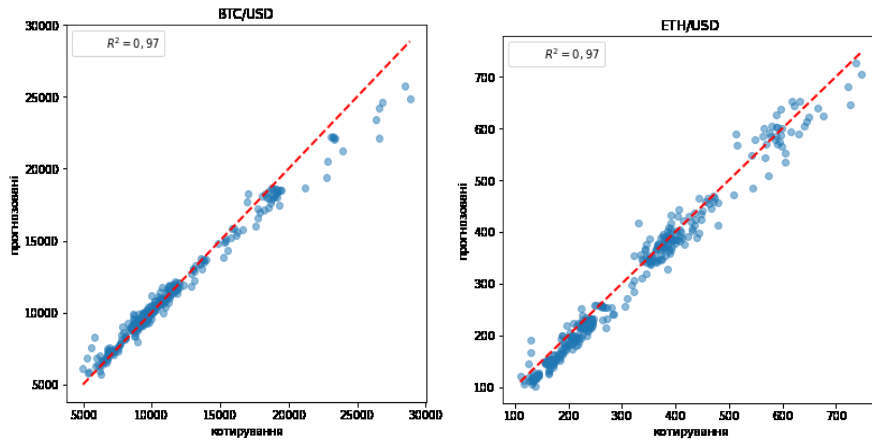


Рис. 5. Співвідношення реальних та прогнозованих котирувань криптовалют BTC/USD та ETH/USD

Джерело: побудовано авторами

Для розширення набору даних оцінки ефективності моделі було додано чотиригодинні котирування (H4 – 6 котирувань на добу), це дозволяє збільшити набір даних в тренувальній та тестовій вибірках, за той самий проміжок часу. Таким чином вікно для навчання моделі складає 42 періоди (7 днів), горизонт прогнозування 6 періодів (1 день).

Точність прогнозування валютних котирувань було оцінено за значеннями середньої абсолютної похибки у відсотках (MAPE), яка дозволяє порівнювати похибки прогнозу як для різних активів, так і моделей. Окрім цього, було також розраховано середньоквадратичну похибку (MSE), та корінь із середньоквадратичної помилки (RMSE). Формули для розрахунку цих показників наведено нижче:

$$MSE = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N (y_i - y_i^{predicted})^2,$$

$$RMSE = \sqrt{\frac{1}{N} \sum_{i=1}^N (y_i - y_i^{predicted})^2},$$

$$MAPE = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \left| \frac{y_i - y_i^{predicted}}{y_i} \right|.$$

Тут $y_i, y_i^{predicted}$ – фактичні та прогнозовані значення часового ряду відповідно, N – кількість спостережень.

Остаточні результати точності прогнозу побудованих моделей наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Кількісна оцінка ефективності запропонованої моделі

Показники	Котирування			
	EUR/USD	GBP/USD	BTC/USD	ETH/USD
D1				
MSE	0,000041	0,000420	505420,41	526,23
RMSE	0,006442	0,020493	710,92	22,93
MAPE	0,434%	1,280%	3,745%	6,919%
H4				
MSE	0,000036	0,000119	766065,11	612,46

RMSE	0,005963	0,010888	875,25	24,74
MAPE	0,408%	0,624%	5,890%	8,525%

Джерело: побудовано авторами

Таким чином, аналіз даних табл. 1 свідчить, що краща точність (у сенсі показників MAPE) виявилась для EUR/USD – близько 0,4% як для щоденних, так і для чотиригодинних наборів даних. Більш волатильні котирування GBP/USD демонструють більшу похибку як на щоденних, так і для чотиригодинних даних. Але в цілому, збільшення кількості спостережень у чотиригодинних часових рядах зменшує похибку моделі для EUR/USD та GBP/USD.

Результати прогнозу криптовалют виявились менш точними: 5,9% та 8,5% відповідно, що можна пояснити більш високою волатильністю досліджуваних часових рядів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок за даним напрямком. Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що в цілому моделі показали вищу точність при використанні часових рядів фіатних валют, ніж для криптовалюти. Більш волатильні котирування GBP/USD показують більшу похибку як на денних так і на чотиригодинних котируваннях. Але загалом збільшення кількості котирувань чотиригодинних часових рядів призводить до зменшення похибки моделі для EUR/USD та GBP/USD. Інша ситуація спостерігається при використанні часових рядів криптовалют, збільшення набору часових котирувань призводить до збільшення похибки через, як було відмічене вище, відставання прогнозованих котирувань від реальних.

Перевагою запропонованої моделі є поєднання позитивних рис нейронних мереж обох типів: згорткові нейронні мережі дозволяють побудувати новий простір ознак, а рекурентні мережі – виявити приховані паттерни в динаміці валютних котирувань.

