

Колодізев О. М.,  
Максімова М. В.

## УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ВЗАЄМОВІДНОСИН В СИСТЕМІ «КЛІЄНТ-БАНК»

*У статті удосконалено механізм взаємовідносин в системі «клієнт-банк», особливість якого полягає у застосуванні збалансованої системи показників. Узагальнено переваги та недоліки використання системи «клієнт-банк» для клієнтів та банків. Побудовано стратегічну карту розвитку системи «клієнт-банк», яка стала підґрунтям для формування збалансованої системи показників оцінки якості функціонування системи «клієнт-банк».*

**Ключові слова:** банки, система «клієнт-банк», стратегічна карта, збалансована система показників.

### 1. Вступ

В умовах динамізму зовнішнього середовища, посилення конкуренції на ринку фінансових послуг, активізації посередників з агресивними технологічними методами залучення ринкового сегмента особливої актуальності набувають питання щодо застосування альтернативних напрямів обслуговування клієнтів. При цьому стрімкий розвиток інформаційних технологій сприяє переорієнтації характеру надання послуг банківськими установами — від класичних форм взаємодії з клієнтами до дистанційних, що стане незаперечною перевагою для банків. Однак їх невиважена позиція, недостатня оцінка можливих ризиків при дистанційному обслуговуванні може стати підґрунтям для шахрайських дій, що і зумовлює необхідність більш детального дослідження питань щодо удосконалення механізму побудови взаємовідносин суб'єктів в системі «клієнт-банк».

### 2. Аналіз літературних даних та постановка проблеми

Дослідження різних аспектів дистанційного обслуговування, зокрема системи «клієнт-банк», знайшли відображення в працях багатьох науковців: І. Брітченко, О. Вовчак, В. Горобець, Н. Єрьоміна, О. Єсіна, О. Захарченко, І. Красовська, В. Міщенко, А. Нікітін, А. Олійник, І. Рогач, В. Степаненко, Т. Шалига.

Так, наприклад, автори робіт [1–3] наводять переваги та недоліки впровадження дистанційного обслуговування та системи «клієнт-банк» як його складової. В роботі [4] дослідником визначено місце системи «клієнт-банк» в розрахункових операціях, а в [5] — наведено трактування сутності поняття електронний банкінг та зазначено структуру системи «клієнт-банк».

Наукові розробки дозволяють зробити висновок щодо глибокого вивчення питань впровадження дистанційного обслуговування в практичну діяльність банківських установ. Проте більша увага приділяється питанням щодо визначення сутності понять, особливостей функціонування та перспектив розвитку системи дистанційного обслуговування «клієнт-банк». При цьому, недостатньо розробленими залишаються теоретичні і практичні пи-

тання щодо удосконалення механізму взаємовідносин в системі «клієнт-банк».

### 3. Об'єкт, ціль та задачі дослідження

Об'єкт дослідження — механізм взаємовідносин в системі «клієнт-банк».

Проведені дослідження ставили за мету обґрунтувати положення щодо удосконалення механізму взаємовідносин в системі «клієнт-банк» через застосування збалансованої системи показників (ЗСП).

Для досягнення поставленої мети вирішувалися наступні задачі:

- визначити переваги та недоліки використання системи «клієнт-банк» як для клієнтів, так і для банків;
- побудувати стратегічну карту розвитку системи «клієнт-банк» та сформувати ЗСП оцінки якості її функціонування.

### 4. Результати досліджень щодо удосконалення механізму взаємовідносин в системі «клієнт-банк»

В роботі [4] важливість системи «клієнт-банк» підтверджується певною статистичною інформацією. Так, зазначається, що близько 70 % руху всіх платіжних доручень, що забезпечують рух 90 % грошових коштів в платіжній системі, забезпечує саме система «клієнт-банк».

Вперше система «клієнт-банк» була використана в Україні в 1992 році. Ця подія набуває особливого значення, оскільки перші спроби впровадження системи «клієнт-банк» відбувались в складних економічних умовах, а також низькому рівні комп'ютеризації населення та практичній відсутності доступу до всесвітньої мережі Інтернет. Проте впровадження цієї системи з перших спроб сприяло покращенню якості обслуговування клієнтів та стало безумовною конкурентною перевагою для банків.

