

*Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет*

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

Тема: Формування ланцюгів вартості продукту в сучасній економіці: проблеми і бізнес-стратегії

Спеціальність 051 «Економіка»

Освітня програма 6.051.00.06 «Економіка і бізнес»

Завідувач кафедри: _____ /Карінцева О. І./

Керівник роботи: _____ /Сабадаш В. В./

Виконавець: _____ /Павленко В. В./

П.І.Б.

Група: Едн-74Р

шифр

Суми 2021

З М І С Т

Анотація	3
Вступ	4
1 Економіка благ: елементи і характеристики	
1.1 Економічні ресурси в соціально-економічних системах	5
1.2 Категорії економічних благ	9
2 Формування вартості в глобальній економіці	
2.1 Ланцюги вартості, як ключовий елемент моделей виробництва і споживання	12
2.2 Формування ланцюгів вартості на ринках товарів/послуг	16
3 Механізм формування ланцюгів вартості для компаній	
3.1 Ланцюг «виробництво – просування на ринок – споживання»	18
3.2 Ланцюги вартості для національних підприємств	24
Висновки	29
Список літератури	31

Анотація

Кваліфікаційна робота містить вступ, три розділи, висновки до роботи і список літератури.

Загальний обсяг – 34 стор.

У роботі: таблиць – 2; рисунків – 4.

Мета дослідження – систематизація положень економіки благ і ресурсів, дослідження процесів формування глобальних ланцюгів вартості (далі - ГЛВ) в соціально-економічних системах.

Об'єкт дослідження – процеси формування глобальних ланцюгів вартості в системі «виробництво - споживання».

Предмет дослідження – економічні відносини, які формуються при виробництві і споживанні товарів/послуг.

Завдання роботи:

- дослідити елементи і характеристики економіка благ і ресурсів;
- визначити й дослідити економіко-організаційні особливості формування глобальних ланцюжків вартості економіці;
- навести механізм формування ланцюгів вартості для національних підприємств.

Ключові слова: економіка; виробництво; підприємство; ланцюг вартості; бізнес; конкурентоздатність; ринок; витрати.

Вступ

Глобальна економіка за останні 50 років значно трансформувалася – відбуваються зміни і кількісного, і якісного характеру. Ринок міжнародний, як і національні й локальні ринки країн, також змінюються: механізми та інструменти управління й регулювання, діючі інститути, як наддержавні, такі і державні, приватні й комплексні, процеси стандартизації і диверсифікації виробництва, споживання, торгівлі, обміну, конкуренції, взагалі бізнес-середовище, його елементи й актори – все це і багато інших чинників формують нову економічну парадигму. Суттєві зміни у моделях виробництва, логістики й споживання мають місце у період пандемії коронавірусу і спричиненої ним рецесії. Локалізація виробництв, наближення їх до місць споживання (торгівлі, розподілу, обміну) товарів, трансформації логістичної архітектури вплинули на процедури формування ланцюгів вартості (ЛВ) для забезпечення локального і, у першу чергу, глобального конкурентного лідерства компаній [29, 30, 32, 33, 35, 38, 39]. Указані зміни також вплинули на розроблення, виробництво і відтворення суспільних благ (СБ) і ресурсів через дії (або бездіяльність) економічних суб'єктів. Кількість і якість ресурсів і благ в економічній системі змінюються і схильні до перерозподілу, що призводить до нерівності – економічної, соціальної, екологічної, ін. – в системах. Тобто, можемо констатувати, що наразі суттєво змінюється конструкція глобальної й національних економік, відбувається переоцінка значення і ролі економічних благ і ресурсів (особливо, фінансів, інвестицій, фіатних грошей, раніше використовуваних каналів збуту тощо) в економіці і житті [28, 31, 34, 36, 37, 40]. Тактики і стратегії завоювання і утримання конкурентних позицій на ринках також переосмислюються компаніями, можливості й виклики інтернаціоналізації бізнесу справляють вплив на один із ключових елементів бізнесу – ЛВ (у широкому розумінні – ГЛВ), що актуально і для українських підприємств, особливо тих, що провадять міжнародні бізнес-операції.