Варто зазначити, що оскільки кожний з компонентів глибокого навчання ініціалізується з різними ваговими станами, то це призводить до того, що модель фокусується на різних виявлених закономірностях. Отже, поєднання згорткових та рекурентних нейромереж через стекінгову архітектуру призводить до більш стабільної та надійної моделі прогнозування.

Список літератури:

1. Международная практика прогнозирования мировых цен на финансовых рынках (сырье, акции, курсы валют) / под ред. Я.М. Миркина. Москва: Магистр, 2014. 456 с.
2. Persio, L., Honchar, O. Multitask machine learning for financial forecasting. International Journal of Circuits, Systems and Signal Processing. 2018. Vol. 12. P. 444–451.
3. В.Д. Дербенцев, Г.І. Великоіваненко, Н.В. Даценко. Застосування методів машинного навчання до прогнозування часових рядів криптовалют. Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці. 2019. № 8. С. 65-93.
4. Hamid, S.A., Habib, A. Financial forecasting with neural networks. Academy of Accounting and Financial Studies Journal. 2014. Vol. 18(4). P. 37-55.
5. Hitam, N.A., Ismail, A.R. Comparative Performance of Machine Learning Algorithms for Cryptocurrency Forecasting. 2018. URL: <https://www.researchgate.net/publication/327415267> (дата звернення: 01.12.2020).
6. Bahrammirzaee, A. A comparative survey of artificial intelligence applications in finance: artificial neural networks, expert system and hybrid intelligent systems. Neural Comput. Appl. 2010. Vol. 19(8), P. 1165–1195.

7. Sezer O.B., Gudelek M.U., Ozbayoglu A.M. Financial time series forecasting with deep learning: A systematic literature review: 2005–2019. *Applied Soft Computing*. 2020. Vol. 90. Article number 106181.
8. Дербенцев В.Д., Безкоровайний В.С., Луняк І.В. Застосування методів глибокого навчання до прогнозування зміни короткострокових трендів валютних курсів. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Секція: економіка*. 2020. № 7(2). С. 75-86.
9. Kumar, D., Rath, S.K.: Predicting the Trends of Price for Ethereum Using Deep Learning Technique, in: *Artif. Intell. Evol. Comput. Eng. Syst.*, pp. 103–114, Springer (2020)
10. Saxena, A., Sukumar, T. Predicting bitcoin price using LSTM and compare its predictability with ARIMA model. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*. 2018. Vol. 119(17). P. 2591-2600.
11. Livieris, I.E., Pintelas, E., Stavroyiannis, S., & Pintelas, P. Ensemble deep learning models for forecasting cryptocurrency time-series. *Algorithms*. 2020. Vol. 13(5), article number 121.
12. Bao W, Yue J, Rao Y A deep learning framework for financial time series using stacked autoencoders and long-short term memory. *PLoS ONE*. 2017. Vol. 12(7): e0180944. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0180944>

References:

1. Mirkina, Ja.M. (2014) *Mezhdunarodnaja praktika prognozirovaniya mirovyh cen na finansovyh rynkah (syr'e, akcii, kursy valjut)*. Moscow: Magistr [in Russian].
2. Persio, L., Honchar, O. (2018) Multitask machine learning for financial forecasting. *International Journal of Circuits, Systems and Signal Processing*. Vol. 12. 444–451.
3. Derbentsev, V.D., Velykoivanenko, H.I. & Datsenko N.V. (2019) Zastosuvannia metodiv mashynnoho navchannia do prohnozuvannia chasovykh riadiv kryptovaliut. *Neiro-nechitki tekhnolohii modeliuvannia v ekonomitsi*. 8, 65-93 [in Ukrainian]
4. Hamid, S.A., Habib, A. (2014) Financial forecasting with neural networks. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*. Vol. 18(4). 37-55.
5. Hitam, N.A., Ismail, A.R. (2018) Comparative Performance of Machine Learning Algorithms for Cryptocurrency Forecasting. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/327415267>.
6. Bahrammirzaee, A. (2010) A comparative survey of artificial intelligence applications in finance: artificial neural networks, expert system and hybrid intelligent systems. *Neural Comput. Appl.* Vol. 19(8), 1165–1195.
7. Sezer O.B., Gudelek M.U., Ozbayoglu A.M. (2020) Financial time series forecasting with deep learning: A systematic literature review: 2005–2019. *Applied Soft Computing*. Vol. 90. Article number 106181.
8. Derbentsev, V.D., Bezkorovainyi, V.S. & Luniak I.V. (2020) Zastosuvannia metodiv hlybokoho navchannia do prohnozuvannia zminy korotkostrokovykh trendiv valiutnykh kursiv. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu. Sektsiia: ekonomika*. 7(2), 67-81 [in Ukrainian].
9. Kumar, D., Rath, S.K. (2020) Predicting the Trends of Price for Ethereum Using Deep Learning Technique, in: *Artif. Intell. Evol. Comput. Eng. Syst.*, 103–114, Springer.

