

- формування системи приватно-державного партнерства між підприємствами, університетами та науково-дослідними інститутами;
- розвиток і стимулювання інноваційного підприємництва для впровадження власних новітніх високих технологій та інновацій, високоєфективних енергозберігаючих технологій у разі виробництва енергії, для зменшення енергетичної складової у собівартості кінцевої продукції галузей вітчизняної промисловості;
- нарощування масштабів застосування нетрадиційних і відновлюваних джерел енергії.

Висновки. З метою сприяння розвитку системи енергозбереження у кожній з розглянутих країн відбувається розвиток інноваційної діяльності та високотехнологічних галузей промисловості, здійснення науково-технічних розробок для винайдення високоєфективних енергозберігаючих технологій, підтримки комерціалізації та трансферу технологій, надання ефективної допомоги підприємницькому сектору. Для цього уряд зарубіжних країн формує нормативно-правове забезпечення в інноваційній сфері та сфері енергозбереження: ухвалює спеціалізовані закони, розробляє різні стратегії і програм. У більшості зарубіжних країн ухвалюються спеціалізовані програми, націлені на розвиток певних аспектів системи енергозбереження. Використовуючи досвід управління у галузі енергозбереження та інноваційній сфері, важливо виробити напрями зваженої інноваційної та енергетичної політики для України, що дасть змогу вирішити комплекс енергетичних проблем, зменшити неефективне споживання енергетичних ресурсів, здійснити перехід на широке використання альтернативних видів енергії.

Література

1. Аналитический обзор о реализации государственной политики в иностранных государствах в области инновационного и научно-технологического развития. [Электронный ресурс]. – Доступный с <http://ved.gov.ru>
2. Використання енергозберігаючих технологій в країнах ЄС: досвід для України. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://old.niss.gov.ua>
3. Концепція державної енергетичної політики України на період до 2020 року. УЦЕПД. Прес-реліз. 23 лютого 2001 р. Київ. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://gazumkov.org.ua>
4. Периодический обзор инновационной деятельности стран Европы, Америки, Азии и Африки. СНГ. – 2011. – № 4. [Электронный ресурс]. – Доступный с <http://csef.ru>

Юринец З.В. Стратегические ориентиры процесса управления энергосбережением в системе инновационного развития экономики

Проанализированы программы и достижения в развитии системы энергосбережения в развитых странах мира и Украине благодаря актуализации инновационной составляющей. Рассмотрены основные ориентиры инновационной политики и политики энергосбережения в отдельных странах мира. Предложены первоочередные направления политики управления инновациями и энергосбережения для Украины. Указанные рекомендации будут способствовать созданию комплексного решения проблем энергетики, чтобы снизить неэффективное потребление энергетических ресурсов и сделать переход к использованию альтернативных источников энергии.

Ключевые слова: энергосбережение, инновации, программы, инновационная политика, политика энергосбережения.

Yurynets Z.V. Modern Strategic Reference-points of Energy-savings Management in Innovative Development System of Economy

The analysis of programs and achievements in the development of energy-saving systems in developed countries and in Ukraine through the use of innovative component is

conducted. The article describes the basic reference-points of innovation policy and policy in the field of energy-saving in the developed countries. The primary policies of innovation management and energy-savings management for Ukraine are proposed. It will give an opportunity to decide the complex of energy problems, to reduce the ineffective consumption of energy resources, to make the transition to the use of alternative energy.

Key words: energy-savings, innovations, programs, innovative policy, policy of energy-savings.