Система «клієнт-банк» є засобом обміну інформацією в електронній платіжній системі країни, яка виконує функцію постачальника платіжних документів в електронному вигляді від клієнта банку до самої установи банку, а також забезпечує зворотний зв'язок з доставкою

інформативних та підтверджуючих матеріалів. Враховуючи це, основним функціональним призначенням системи «клієнт-банк» є надання можливості клієнту дистанційного використання його грошових коштів на поточних рахунках банку.

Класична система «клієнт-банк» складається з трьох підсистем: підсистема «Клієнт», підсистема «Банк» та телекомунікаційні підсистеми. З метою реалізації функцій перших підсистем створюються автоматизовані робочі місця, а третя — забезпечує процес обміну даними (електронними повідомленнями) між підсистемами «Клієнт» та «Банк» [5].

Аналіз літературних джерел [1–3] довів, що система «клієнт-банк» має як певні переваги, так і недоліки (табл. 1).

Таблиця 1

Стимули та перешкоди при використанні системи «клієнт-банк» для клієнтів та банків

Стимули	Перешкоди
<b>для клієнтів</b>	
можливість віддаленої роботи з рахунками в банках	обмежена можливість доступу до системи «клієнт-банк» лише з одного робочого місця, де встановлено програмне забезпечення
високий ступінь захисту інформації про стан рахунків	необхідність навчання або перепідготовки співробітників для роботи з документообігом в системі
можливість отримання довідкової інформації через систему «клієнт-банк», не відвідуючи банк	збільшення витратної частини підприємства у зв'язку з необхідністю сплати комісійної винагороди за користування системою «клієнт-банк»
можливість вибору банку, не враховуючи територіальні ознаки розміщення	наявність електронного підпису керівних осіб з метою здійснення операцій в системі
підвищення швидкості обороту платежів	ризик несумісності програмних забезпечень підприємства та системи «клієнт-банк»
можливість використання шаблонів стандартизованих документів (наприклад, платіжне доручення, меморіальний ордер, заявка на переказ валют та інші)	збільшення витратної частини підприємства у зв'язку з необхідністю придбання додаткового обладнання
<b>для банків</b>	
оптимізація роботи операційників	наявність бізнес-ризиків, операційних та фінансових ризиків
конкурентна перевага при залученні клієнтів	наявність додаткових витрат, пов'язаних з необхідністю підготовки персоналу банку для роботи в системі «клієнт-банк»
збільшення дохідної частини за рахунок отриманої плати за користування системою «клієнт-банк»	наявність додаткових витрат, пов'язаних з обслуговуванням системи «клієнт-банк»

Виходячи з табл. 1 видно, що поряд з очевидними перевагами зазначена система має і певні недоліки, які мають здатність погіршити якість та знизити результативність функціонування системи «клієнт-банк». Все це вимагає пошуку нових аналітичних інструментів управління, які дозволять отримати комплексну інформацію щодо стану усіх напрямів діяльності будь-якого банку та розробити відповідні заходи щодо покращення функціонування системи «клієнт-банк». Одним із таких

сучасних інструментів є ЗСП, яка й виникла як реакція на недосконалість системи індикаторів управління ефективністю суб'єктів господарювання.

Також, за даними досліджень відомо, що більшість систем функціонування суб'єктів господарювання, заснованих на концепції ЗСП, для збору, управління та використання інформації із зовнішніх джерел застосовують системи класу CRM (customer relationship management — управління взаємовідносинами з клієнтами). Особливістю функціонування цих систем є поєднання функцій управління взаємовідносинами з клієнтами та різноманітної маркетингової інформації, яка сприятиме підвищенню якості взаємодії з клієнтами [6].

Тому процес удосконалення механізму взаємовідносин в системі «клієнт-банк» запропоновано розглянути через призму підвищення якості функціонування системи «клієнт-банк» з використанням ЗСП.

Методологічну основу збалансованої системи показників розробили ще в 1990х роках зарубіжні дослідники Р. С. Каплан і Д. П. Нортон [7, 8].