1 Економіка благ: елементи і характеристики

1.1 Економічні ресурси в соціально-економічних системах

Суспільні (у першу чергу – економічні) ресурси і блага мають одну із головних ролей у процесах стратегічного управління діяльністю компаній. Вкрай важливими є в соціальному розвитку країн – це елемент забезпечення соціо-економічної й політичної стабільності; формує інституційні умови розвитку людського капіталу й потенціалу; є базисом для розвитку бізнесу.

Особливо важливим є в умовах рецесії, коли відбувається корінна перебудова економічних відносин, з'являються нові економічні парадигми і порядки, формується нова поведінка і політики виробників і споживачів товарі, переглядаються принципи вільної торгівлі, зокрема лібералізації і протекціонізму в торгівлі.

Наразі у межах науково-практичної дискусії щодо ролі і місця економічних благ у соціальних і економічних системах відбувається переосмислення категорій і значень вказаних дефініцій. Так, парадигма економічна, що зараз формується в економічні думці і бізнес-середовищі, більше акцентує увагу на саме тих елементах загальних СБ, що здатні підтримувати економічно й екологічно рівноважний розвиток бізнесу і суспільства.

Загальнонаукова теорія СБ є наріжною в економічною категорією – відбиває сутність та сукупність соціально-економічних відносин, що виникають при задоволенні індивідуальних та суспільних потреб. Так як базисом життєдіяльності індивіду виступає задоволення потреб та надання чи споживання певних благ, тоді питання визначення суті й задоволення

соціальних потреб є важливим (<https://library.if.ua/book/87/6130.html>) і актуальним.

Рух від перманентних (нижчих) до вищих потреб у суспільстві є нормальним, говорить про його розвиток і розвиток самих членів суспільства, у т. ч. і бізнес-одиниць. Тому зараз підходи до вивчення процесів і явищ у галузі СБ трансформуються, змінюючи традиційний підхід і парадигму в цілому. Значний технологічний і інтелектуальний стрибок за останні роки також вплинув на зміну класичної парадигми СБ.

Базовими елементами теорії вже ж залишаються: багатство, капітал, добробут, потреби, запити і можливості (через доступ, реалізацію, конкуренцію, монополію, культуру, ін. шляхи й інструменти досягнення результату. Але дискусивним наразі є проблема нерівності, у першу чергу економічної, і доступу до благ і ресурсів – так зв. теорія соціально й економічно відповідального споживання (соціальна економіка, солідарна економіка, економіка спільного використання). Зокрема, Аристотель наголошував – «багатство – це, звичайно, не те благо, якого ми прагнемо, оскільки воно корисне, тобто існує тільки заради чогось іншого» [1].

Дефініція «благо» (за Кларком Дж. Б.) : «.... благо – це все, що містить у собі певний позитивний сенс – предмет, явище, продукт праці, що задовольняє певну людську потребу і відповідає інтересам, цілям, спрямуванням індивідуумів. До благ можна віднести природні та суспільні явища, які задовольняють окремі людські потреби, сприяють соціальному прогресу. Кожне благо, яке корисне одному інди відууму буде корисне і іншому і не має якості, які спонукають індивідуума, піти на деяку жертву, щоб їх отримати» [2].

Економіст Дж. Стігліц визначає таке ключове значення СБ : «По-перше, нормування користування ними є реальним; по-друге, формування користування ними є небажаним» [3].

Тобто, акцент робиться на тому, що члени суспільства певним чином цінують користь від отримання СБ, наприклад, через його споживання/використання, однак проблема сплати (оплати) за таке благо залишається – індивід чи економічний суб'єкт, переважно, не готовий або взагалі платити за благо, або навіть сплачувати якусь частину вартості блага, вважаючи, що отримує позитивні ефекти або вигоду від блага чи ресурсу, незалежно, сплачує за нього чи ні. Тобто, зараз у системі у індивіда майже відсутні стимули до оплати за благо добровільно.