УДК 339.94 Доц. П.Г. Ільчук, канд. екон. наук – НУ "Львівська політехніка"

ФОРМИ ПРОНИКНЕННЯ НА ЗАКОРДОННІ РИНКИ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ І ЇХНІЙ ВПЛИВ НА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ТА РІВЕНЬ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ

На основі висунення та перевірки правильності гіпотез виявлено вплив форм проникнення та присутності на закордонних ринках на фінансові результати діяльності та рівень інтернаціоналізації українських підприємств. За даними 289 українських підприємств, які належать до 17 секцій (розділів) економічної діяльності, досліджено характер впливу окремих форм проникнення та присутності на фінансові результати діяльності та рівень інтернаціоналізації українських підприємств. Встановлено, що найбільший вплив як на фінансові результати діяльності, так і на рівень інтернаціоналізації українських підприємств, має застосування кооперативних без об'єднання капіталу форм проникнення та присутності на закордонних ринках. Доведено, що форми проникнення та присутності на закордонних ринках є важливим елементом формування маркетингової стратегії інтернаціоналізації.

Ключові слова: інтернаціоналізація, маркетингова стратегія інтернаціоналізації, форми проникнення та присутності, закордонні ринки.

Постановка проблеми. Оскільки інтернаціоналізація підприємств передбачає вхід на закордонні ринки, то визначення форми проникнення та присутності, як невід'ємного та обов'язкового елемента інтернаціоналізації, є одним із невідкладних стратегічних управлінських рішень в умовах інтернаціоналізації. Сучасна ринкова економіка ґрунтується на принципах вільного підприємництва, а тому існує широкий спектр можливостей щодо вибору форми проникнення та присутності на закордонних ринках, доцільність застосування яких визначається, насамперед, стратегічними цілями підприємства. Тому дослідження стратегічного управління інтернаціоналізацією підприємства, зокрема в частині визначення форм проникнення та присутності на закордонних ринках, є одним з важливих елементів формування маркетингової стратегії інтернаціоналізації підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економісти активно досліджують вплив різних аспектів інтернаціоналізації на діяльність підприємств. Так, І. Драб'юк аналізує вплив форм проникнення та присутності на закордонних ринках на конкурентоспроможність підприємств [2, с. 592]. Вплив форм проникнення та присутності на закордонних ринках на можливості подальшої інтернаціоналізації підприємств розглядає В.І. Кокоріна [5, с. 69]. Т.В. Шталь аналізує вплив маркетингової стратегії проникнення на ринкову позицію підприємств [8, с. 614], а вплив проникнення на закордонні ринки на рівень ризику діяльності підприємств досліджує О.Ю. Пасенченко [7, с. 39]. Однак праці, які

б) досліджували вплив форм проникнення та присутності на закордонні ринки на фінансові результати діяльності та рівень інтернаціоналізації українських підприємств, відсутні.

Мета дослідження – виявити вплив форм проникнення та присутності на закордонних ринках на фінансові результати діяльності та рівень інтернаціоналізації українських підприємств.

Основні результати дослідження. Інтернаціоналізація підприємств передбачає вибір певної форми однієї з альтернативних форм проникнення та присутності на закордонних ринках під час формування маркетингової стратегії інтернаціоналізації. Потреба аналізування впливу форм проникнення та присутності на закордонних ринках на фінансові результати діяльності та рівень інтернаціоналізації українських підприємств пов'язана з тим, що підприємства, зазвичай, упродовж тривалого часу використовують одну форму проникнення та присутності на закордонному ринку, навіть під час просування нових продуктів, зміни ринкової позиції або ринкового середовища. Це пояснюється тим, що якщо стратегічні заходи входу та присутності на першому закордонному ринку призвели до позитивних ринкових і фінансових результатів, то вони, зазвичай, механічно відтворюються підприємством на наступних закордонних ринках [9, с. 292].

За критеріями рівня участі підприємства і рівня конфігурації видів діяльності у ланцюгу вартості можна виокремити чотири групи форм проникнення та присутності підприємства на закордонних ринках: 1) торгівельну (прямий експорт, експорт через вітчизняних посередників, експортна кооперація та експорт через закордонних посередників); 2) кооперативну без об'єднання капіталів (ліцензування, спеціалізація); 3) кооперативну з об'єднанням капіталів (комплексне спільне підприємство, спеціалізоване спільне підприємство); 4) ієрархічну (комплексне поглинання, спеціалізоване поглинання, нова комплексна інвестиція, нова спеціалізована інвестиція).