Автори ЗСП дають таке її визначення: «Збалансована система показників є інструментом стратегічного планування та управління, який слугує для встановлення стратегічних цілей та оцінки ефективності діяльності з точки зору реалізації стратегії за допомогою визначених ключових показників результативності» [7]. Завдяки цій системі робота підприємства оцінюється за чотирма збалансованими параметрами: фінанси, взаємини з клієнтами, внутрішні бізнес-процеси, а також навчання і підвищення кваліфікації персоналу.

Комунікативна роль ЗСП полягає в наступному:

1. ЗСП надає корпоративне бачення майбутнього надбанням всіх співробітників та сприяє встановленню атмосфери єдності;
2. ЗСП створює цілісну модель стратегії, що дозволяє кожному співробітнику визначити свій внесок в досягнення успіху компанії;
3. ЗСП дозволяє сконцентрувати зусилля: якщо мета та показники обрані вірно, то успіх забезпечено, і навпаки.

Основним призначенням ЗСП є оцінка і контроль результатів діяльності через набір взаємопов'язаних фінансових на нефінансових індикаторів. Виходячи з цього, ЗСП є багатофункціональним інструментом стратегічного управління та надає змогу розглядати будь-яку проблему зі всіх сторін. Також, автори [7, 9–12] зазначають, що менеджери спроможні створити ЗСП шляхом переведення стратегії і місії в конкретні цілі і завдання. Таким чином, ЗСП має універсальний характер та здатна описати будь-який напрям діяльності банківської установи, зокрема розвиток та удосконалення функціонування системи «клієнт-банк» за чотирма збалансованими параметрами.

Автори [13–15] зазначають, що процес розробки ЗСП доцільно розпочинати з розробки стратегічних карт. Оскільки вони виконують комунікативну функцію, тобто пояснюють всім зацікавленим сторонам сутність стратегії установи, а також сприяють накопиченню та узагальненню інформації щодо змін показників у часі.

В. В. Подольна й О. І. Хоменко вважають, що «створення стратегічної карти є необхідним кроком для визначення перспектив, цілей і показників, а також причинно-наслідкових зв'язків між ними. Карта допомагає донести до окремих підрозділів і співробітників підприємства їхню роль у реалізації стратегії. Стратегічні карти можуть

бути створені на будь-якому рівні управління, і кожен рівень матиме можливість бачити своє місце на загальній стратегічній карті розвитку підприємства» [16, С. 94].

А. П. Лазарева стверджує, що стратегічна карта «є важливим елементом однієї з найпопулярніших у закордонній практиці концепції стратегічного управління та оцінки ефективності діяльності суб'єкта бізнесу – концепції збалансованої системи показників. Стратегічну карту вважають загальною архітектурною концепцією опису стратегії організації, моделлю, яка демонструє, як стратегія об'єднує нематеріальні активи та процеси створення вартості; основою системи менеджменту для швидкої та ефективної реалізації стратегії» [17, С. 171].

На думку А. І. Біляра, «стратегічні карти також являють собою ефективний спосіб документування та контролю, що забезпечує найбільш швидке досягнення

поставлених цілей і реалізацію місії підприємства» [18, С. 86–87].

Н. В. Сабліна та Т. Б. Кузенко акцентують увагу на тому, що «стратегічна карта надає універсальний і послідовний спосіб опису стратегії так, щоб можна було встановити не лише цілі та показники, але й управляти ними» [19, С. 328].

М. Б. Владичин та Н. С. Струк стверджують, що «стратегічна карта є основним інструментом управління ЗСП, за допомогою якої здійснюється опис стратегії розвитку підприємства, вона визначає не лише цілі та показники, але й дозволяє управляти ними під час здійснення їх діяльності» [14, С. 206].

Тому, враховуючи специфіку функціонування системи «клієнт-банк», на рис. 1 зображено стратегічну карту розвитку цієї складової діяльності вітчизняних банків.