Великий внесок у теорію економічних благ зробив Л. Ерхард – розвинення концептуальних підходів у сфері регулювання економічних відносин з приводу благ, зокрема, щодо забезпечення неможливості обмеження конкуренції між економічними суб'єктами. У той же час, досконале (наскільки це досяжно!) конкурентне середовище може стати передумовою соціальної економіки і конкуренції на ринку, де є досить велика кількість продавців і покупців однакових чи подібних товарів/послуг або продуктів [5].

Як ми раніше зазначили, СБ для суспільства можуть або стримувати, або сприяти його розвитку, реалізуючи або стимули, або обмеження для економічних суб'єктів і населення. Тобто, вони визначають поведінку економічних суб'єктів у середовищі. Тому важливим є ефективне управління благами через адекватні бізнес-рішення щодо накопичення, доступу і розпорядження СБ. Ефективність механізмів і інструментів впливають на якість бізнес-середовища, ситуацію з людським капіталом і трудовим ресурсом в економіці, що, у кінцевому рахунку, визначають можливості і напрями економічного і соціального зростання.

Ураховуючи, що кількість споживачів (чи користувачів) СБ постійно зростає, а стягування (чи отримання) оплати за СБ і ресурси є досить проблемним (ми вказували на такі труднощі й ускладнення в

адмініструванні вище), тоді значна роль відводиться державі. Громадянське суспільство поки слабке у цій сфері, як інституція, хоча позитивні зрушення вже є.

Дискусія про роль держави у сфері СБ також є відкритою – дискусії тривають, усталеної думки чи точки зору поки не сформовано.

Так, раніше Дж. Мілль розглядав СБ так : « ... такий підхід, за якого податки, які сплачуються кожним членом суспільства, розглядаються як відшкодування за послуги, що одержані від суспільства.» [6].

Сучасні дослідники, наприклад, С. Мочерний, Я. Ларіна, С. Юрій та ін. наголошують на такому складному завданні, як визначення головних економічних чинників виробництва СБ і ролі держави [6; 7]. У дослідженнях ключова роль відводиться відомому принципу Парето (ефективність розподілу благ і ресурсів у соціально-економічних системах) [7; https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%BF_%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%BE].

Аналізуючи сучасні трансформації бізнесу й суспільства (у першу чергу, технологічні, інституційні, інформаційні, економічні, суспільні, культурні), беручи до уваги напрацювання сучасних досліджень у сфері СБ, можемо надати таке розширене й узагальнене визначення досліджуваної дефініції (СБ) – це блага, які представлені у соціально-економічних системах товарами/послугами або продуктам, як матеріальним, так і нематеріальним, що вироблені різними галузями економіки різними виробниками задля подальшого задоволення різних суспільних (колективних чи індивідуальних) потреб. Слід зауважити, що така термінологія стосується не тільки так званих чистих СБ, що продукуються у державному секторі, як то аспекти національної, включно із економічною,

безпекою, оборона, законодавство, але й всі економічних благ і продуктів, вироблених у приватному секторі економіки.

До СБ ми також відносимо такі, що отримуємо в користування безоплатно, і які відповідають таким ознакам – 1)виключність; 2)об'єкт конкуренції (доступ, користування, розпорядження). Вважається, що приватні блага є останніми. Невиключеність і неконкурентність СБ може призвести до того, що їх продукування для потреб суспільства не може бути забезпечено ринковими механізмами.

Переважає більшість СБ економіці є приватними [8; 9].

1.2 Категорії економічних благ

Актуальні екологічні проблеми сучасної економіки, тенденції сталого розвитку ввели в використання замість «природний ресурс» дефініцію «природний капітал».

Використання дефініцій благо, корисність, цінність, як класичних терміні обґрунтовано й досліджено у працях науковців-маржиналістів, зокрема Й. Тюненом, А. Курно, К. Менгером, а також неокласиками А. Маршаллом, А. Пігу, Дж. Кларком, Г. Касселем, В. Парето та ін.