Для виявлення впливу форм проникнення та присутності на закордонних ринках на фінансові результати діяльності і рівень інтернаціоналізації підприємств було сформульовано 6 гіпотез:

- 1) вищих фінансових результатів досягають підприємства, які застосовують ієрархічні форми проникнення та присутності на закордонних ринках, порівняно з підприємствами, які їх не застосовують (гіпотеза 1);
- 2) вищих фінансових результатів досягають підприємства, які застосовують кооперативні на основі об'єднання капіталу форми проникнення та присутності на закордонних ринках, порівняно з підприємствами, які їх не застосовують (гіпотеза 2);
- 3) вищих фінансових результатів досягають підприємства, які застосовують кооперативні без об'єднання капіталу форми проникнення та присутності на закордонних ринках, порівняно з підприємствами, які їх не застосовують (гіпотеза 3);
- 4) вищого рівня інтернаціоналізації досягають підприємства, які застосовують ієрархічні форми проникнення та присутності на закордонних ринках, порівняно з підприємствами, які їх не застосовують (гіпотеза 4);

- 5) вищого рівня інтернаціоналізації досягають підприємства, які застосовують кооперативні на основі об'єднання капіталу форми проникнення та присутності на закордонних ринках, порівняно з підприємствами, які їх не застосовують (гіпотеза 5);
- 6) вищого рівня інтернаціоналізації досягають підприємства, які застосовують кооперативні без об'єднання капіталу форми проникнення та присутності на закордонних ринках, порівняно з підприємствами, які їх не застосовують (гіпотеза 6).

Формулювання таких гіпотез зумовлене необхідністю обов'язкового вибору однієї з альтернативних форм проникнення та присутності на закордонних ринках під час формування маркетингової стратегії інтернаціоналізації, а також можливістю одночасного використання декількох форм. Щодо торгівельної форми проникнення та присутності українських підприємств на закордонних ринках гіпотез сформульовано не було, оскільки у вибірку дослідження включено виключно ті підприємства, які вже на даному етапі свого функціонування використовують її, тобто усі підприємства у досліджуваній вибірці є експортерами.

Перевірку гіпотез, що стосуються фінансових результатів, виконано на основі співставлення відповідних даних про використання тієї чи іншої форми проникнення та присутності на закордонних ринках зі шістьма показниками рентабельності: 1) рентабельність реалізації продукції за чистим прибутком (ROSn); 2) рентабельність активів за чистим прибутком (ROAn); 3) рентабельність власного капіталу за чистим прибутком (ROEn); 4) рентабельність реалізації продукції за операційним прибутком (ROSo); 5) рентабельність активів за операційним прибутком (ROAo); 6) рентабельність власного капіталу за операційним прибутком (ROEo); а також показником доданої вартості (EV) [10, с. 272]. Перевірку гіпотез, що стосуються рівня інтернаціоналізації, виконано на основі співставлення відповідних даних про використання тієї чи іншої форми проникнення та присутності на закордонних ринках з показником інтернаціоналізації FSTS (відношення виручки від реалізації продукції за експортними контрактами і виручки від реалізації продукції безпосередньо на закордонних ринках до загальної величини виручки від реалізації продукції підприємства, виражене у відсотках). Перевірку гіпотез у дослідженні здійснено за допомогою методу *t*-статистики для незалежних вибірок з метою порівняння середніх відхилень однієї змінної в двох окремих підгрупах [3, с. 97-100] (табл. 1), а рівень значущості задано $\alpha = 0,05$, таким чином, перевірку гіпотез здійснено з достовірністю 95 %.

За основу формування вибірки дослідження взято дані фінансової звітності та корпоративних звітів акціонерних товариств (публічних та відкритих), які впродовж 2011-2013 рр. здійснювали зовнішньоекономічну діяльність (числилися у базі експортерів). Сформовану вибірку аналізованих підприємств класифіковано за секціями (розділами) економічної діяльності [квед], що дало змогу формувати висновки щодо впливу форм проникнення та присутності на закордонних ринках українських підприємств відповідно до виду економічної діяльності, якою вони займаються.