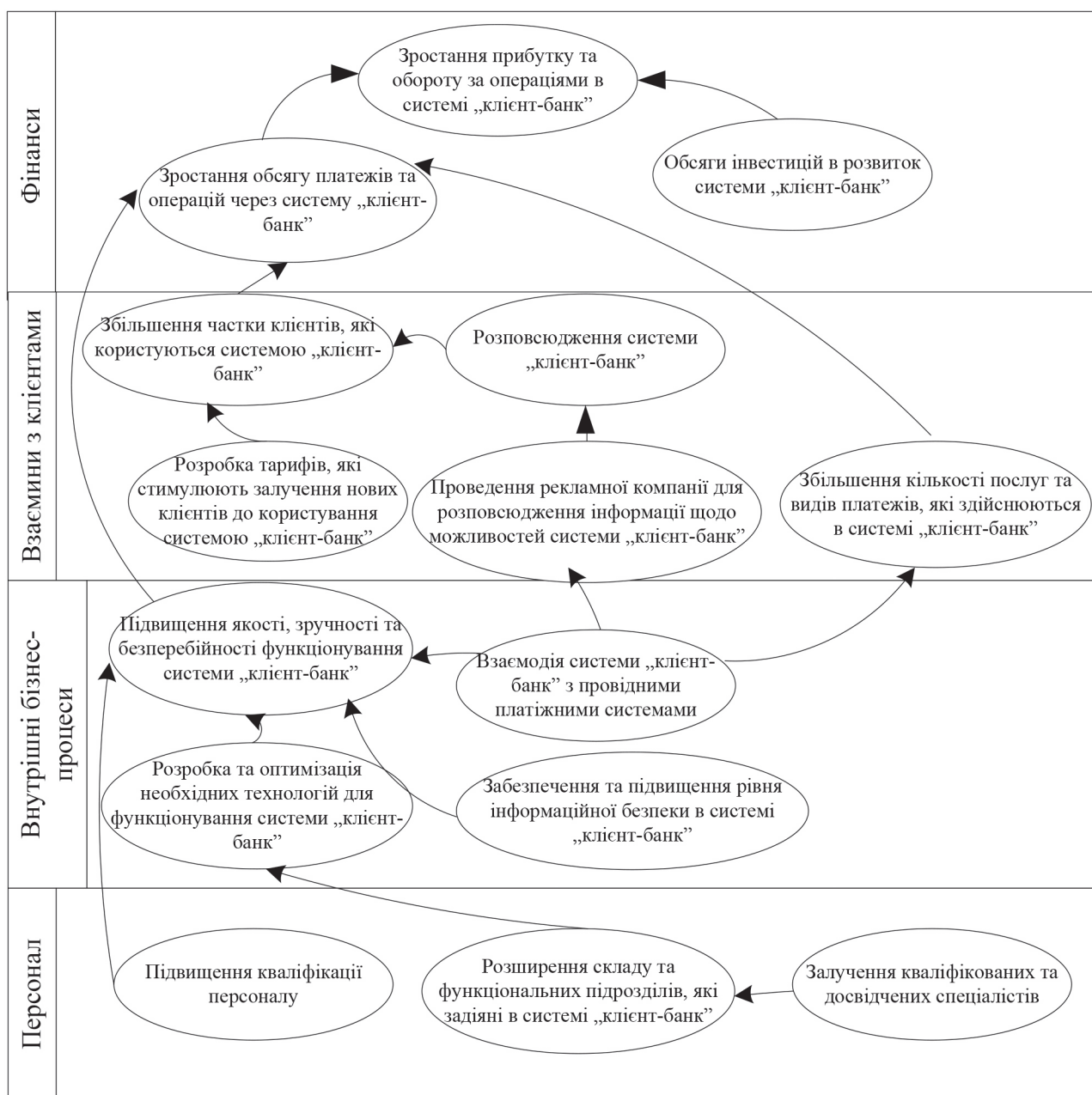


Рис. 1. Стратегічна карта «Розвитку системи «клієнт-банк»

Наведена стратегічна карта відображає не тільки цілі банку та фактори досягнення результатів в межах кожного збалансованого параметру (фінанси, взаємини з клієнтами, внутрішні бізнес-процеси, а також навчання і підвищення кваліфікації персоналу), а й розкриває причинно-наслідкові зв'язки.