У дослідження вказаних та інших дослідників благо розглядається як об'єктивна необхідність і те, що становить важливість для життєдіяльності, що дозволяє отримувати задоволення від споживання/використання людиною чи економічним суб'єктом.

У теорії важливе місце займає така економічна категорія, як цінність. Цінність у маржиналізмі визначається у першу чергу корисністю СБ, як матеріальних, так і нематеріальних. Однак в економіці Проте не усяка корисність має цінність – ця проблема детально аналізується у працях Е. Бем-Баверка, К. Менгера, ін.

Маржиналісти розглядають цінність, як певну властивість або ознаку, яка притаманна тільки економічним благам.

В економіці цінність реалізовує свої функції через ціну, як ринковий інструмент. Тобто, ціна виступає платою за благо (користування, використання ним).

Проблема обмеженості ресурсів і благ в економіці може бути вирішена через процеси їх відтворення, що відбивається на ціні того чи іншого блага або ресурсу.

Тобто, цінність блага в економіці оцінюється, як оплатна корисність і має бути рівноважною величиною між витратами на купівлю й використання товару/послуги і ступенем задоволення (вигод, ефектів), отриманих від зреалізованої потреби. Така процедура пов'язана із певними витратами ресурсів – із боку виробника (на виготовлення продукту); із боку споживача на його купівлю (заволодіння).

Цінність блага чи ресурсу оцінюється також їх граничною корисністю, яка означає найменшу корисність останньої спожитої одиниці блага чи ресурсу задля задоволення потреб людини.

Оскільки маржинальна теорія є відправною точкою для аналізу обмеженості благ і ресурсів, слід зауважити про принцип вартості для майбутнього. Безмірне, неконтрольоване споживання ставить під загрозу потреби майбутнього.

Сучасне планування соціально-економічних процесів не обмежується короткостроковим прогнозуванням. Динаміка бізнес-процесів на різних рівнях господарювання має включати перспективні економічні показники термінами 2-3 роки і далі.

Відмінності у станах середовища – зараз і на перспективу – пояснюються постійними змінами (кількісними і якісними) у періоди часу. Тенденції і тренди бізнес-середовища також змінюються, набувачи синергетичних ефектів.

Відображенням СБ і потреб є класична піраміда потреб за Р. Маслоу. Вона піддається критиці, але певним чином відбиває ситуацію потреб, задоволення в їх ієрархічності : можливостей реалізації людиною соціальних потреб – як вищого рівня, так і нижчого – фізіологічних базових потреб

(помешкання, їжа, безпека, ін.).

Звісно, потреби і умови/можливості їх задоволення індивідом за останні роки суттєво змінилися, також додалися нові потреби в постіндустріальну епоху (Індустрія 3.0–5.0), інформаційного суспільства.

Також слід враховувати культурно-релігійні трансформації, освітньо-виховні зміни, зміну моделей виробництва і споживання, появу нових досвіду й навичок у людей, робітників, трансформацію форм зайнятості тощо. Суттєвих змін зазнали процеси інтерналізації екстерналій в соціально-економічному середовищі. Все це і багато інших чинників трансформують вказану піраміду.

Прискорені темпи соціально-економічно розвитку і вичерпність (невідновлювальність) обмежених природних ресурсів, загострення екологічних проблем і зростання екологічних потреб вимагає від теорії цінності й корисності орієнтування на блага й ресурси з найбільшою корисністю.

2 Формування вартості в глобальній економіці

2.1 Ланцюги вартості, як ключовий елемент моделей виробництва і споживання

Глобальний ланцюг створення вартості – це послідовність взаємопов'язаних видів діяльності зі створення доданої вартості, розташованих як мінімум на двох континентах або в межах двох торгових блоків, що забезпечують виробництво товару чи послуги, починаючи з ідеї щодо їх створення та закінчуючи доставкою до кінцевого споживача (<https://naurok.com.ua/globalni-lancyugi-dodano-vartosti-mizhnarodniy-rinok-tovariv-sutnist-infrastruktura-cinoutvorenniya-virobnictvo-silskogospodarsko-produkci-u-sviti-prirodni-socialni-e-100421.html>).