Табл. 1. Гіпотези досліджень та метод статистичного аналізування

Гіпотеза дослідження	Метод статистичного аналізування
Гіпотеза 1	<i>t</i> -статистика. Залежні змінні: ROSo, ROAo, ROEo, ROSn, ROAn, ROEn і EV. Змінна для порівняння: ієрархічна форма проникнення та присутності на закордонному ринку
Гіпотеза 2	<i>t</i> -статистика. Залежні змінні: ROSo, ROAo, ROEo, ROSn, ROAn, ROEn і EV. Змінна для порівняння: кооперативна на основі об'єднання капіталу форма проникнення та присутності на закордонному ринку
Гіпотеза 3	<i>t</i> -статистика. Залежні змінні: ROSo, ROAo, ROEo, ROSn, ROAn, ROEn і EV. Змінна для порівняння: кооперативна без об'єднання капіталу форма проникнення та присутності на закордонному ринку
Гіпотеза 4	<i>t</i> -статистика. Залежна змінна: FSTS. Змінна для порівняння: ієрархічна форма проникнення та присутності на закордонному ринку
Гіпотеза 5	<i>t</i> -статистика. Залежна змінна: FSTS. Змінна для порівняння: кооперативна на основі об'єднання капіталу форма проникнення та присутності на закордонному ринку
Гіпотеза 6	<i>t</i> -статистика. Залежна змінна: FSTS. Змінна для порівняння: кооперативна без об'єднання капіталу форма проникнення та присутності на закордонному ринку

Джерело: запропоновано автором

У зв'язку з переважною відсутністю інформації у корпоративних звітах інформації щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємств секцій Н "Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність", К "Фінансова та страхова діяльність", L "Операції з нерухомим майном", МС "Інша професійна, наукова та технічна діяльність" та N "Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування", а також специфікою їхньої продукції і маркетингової діяльності, було прийнято рішення про відкидання даних спостережень із вибірки дослідження. Таким чином, остаточна вибірка дослідження становить 289 підприємств. Характеристику вибірки за секціями (розділами) економічної діяльності наведено в табл. 2.

Табл. 2. Характеристика вибірки дослідження

Секція (розділ) економічної діяльності	Кількість підприємств		Секція (розділ) економічної діяльності	Кількість підприємств	
	шт.	%		шт.	%
A	8	2,77	CH	35	12,11
B	25	8,65	CI	8	2,77
CA	41	14,19	CJ	19	6,57
CB	12	4,15	CK	44	15,22
CC	8	2,77	CL	20	6,92
CD	7	2,42	CM	9	3,11
CE	15	5,19	E	7	2,42
CF	5	1,73	G	8	2,77
CG	18	6,23	Разом	289	100,00

Примітка: деталізація групування підприємств за окремими розділами економічної діяльності зумовлена значним масивом спостережень для секції С "Переробна промисловість" (241 підприємство), а значення умовних позначень секцій (розділів) економічної діяльності наведено в [квед].

Джерело: систематизовано автором.

Для аналізованих підприємств визначено такі характеристики форм проникнення та присутності на закордонних ринках відповідно до шкали: а) використання ієрархічних форм проникнення та присутності підприємства на закордонних ринках (1 – ні, 2 – так); б) використання кооперативних з об'єднанням капіталів форм проникнення та присутності підприємства на закордонних ринках (1 – ні, 2 – так); в) використання кооперативних без об'єднання капіталів форм проникнення та присутності підприємства на закордонних ринках (1 – ні, 2 – так). Перевірку усіх сформульованих гіпотез виконано із застосуванням методу *t*-статистики за допомогою програми Excel, яка входить до офісного пакету Microsoft Office. Щодо кожної з гіпотез 1-3 виконано по 126 спостережень, щодо кожної з гіпотез 4-6 – по 18 спостережень.