Таким чином, запропонована стратегічна карта відображає своєрідний список стратегічних компонентів та їх взаємодій. Відповідно, відсутність хоча б одного елементу може призвести до краху стратегії розвитку системи «клієнт-банк». Вона є ефективною в умовах кризи та нестабільної економічної ситуації, оскільки дозволяє: здійснювати постійний моніторинг процесів в межах системи «клієнт-банк»; контролювати фінансові й не фінансові показники; заздалегідь визначити ймовірність появи несприятливих відхилень та вчасно запобігати їм.

Сформована стратегічна карта стає підґрунтям для формування збалансованої системи показників, які відображають встановлені стратегією окремі задачі банку в межах кожного збалансованого параметру (фінанси, взаємини з клієнтами, внутрішні бізнес-процеси, а також навчання і підвищення кваліфікації персоналу) (табл. 2).

Таблиця 2

Збалансована система показників оцінки якості функціонування системи «клієнт-банк»

Сфера	Стратегічні цілі	Стратегічні показники результатів
Фінанси	Зростання прибутку та обороту за операціями в системі «клієнт-банк»	Рентабельність банківських послуг
	Зростання обсягу платежів та операцій через систему «клієнт-банк»	Абсолютний приріст обсягу платежів та операцій
	Обсяги інвестицій в розвиток системи «клієнт-банк»	Частка інвестицій в розвиток системи «клієнт-банк» в загальному обсягу інвестицій
Взаємини з клієнтами	Збільшення частки клієнтів, які користуються системою «клієнт-банк»	Абсолютний приріст клієнтської бази
	Розповсюдження системи «клієнт-банк»	Кількість клієнтів системи «клієнт-банк» в визначених регіонах
	Розробка тарифів, які стимулюють залучення нових клієнтів до користування системою «клієнт-банк»	Кількість нових клієнтів в розрізі запропонованих тарифів
	Проведення рекламної компанії для розповсюдження інформації щодо можливостей системи «клієнт-банк»	Відгуки клієнтів
	Збільшення кількості послуг та видів платежів, які здійснюються в системі «клієнт-банк»	Абсолютний приріст кількості послуг та видів платежів
Внутрішні бізнес-процеси	Підвищення якості, зручності та безперервності функціонування системи «клієнт-банк»	Абсолютний приріст кількості операцій, які виконано за день в системі «клієнт-банк»
	Взаємодія системи «клієнт-банк» з провідними платіжними системами	Кількість платіжних систем, які використовуються

Закінчення табл. 2

Сфера	Стратегічні цілі	Стратегічні показники результатів
Внутрішні бізнес-процеси	Розробка та оптимізація необхідних технологій для функціонування системи «клієнт-банк»	Прибуток, який отримано від впровадження нових технологій
	Забезпечення та підвищення рівня інформаційної безпеки в системі «клієнт-банк»	Показник кількості помилок та зовнішніх втручань в системі «клієнт-банк»
Персонал	Підвищення кваліфікації персоналу	Обсяг прибутку, який отримано в результаті роботи кожного окремого співробітника
	Розширення складу та функціональних підрозділів, які задіяні в системі «клієнт-банк»	Кількість нових співробітників та функцій, які вони виконують
	Залучення кваліфікованих та досвідчених спеціалістів	Кількість кваліфікованих спеціалістів

## 5. Обговорення результатів досліджень щодо удосконалення механізму взаємовідносин в системі «клієнт-банк»

Таким чином, запропонована стратегічна карта дозволяє визначити стратегічні цілі банку в межах системи «клієнт-банк», враховуючи причинно-наслідкові зв'язки між ними, та стає підґрунтям для формування збалансованої системи показників оцінки якості функціонування системи «клієнт-банк». Застосування цієї ЗСП сприятиме успішній реалізації стратегії банку та досягненню сформованих цілей, а також дозволить покращити взаємовідносини між клієнтами системи і підвищить ефективність функціонування системи «клієнт-банк» в цілому.

Подальші дослідження можуть бути пов'язані з формуванням практичних рекомендацій щодо покращення функціонування системи «клієнт-банк», враховуючи результати аналізу її функціонування за кожним збалансованим параметром (фінанси, взаємини з клієнтами, внутрішні бізнес-процеси, а також навчання і підвищення кваліфікації персоналу).