ГЛВ – відносно нова економічна категорія у світовій системі господарювання. Це складне економіко-логістичне утворення, до якого залучені, інкорпоровані багато підприємств і бізнесів, зазвичай більше трьох.

Економічний концепт ГЛВ визначається іншим елементом – доданою вартістю, що створюється у процесі виробництва товару/послуги. Сьогодні ГЛВ є інструментом дослідження й аналізу секторів світової економіки, їх динаміки розвитку, змінної структури, залученості різних економічних суб'єктів із різним функціоналом. Це наочний інструмент аналізу взаємозв'язків між різними складовими і ланками географічно локалізованого бізнесу – виробництва, логістики, продажів – торгівлі, споживання. За ними можна досить коректно оцінити місце і роль кожного учасника ЛВ, ким би він не був, і спрогнозувати наслідки для тієї чи іншої країни.

Аналіз і оцінка ефективності ГЛВ у галузях передбачає дослідження таких елементів [5; 8]:

- структури матриці «витрати – випуск»; вона описує процес перетворення сировини на готовий продукт;
- географічних особливостей локалізації процесів у межах ГЛВ;
- управлінської структури: як саме проводиться моніторинг, контроль і управління ГЛВ;
- інституційного середовища ГЛВ.

На 1-му етапі аналізу ГЛВ необхідно визначити його ланки, елементи і ключових акторів, для чого доцільно прослідкувати увесь виробничий процес створення товару/послуги: від ідеї на початку – до кінцевого споживача.

Основні ланки ГЛВ мають таку послідовність:

R&D продукту → проектування й дизайн продукту → виробництво → дистрибуція/логістика → маркетинг/реклама → продаж.

Наступний крок – визначення ключових акторів у кожній ланці, їх відносного розміру й ролі у процесах формування доданої вартості. Також вивчається можливість змін стану ринку і його рушійних сил: учасники-провідні підприємства галузі, постачальники, посередники, прямі конкуренти, держава, торговельні компанії, споживачі, клієнти, ін.

2-ий етап аналізу зосереджений на визначенні географічних особливостей ГЛВ. Такий аналіз ґрунтується на визначенні провідних компаній кожної ланки ЛВ. Цю інформацію можна отримати зі звітів окремих компаній, спеціалізованих галузевих видань, оглядів від фахівців галузі тощо. Присутність значної кількості провідних компаній на певних ринках свідчить про високі позиції держав у ГЛВ певної галузі. Участь інших країн у даному ГЛВ можна в'яснити за даними торговельної статистики (наприклад, дані експорту-імпорту за галузями, контракти) на рівні країни.

На 3-му етапі проводять аналіз зв'язків між підприємствами галузі. Такі зв'язки досліджуються через управлінську структуру, яка визначає, як функціонує ГЛВ і хто контролює трансфер технологій, стандартів і брендів у його межах. Тут важливо з'ясувати, до якого з двох типів відноситься ГЛВ – з домінуючим покупцем чи з домінуючим виробником – та до якого виду за формою управління – ринкового, модульного, «спорідненого», «залежного» чи ієрархічного.

На останок, дослідження організаційної структури компанії і управлінських зв'язків ГЛВ варто доповнити аналізом інституцій, що впливають на ланцюг: урядів держав, професійних об'єднань, торговельно-промислових союзів (асоціацій), неурядових і громадських організацій, регуляторних органів тощо.

Функціонування ГЛВ тісно пов'язане з діючими законами, нормами, правилами, звичаями, бізнес-практикою, угодами й домовленостями між країнами, контрагентами. Окрім того, елементами інституціонального середовища є державна податкова, кредитна, патентна, інноваційна, освітня політики, державне регулювання ринку праці, субсидування та ін., що може або сприяти, або, навпаки, гальмувати розвиток секторів економіки. У певних випадках, провідні підприємства мають більше можливостей впливу на галузь чи сектор економіки, ніж закони, норми й різного роду регламенти. Останніх буває досить складно дотримуватися на практиці, у той же час, якщо постачальники не дотримуватимуться стандартів провідних компаній, вони зіштовхнуться із жорсткими санкціями або взагалі будуть виключені із ГЛВ (http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3278).