Підсумкові результати перевірки гіпотез 1-3 наведено у табл. 3.

Табл. 3. Підсумкові результати перевірки гіпотез 1-3

Секція (розділ)	Показник фінансових результатів																				
	ROSo			ROAo			ROEo			ROSn			ROAn			ROEn			EV		
	1*	2*	3*	1*	2*	3*	1*	2*	3*	1*	2*	3*	1*	2*	3*	1*	2*	3*	1*	2*	3*
A	+	-	+	+	-	+	+	-	+	+	-	+	+	-	+	+	-	+	+	-	+
B	+	+	+	+	+	+	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
CA	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	+
CB	-	-	+	-	-	+	-	-	+	-	-	+	-	-	+	-	-	+	-	-	+
CC	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CD	-	-	+	-	-	+	-	-	+	-	-	+	-	-	+	-	-	+	-	-	+
CE	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-	-	+
CF	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
CG	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	+	-	-	+	-	-	+	-	-
CH	+	+	+	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
CI	+	-	+	+	-	+	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	+
CJ	-	-	-	+	-	+	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	+
CK	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+
CL	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+
CM	+	+	+	-	-	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
E	+	-	+	+	-	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
G	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-	-	-	+
Для усієї вибірки	-	-	-	+	+	+	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+
% підтвердженої гіпотези	44,44	27,78	61,11	50,00	27,78	72,22	33,33	11,11	44,44	44,44	27,78	61,11	33,33	16,67	50,00	27,78	11,11	38,89	66,67	44,44	83,33

Умовні позначення: 1* – результати перевірки 1 гіпотези; 2* – результати перевірки 2 гіпотези; 3* – результати перевірки 3 гіпотези.

Джерело: сформовано автором.

Внаслідок перевірки гіпотези 1 виявлено, що зі 126 спостережень у 42,86 % (54 спостереження) гіпотеза 1 підтверджується, а у 57,14 % (72 спостереження) гіпотеза 24 не підтверджується. Так, за показником ROSo гіпотеза 1 підтверджена тільки для 44,44 % спостережень, за показником ROAo – для 50,00 % спостережень, за показником ROEo – для 33,33 % спостережень. Тобто жоден з показників фінансових результатів, розрахованих через операційний

прибуток, не є вищим для підприємств, що використовують окремі різновиди форм проникнення та присутності на закордонних ринках, порівняно з підприємствами, які їх не використовують. Ще нижчі результати підтвердження гіпотези 1 отримано за показниками, розрахованими через чистий прибуток. Так, за показником ROSn у 44,44 % підприємства досягають вищого рівня рентабельності реалізації продукції за чистим прибутком, якщо застосовують, ніж підприємства, які їх не застосовують, за показником ROAn – у 33,33 %, за показником ROEn – у 27,78 % випадків. Незначну перевагу щодо застосування ієрархічних форм проникнення та присутності на закордонних ринках отримано в межах перевірки гіпотези 1 за показником EV – у 66,67 % гіпотезу 1 підтверджено.

Варто виокремити підприємства секцій А, В та Е, для яких гіпотеза 1 повністю підтверджується. Також необхідно зазначити, що значна кількість українських підприємств не використовувала ієрархічні форми проникнення та присутності на закордонних ринках, зокрема підприємства розділів СВ, СС, CD, CE, а також підприємства секції G, а тому виявити взаємозв'язок ієрархічних форм проникнення та присутності на закордонних ринках та фінансових результатів діяльності таких підприємств не вдалось.