## 6. Висновки

Проведене дослідження надало можливість зробити наступні висновки:

1. Необхідність удосконалення механізму взаємовідносин в системі «клієнт-банк» обумовлена постійним зростанням частки безготівкових розрахунків серед суб'єктів господарювання. Стимулюючими ознаками для подальшого розвитку системи «клієнт-банк» з боку клієнтів є: можливість дистанційного використання грошових коштів, які знаходяться на їх поточних рахунках, підвищення швидкості обороту платежів та скорочення часу, а також наявність незначних ризиків. Для банків такими ознаками є: збільшення обсягу доходів від операцій з клієнтами, оптимізація роботи співробітників та наявність у банку конкурентної переваги для залучення нових клієнтів.

2. Проте наявність перешкод при впровадженні та використанні системи «клієнт-банк» як з боку клієнтів, так і банків вимагає пошуку нових інструментів стратегічного управління. Таким багатofункціональним інструментом визначено збалансовану систему показників (ЗСП).



3. Необхідною умовою формування ЗСП є побудова стратегічної карти розвитку системи «клієнт-банк», яка надасть змогу визначити стратегічні цілі банку з урахування причинно-наслідкових зв'язків між ними та стає підґрунтям для формування ЗСП оцінки якості її функціонування, враховуючи оцінку кожного збалансованого параметру (фінанси, взаємини з клієнтами, внутрішні бізнес-процеси, а також навчання і підвищення кваліфікації персоналу).