Економічна модернізація є також важливим чинником у процедурах формування ГЛВ. Вона відбиває динаміку просування країн (регіонів,

окремих компаній) ГЛВ до ланок із вищою доданою вартістю з метою збільшення ефектів від участі у глобальному виробництві [3]. Такими ефектами можуть бути зростання прибутку, збільшення частки доданої вартості чи ринку, підвищення інноваційного потенціалу підприємства, масштабування бізнесу, можливостей для зростання бізнесу/компанії. Особливо важливо це для країн, економіки яких розвиваються, і національних компаній.

В оцінці ГЛВ мають значення такі кількісні метрики:

- масштабу

- глибини й довжини ГЛВ

- залученість країн і компаній до нього, наприклад, через оцінку частини вертикальної спеціалізації. Коефіцієнт показує комплексну вартість імпортованих складових в сукупному країновому експорті (детальніше подано в дослідженнях Д. Хаммельса та ін. дослідників і практиків. Базою розрахунку є країнові матриці «витрати – випуск».

Головний недолік метрики – показує участь в ГЛВ лише знизу – догори. Відповідно, країни/компанії, що є на початку ланцюга, і які експортують сировину до інших країн для подальшої переробки (більш технологічна фаза ланцюга), що здійснюють їх обробку, за визначенням, мають низький показник участі у вертикальній спеціалізації.

У розширення методики дослідник Р. Купмен запропонував додавати до вартості, доданої/виробленої за кордоном країни, в експорті частку національної доданої вартості в експорті третіх держав, тобто, коефіцієнт участі в ГЛВ являє показник, який включає дві складових: 1) частку вартості, доданої за межами країни, у експорті і 2) частку національної доданої вартості в експорті третіх країн.

Характеристикою участі країни/компанії у міжнародному виробничому процесі виступає довжина ГЛВ, це індикатор кількості

стадій/етапів/переділів виробничого процесу в ланцюгу (індикатор введений в обіг Т. Фоллі). Емпірично протестовано показник на розрахунках економічних показників США із використання все тієї ж матриці «витрати – випуск».

Вказані економічні метрики майже не пов'язані між собою, оскільки відбивають досить різні аспекти ГЛВ.

Поширеним для аналізу ГЛВ є статистичний метод, що аналізує товаропотоки зустрічної торгівлі. Вказана методика дозволяє відслідковувати вартість, яка додається кожним економічним сектором і країною виробничого ланцюга.

2.2 Формування ланцюгів вартості на ринках товарів/послуг

Логістична архітектура включає досить складні механізми економічної діяльності, які мають забезпечувати ефективний і запланований рух усіх компонентів виробничого і збутового ланцюга. А це – сировина, напівфабрикати, комплектуючі, готова продукція, ін. Рух відбувається між постачальниками, посередниками, виробниками, кінцевими споживачами.

Наразі процеси доставки товарів і вантажів у ГЛВ не обмежуються тільки простим переміщенням чи транспортуванням із пункту до пункту.

Ефективна логістика є продовженням комплексних систем виробництва. Логістика архітектура покликана підтримувати і забезпечувати узгодженість дій і процесів у межах ГЛВ. Кардинальні зміни у сфері сучасних логістичних послуг пов'язані з інноваційними технологіями і обладнанням, зокрема, у таких напрямках, як розумний склад, вебфікація, контейнеризація, інтермодальні перевезення та ін.

У період пандемії коронавірусу багато бізнес-одиниць запроваджують трансфер логістичних функціоналів на аутсорс. Це пояснюється

ускладненням глобальних ланцюгів поставок. Тому логістичний функціонал економічно доцільно передавати спеціалізованим логістичним підприємствам, які можуть надавати досить широкий спектр логістичних послуг.