Під час перевірки гіпотези 2 виявлено, що зі 126 спостережень у 23,81 % (30 спостережень) гіпотеза 2 підтверджується, а у 76,19 % (96 спостережень) гіпотеза 2 не підтверджується. Рівень підтвердження гіпотези 2 за окремим аналізованими показниками коливається у таких межах: 11,11 % за показниками ROEo і ROEn, 16,67 % за показником ROAn, 27,78 % за показниками ROSo, ROAo і ROSn, 44,44 % за показником EV. Таким чином, у дослідженні шляхом перевірки гіпотези 2 не виявлено переваги впливу застосування кооперативних на основі об'єднання капіталу форм проникнення та присутності на закордонних ринках на фінансові результати діяльності українських підприємств. Практично для усіх досліджуваних підприємств вибірки ця гіпотеза не підтверджується. Необхідно зазначити, що значна кількість українських підприємств не використовувала кооперативні на основі об'єднання капіталу форми проникнення та присутності на закордонних ринках, зокрема, такими були підприємства розділів СВ, СС, CD, CE, CG, CI та CJ а також підприємства секцій А, Е та G, а тому виявити взаємозв'язок застосування кооперативних на основі об'єднання капіталу форм проникнення та присутності на закордонних ринках та фінансових результатів діяльності таких підприємств не вдалось.

Перевірка гіпотези 3 показала, що у 58,73 % (74 спостережень) вона підтверджується, а у 41,27 % (52 спостережень) – не підтверджується. Так, за показником ROSo гіпотеза 3 підтверджена для 61,11 % спостережень, тобто підприємства, які застосовують кооперативні без об'єднання капіталу форми проникнення та присутності на закордонних ринках, у 61,11 % випадків досягають вищого рівня рентабельності реалізації продукції за операційним прибутком, ніж підприємства, які їх не застосовують. Найвищий рівень підтвердження гіпотези 3 отримано за показником ROAo – 72,22 %, а один з найнижчих рівнів підтвердження гіпотези 3 отримано за показником ROEo – 44,44 %. Вагомий рівень підтвердження гіпотези 3 отримано за показником ROSn – 61,11 %. Підтвердження гіпотези 3 для половини спостережень вдалось отримати за показ-

ником ROAn. Найнижчий рівень підтвердження гіпотези 3 за показником ROEn – 38,89 %. За показником EV у 83,33 % підприємства, які застосовують кооперативні без об'єднання капіталу форми проникнення та присутності на закордонних ринках, досягають вищого рівня доданої вартості, ніж підприємства, які їх не застосовують.

Таким чином, у дослідженні шляхом перевірки гіпотези 3 встановлено позитивний вплив застосування кооперативних без об'єднання капіталу форм проникнення та присутності на закордонних ринках на фінансові результати діяльності українських підприємств. Для більшості українських підприємств практично усіх видів діяльності ця гіпотеза підтверджується. Необхідно зазначити, що окремі українські підприємства не використовували кооперативні без об'єднання капіталу форми проникнення та присутності на закордонних ринках, зокрема підприємства розділів СС, CF та CG, а тому виявити взаємозв'язок застосування кооперативних без об'єднання капіталу форм проникнення та присутності на закордонних ринках та фінансових результатів діяльності таких підприємств не вдалось.

Підсумкові результати перевірки гіпотез 4-6 наведено у табл. 4.

Табл. 4. Підсумкові результати перевірки гіпотез 4-6

Секція (розділ)	Гіпотезу 4-6 підтверджено (+) / гіпотезу 4-6 спростовано (-)			Секція (розділ)	Гіпотезу 4-6 підтверджено (+) / гіпотезу 4-6 спростовано (-)		
	4*	5*	6*		4*	5*	6*
A	+	-	+	CH	+	+	+
B	+	+	+	CI	+	-	+
CA	+	+	+	CJ	+	-	+
CB	-	-	+	CK	+	+	+
CC	-	-	-	CL	+	+	+
CD	-	-	+	CM	+	+	+
CE	-	-	+	E	+	-	+
CF	+	+	-	G	-	-	+
CG	+	-	-	Для усієї вибірки	+	+	+

Умовні позначення: 4* – результати перевірки 4 гіпотези; 5* – результати перевірки 5 гіпотези; 6* – результати перевірки 6 гіпотези.