10. Saxena, A., Sukumar, T. (2018) Predicting bitcoin price using LSTM and compare its predictability with ARIMA model. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*. Vol. 119(17), 2591-2600.
11. Livieris, I.E., Pintelas, E., Stavroyiannis, S., & Pintelas, P. (2020) Ensemble deep learning models for forecasting cryptocurrency time-series. *Algorithms*. Vol. 13(5), article number 121.
12. Bao W, Yue J, Rao Y (2017) A deep learning framework for financial time series using stacked autoencoders and long-short term memory. *PLoS ONE*. Vol. 12(7): e0180944. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0180944>

НАШІ АВТОРИ

Hvizdova Eva - PhDr. Ing, College of International Business ISM Slovakia in Prešov

Tatiana Minx - Dr. med. Dipl.-Psych., MBA, Asklepios Clinic Teupitz

Безкоровайний Віталій Сергійович - асистент кафедри інформатики та системології, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

Бізунович Анастасія Володимирівна - менеджер ТОВ «Форстранс»

Білоцерківський Олександр Борисович - кандидат технічних наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та експертизи товарів, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

Горовий Дмитро Анатолійович - доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та маркетингу, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

Дербенцев Василь Джоржович - кандидат економічних наук, професор кафедри інформатики та системології, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

Джеджула В'ячеслав Васильович - доктор економічних наук, професор, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, Україна

Волохова Ірина Семенівна — д.е.н., доцент, завідувачка кафедри фінансів, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна

Єпіфанова Ірина Юрійвна - доктор економічних наук, доцент, професор кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, Україна

Івахненко Андрій Володимирович - старший викладач кафедри міжнародного бізнесу та фінансів, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

Коваленко Вікторія Володимирівна — д.е.н., професор кафедри банківської справи, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна

Криворучко Наталія Вікторівна - головний судовий експерт відділу товарознавчих та гемологічних досліджень, Харківський НДЕКЦ МВС України, м. Харків, Україна

Кузнецова Інна Олексіївна - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту організацій, Одеський національний економічний університет, Одеса, Україна

Манойленко Олександр Володимирович - доктор економічних наук, професор, директор навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

Місько Ганна Анатоліївна - кандидат економічних наук, старший викладач кафедри менеджменту організацій, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна

Нікітенко Станіслав Віталійович - старший судовий експерт відділу товарознавчих та гемологічних досліджень, Харківський НДЕКЦ МВС України, м. Харків, Україна

Овчаренко Андрій Анатолійович - старший викладач кафедри інформатики та системології, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

Онищенко Юлія Ігорівна - кандидат економічних наук, доцент кафедри банківської справи, Одеський національний економічний університет, Одеса, Україна

Пацарнюк Олексій Васильович - аспірант кафедри аудиту, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

Піддубна Людмила Іванівна - доктор економічних наук, професор кафедри міжнародної економіки і менеджменту, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Сергєєва Олена Степанівна — к.е.н., доцент кафедри банківської справи, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна

Сергієнко Олена Андріанівна - кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та експертизи товарів, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

Строков Євген Михайлович - кандидат економічних наук, доцент кафедри економічного аналізу та обліку, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

Яценко Ольга Миколаївна - доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Київ, Україна

НАУКОВИЙ ВІСНИК
Одеського національного економічного університету

№ 3-4 (276-277), 2020

Матеріали випуску друкуються мовою оригіналу
(українська, англійська, російська)

За достовірність викладених фактів,
цитатта інших відомостей відповідає
автор

Рекомендовано до друку та поширення через
мережу Інтернет за рішенням Вченої ради
Одеського національного економічного
університету (Протокол № 1 від 22.09.2020 р.)

Підписано до друку 23.09.2020 р.
Формат 60 х 84 1/8. Папір офсетний.
Друк офсетний. Гарнітура Times New Roman
Ум. друк. арк. 9,95. Тираж 50 прим.

Надруковано в друкарні
ТОВ ВД «Гельветика» 73034, Україна,
м. Херсон, вул. Паровозна, буд. 46-А
Тел.: +38 (0552) 39-95-80 e-mail:
mailbox@helvetica.com.ua