### Література

- Захарченко, О. М. Дистанційне банківське обслуговування на основі системи «клієнт-банк»: переваги та недоліки [Текст] / О. М. Захарченко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. — 2010. — Т. 30. — С. 121–127.
- Бондаренко, А. Ф. Сучасні аспекти розвитку клієнтинг-стратегії банку [Текст] / А. Ф. Бондаренко, В. І. Косенко // Бізнес Інформ. — 2013. — № 3. — С. 313–313.
- Єсіна, О. Г. Сучасний ринок дистанційних банківських послуг в Україні [Електронний ресурс] / О. Г. Єсіна // Соціально-економічні аспекти розвитку економіки та управління. — 2015. — Вип. 2. — С. 46–49. — Режим доступу: \www/URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2853/1/Сучасний%20ринок%20дистанційних%20банківських%20послуг%20в%20Україні.pdf>
- Немикіна, Ю. М. Місце системи «клієнт-банк» у розрахункових операціях комерційного банку [Текст] / Ю. М. Немикіна // Збірник матеріалів 12 Всеукраїнської наукової студентської конференції «Проблеми впровадження інформаційних систем і технологій в економіці та бізнесі». — К.: КНЕУ, 2011. — С. 89–91.
- Лазарева, І. І. IP-технології в банківській сфері [Електронний ресурс] / І. І. Лазарева, К. С. Бунакова, М. Н. Лазарева // Научные записки ОрелГИЭТ. — 2012. — № 1. — С. 71–74. — Режим доступа: \www/URL: [http://orelgiет.ru/docs/pdf/15\\_10\\_12\\_12.pdf](http://orelgiет.ru/docs/pdf/15_10_12_12.pdf)
- Сендзюк, М. А. Моделі збалансованої системи показників і технологій їх підтримки [Текст] / М. А. Сендзюк, І. В. Науменко // Проблеми економіки. — 2014. — № 2. — С. 268–273.
- Kaplan, R. S. The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance [Electronic resource] / R. S. Kaplan, D. P. Norton // Harvard Business Review. — July-August 2005. — Available at: \www/URL: [https://hbr.org/2005/07/the-balanced-scorecard-measures-that-drive-performance?cm\\_sp=Article\\_-\\_Links-Top%20of%20Page%20Recirculation](https://hbr.org/2005/07/the-balanced-scorecard-measures-that-drive-performance?cm_sp=Article_-_Links-Top%20of%20Page%20Recirculation)
- The Performance Pyramid [Electronic resource] // Kaplan Financial Knowledge Bank. — Available at: \www/URL: <http://kfknowledgebank.kaplan.co.uk/KFKB/Wiki%20Pages/The%20Performance%20Pyramid.aspx>
- Milad Abdelnabi Salem. Balanced scorecard: weaknesses, strengths, and its ability as performers management system versus other performers management systems [Text] / Milad Abdelnabi Salem, Norlena Hasnan, Nor Hasni Osman // Journal of Environment and Earth Science. — 2012. — Vol. 2, № 9. — P. 1–9.
- Anand Manoj. Balanced Scorecard in Indian Companies [Text] / Anand Manoj, B. S. Sahay, Subhashish Saha // Vikalpa. — 2005. — Vol. 30, № 2. — P. 11–25.
- Manjit Singh. Balanced Scorecard Implementations Global and Indian Experiences [Text] / Manjit Singh, Sanjev Kumar // Indian Management Studies Journal. — 2007. — Vol. 11. — P. 21–39.
- Domanovic, V. Problems and perspectives of balanced scorecard implementation in Serbia [Text] / V. Domanovic, J. Bogičević, S. SavovicAfrican // Journal of Business Management. — 2012. — Vol. 6, № 23. — P. 6818–6831. doi:10.5897/ajbm11.645
- Батанова, Т. В. Методологічні аспекти розробки системи збалансованих показників діяльності підприємства [Текст] / Т. В. Батанова // Вісник соціально-економічних досліджень. — 2014. — Вип. 3(54). — С. 80–83.
- Владичин, М. Б. Особливості застосування збалансованої системи показників у стратегічному управлінському обліку зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України [Текст] / М. Б. Владичин, Н. С. Струк // Проблеми економіки. — 2015. — № 4. — С. 202–209.
- Вовк, В. Я. Теоретические и прикладные аспекты использования сбалансированной системы показателей в управлении банком [Текст] / В. Я. Вовк // Проблеми економіки. — 2013. — № 3. — С. 267–273.
- Подольна, В. В. Використання стратегічних карт для обґрунтування маркетингової стратегії розвитку торгового підприємства [Текст] / В. В. Подольна, О. І. Хоменко // Вісник Хмельницького національного університету. — 2011. — Т. 2, № 6. — С. 93–96.
- Лазарева, А. П. Стратегія фінансової безпеки підприємства [Текст] / А. П. Лазарева // Збірник наукових праць Тернопільського національного економічного університету. — 2014. — Т. 18, № 2. — С. 166–172.
- Біляр, А. І. Стратегічні карти як інструмент реалізації стратегії [Текст] / А. І. Біляр // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». — 2010. — № 7(25), Ч. 1. — С. 83–91.
- Сабліна, Н. В. Формування стратегічних карт у рамках реалізації процесу управління фінансовою безпекою підприємства [Текст] / Н. В. Сабліна, Т. Б. Кузенко // Бізнес Інформ. — 2013. — № 4. — С. 326–331.

### УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В СИСТЕМЕ «КЛИЕНТ-БАНК»

В статье усовершенствован механизм взаимоотношений в системе «клиент-банк», особенностью которого является применение сбалансированной системы показателей. Обобщены преимущества и недостатки использования системы «клиент-банк» для клиентов и банков. Построена стратегическая карта развития системы «клиент-банк», которая стала основой для формирования сбалансированной системы показателей оценки качества функционирования системы «клиент-банк».

**Ключевые слова:** банки, система «клиент-банк», стратегическая карта, сбалансированная система показателей.

*Колодізев Олег Миколайович, доктор економічних наук, професор, академік Академії економічних наук України, завідувач кафедри банківської справи, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Україна.*

*Максімова Марина Валеріївна, кандидат економічних наук, старший викладач, кафедра банківської справи, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Україна, e-mail: maximovamv@ukr.net.*

*Колодізев Олег Николаевич, доктор экономических наук, профессор, академик Академии экономических наук Украины, заведующий кафедрой банковского дела, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця, Украина. Максимова Марина Валерьевна, кандидат экономических наук, старший преподаватель, кафедра банковского дела, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця, Украина.*

*Kolodizev Oleg, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine.*

*Maksimova Marina, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine, e-mail: maximovamv@ukr.net*