Джерело: сформовано автором.

Під час перевірки гіпотези 4 виявлено, що з 18 спостережень у 72,22 % (13 спостережень) гіпотеза 4 підтверджується, а у 27,78 % (5 спостережень) гіпотеза 4 не підтверджується, тобто можемо стверджувати, що підприємства, які застосовують ієрархічні форми проникнення та присутності на закордонних ринках, у 72,22 % досягають вищого рівня інтернаціоналізації, ніж підприємства, які їх не застосовують. Гіпотезу 5 підтверджено тільки у 44,44 % (8 спостережень). Перевірка гіпотези 6 показала, що у 83,33 % (15 спостережень) вона підтверджується, а у 16,67 % (3 спостереження) – не підтверджується. Тобто підприємства, які застосовують кооперативні без об'єднання капіталу форми проникнення та присутності на закордонних ринках у 83,33 % досягають вищого рівня інтернаціоналізації, ніж підприємства, які їх не застосовують.

Висновки. У дослідженні на основі висунення та перевірки правильності гіпотез виявлено вплив форм проникнення та присутності на закордонних

ринках на фінансові результати діяльності та рівень інтернаціоналізації українських підприємств. Так, на основі отриманих результатів перевірки сформульованих гіпотез можна зробити висновки:

- 1) застосування ієрархічних форм проникнення та присутності на закордонних ринках має низький рівень впливу на фінансові результати діяльності, однак забезпечує досягнення високого рівня інтернаціоналізації українських підприємств (результати перевірки гіпотез 1 і 4);
- 2) застосування кооперативних на основі об'єднання капіталу форм проникнення та присутності на закордонних ринках має мінімальний рівень впливу на фінансові результати діяльності та не забезпечує досягнення високого рівня інтернаціоналізації українських підприємств (результати перевірки гіпотез 2 і 5);
- 3) значний рівень впливу як на фінансові результати діяльності, так і на рівень інтернаціоналізації українських підприємств, має застосування кооперативних без об'єднання капіталу форм проникнення та присутності на закордонних ринках (результати перевірки гіпотез 3 і 6).

Доведено, що форми проникнення та присутності на закордонних ринках є важливим елементом формування маркетингової стратегії інтернаціоналізації українських підприємств. Адже внаслідок застосування окремих форм проникнення та присутності на закордонних ринках підприємства мають змогу досягти вищих фінансових результатів діяльності, а також підвищити або знизити рівень інтернаціоналізації.

У подальших дослідженнях доцільно зосередити увагу на способах входу українських підприємств на закордонні ринки: їхніх особливостях, можливостях застосування, впливі на фінансові результати діяльності та рівень інтернаціоналізації тощо.

Література

1. База даних українських експортерів. Офіційний сайт Міністерство економічного розвитку і торгівлі. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/baza_ukr_export/?industry=0&text=%EB%FC%E2%EE%E2.
2. Драбик І. Критерії класифікації. Види стратегії розвитку підприємства на закордонних ринках / І. Драбик // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – Сер.: Логістика. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка". – 2010. – № 690. – С. 587-593.
3. Фешур Р.В. Економіко-математичне моделювання : навч. посібн. / Р.В. Фешур та ін.; за ред. Р.В. Фешура. – Львів : Вид-во Бухгалтерський центр "Ажур", 2010. – 340 с.
4. Наказ Держспоживстандарту України "Про затвердження Національного класифікатора України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010" від 29.11.2010 р., № 530.
5. Кокоріна В.І. Імперативи розвитку міжнародного бізнесу в умовах глобалізації / В.І. Кокоріна // Держава та регіони. – Сер.: Економіка та підприємництво. – 2010. – № 3. – С. 67-73.
6. Офіційний сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://smida.gov.ua/>.
7. Пасенченко О.Ю. Маркетингові ризики проникнення підприємств на міжнародні ринки / О.Ю. Пасенченко // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. – Сер.: Економіка. – К. : Вид-во КНУ ім. Тараса Шевченка. – 2005. – № 73. – С. 37-39.
8. Шталь Т.В. Маркетингова стратегія проникнення підприємства ресторанного господарства в суміжні сфери діяльності / Т.В. Шталь // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2011. – Вип. 1. – С. 608-617.
9. Hollensen S. Global marketing / S. Hollensen. – Edinburgh: Pearson Education, 2007. – 714 p.
10. Pchuk P. Evaluation the effectiveness of enterprise internationalization / P. Pchuk, I. Blagun // Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. – 2014. – № 9-10. – Pp. 272-275.

Ильчук П.Г. Формы проникновения на иностранные рынки украинских компаний и ихнее влияние на финансовые результаты деятельности и степень интернационализации

На основе выдвигения и проверки правильности гипотез выявлено влияние форм проникновения и присутствия на иностранных рынках на финансовые результаты деятельности и уровень интернационализации украинских предприятий. По данным 289 украинских предприятий, которые принадлежат к 17 секций (разделов) экономической деятельности, исследован характер влияния отдельных форм проникновения и присутствия на финансовые результаты деятельности и уровень интернационализации украинских предприятий. Установлено, что наибольшее влияние как на финансовые результаты деятельности, так и на уровень интернационализации украинских предприятий, имеет применение кооперативных без объединения капитала форм проникновения и присутствия на иностранных рынках. Доказано, что формы проникновения и присутствия на иностранных рынках являются важным элементом формирования маркетинговой стратегии интернационализации.

Ключевые слова: интернационализация, маркетинговая стратегия интернационализации, формы проникновения и присутствия, зарубежные рынки.

Pchuk P.G. The Impact of the Forms of Penetration and Presence in Foreign Markets on Financial Performance and the Level of Internationalization of Ukrainian Enterprises

On the basis of nomination and validation of hypotheses, the effect of the forms of penetration and presence in foreign markets on financial performance and the level of internationalization of Ukrainian enterprises is defined. According to 289 Ukrainian companies belonging to 17 sections (chapters) of economic activity, the impact of certain forms of penetration and presence on the financial performance and the level of internationalization of Ukrainian enterprises is investigated. The greatest impact on the financial performance and the level of internationalization of Ukrainian enterprises is established to apply without cooperative association forms of capital penetration and presence in overseas markets. The forms of penetration and presence in foreign markets are proved to be an important element in the formation of the marketing strategy of internationalization.

Key words: internationalization, marketing strategy of internationalization, forms of penetration and presence, overseas markets.

УДК 338.12:502.4 Доц. О.В. Геник, канд. екон. наук; доц. С.О. Козловський, канд. екон. наук; доц. Т.Є. Маселко, канд. фіз.-мат. наук – НЛТУ України

ОСОБЛИВОСТІ ПРОГНОЗУВАННЯ ВИТРАТ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ УСТАНОВ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ

Запропоновано методичні підходи до моделювання процесу прогнозування обсягів фінансових витрат на забезпечення діяльності установ природно-заповідного фонду країни. Охарактеризовано етапи, цілі, завдання, а також макро- і мікроекономічні рівні прогнозування витрат на діяльність природно-заповідних установ. Наведено економічні, екологічні та соціальні фактори, які істотно впливають на обсяги витрат щодо забезпечення діяльності як окремих природно-заповідних господарств, так і природно-заповідного фонду країни загалом. Розглянуто процеси побудови, статистичного аналізу, оцінки, удосконалення та можливості використання економетричних моделей для визначення прогнозованого фінансового забезпечення діяльності природно-заповідних установ. Доведено доцільність визначення прогнозованих обсягів фінансових витрат на діяльність природно-заповідних установ для сприятливого, реального і кризового сценаріїв розвитку економіки.

Ключові слова: прогнозування, обсяги витрат на забезпечення діяльності природно-заповідних установ, економетричні моделі, природно-заповідний фонд України.