Спеціалізовані компанії здатні використати ефект масштабу, інтегруючи процеси постачання комплектуючих (напівфабрикатів, сировини) із поставкою готових продуктів у ГЛВ. Високий ступінь інтеграції значно підвищує надійність логістики, зменшує витрати компаній-виробників, логістичних компаній і самих клієнтів (споживачів).

Досягнути рівень інтегрованості логістичних процесів у ГЛВ суттєво визначається техніко-технологічним рівнем компанії і саме товару, який є об'єктом логістики у ланцюгу доставки. Так, чим більша додана вартість продукту – тим значніша потреба економічних суб'єктів логістичних процесів у інтегрованості функціоналу.

Географічний чинник важливим є також у формуванні ГЛВ і поставок. Регіони, що певним чином знаходяться у географічній ізоляції (важкодоступні для логістики, віддалені, зі слабкою транспортною інфраструктурою, без виходу до моря, річок, острівні країни тощо) – такі мають сильну залежність від ефективних логістичних послуг, які є містком і можливістю для включення таких країн/регіонів/територій до глобальних виробничих і збутових мереж. У складних умовах країни/території чи регіони із несприятливим географічним положенням задля зменшення економічної й логістичної ізоляваності мають більше уваги приділяти розробленню таких економічних політик і логістичних стратегій, які б дозволяли покращити ефективність основних галузей, зокрема логістики, транспорту, інфраструктури [4].

У конкурентному бізнес-середовищі, економічно зв'язаному ГЛВ, логістика виступає ключовим чинником зростання економічної ефективності

і підвищення продуктивності виробництва [5]. Сучасні логістичні рішення, базовані на управлінні потоками і часом, удосконаленні дизайну і виробничих процесів, умілим розподілом товарів, локалізації і споживанням товарів, здатні суттєво зменшити економічні витрати компаній.

3 Механізм формування ланцюгів вартості для компаній

3.1 Ланцюг «виробництво – просування на ринок – споживання»

У глобальній економіці, і не тільки, під впливом змін відбуваються суттєві трансформації як самого бізнесу, так і супроводжуючих процесів – виробництва, логістики, дистрибуції, торгівлі, ін. Особливо помітні такі трансформації у транснаціональних (багатонаціональних, міжнародних) компаніях (англ. – multinational enterprises/companies – MNEs/TNCs). У першу чергу такі зміни торкнулися процедур формування вартості через ГЛВ.

У процеси залучаються виробнича, інноваційна, комерційна, фінансова, інституційна, організаційна, ін. складові діяльності компаній. В економіці цей процес отримав назву глобальних вартісних мереж (Global value chains, GVC) або ГЛВ.

Піонерами розроблення і практичного застосування/використання у бізнес-діяльності принципів ГЛВ є такі галузі глобальної економіки, як електроніка й електротехніка, ІТ, автомобілебудування, машинобудування, фармацевтика, ін. Наприклад, частка валової продукції ТНК у глобальному ВВП вже перевищила 30, а у міжнародній торгівлі – 70 %. Майже 90 % трансферу технологій між США, Німеччиною і Японією – це внутрішньофірмові технологічні трансфери.

Після підхід поширився і в інших секторах економіки, таких як фінансовий, банківський, хімічний, сфера послуг. І наразі ГЛВ використовують переважна більшість глобальних компаній, глибоко залучених в експортно-імпорتنу діяльність. Якщо кілька років тому беззаперечними лідерами були США, Великобританія, Німеччина, Японія і Франція, то сьогодні активно включаються компанії з країн Центральної і

Східної Європи, Азії – КНР, Індії, Бразилії, інших так званих нових індустріальних країн («індустріальних тигрів»), Мексики.

Із посилення конкуренції на ринках інші компанії також підключаються до процесу, використовуючи переваги ГЛВ в бізнесі.

Звичайно, на ринках є беззаперечні лідери, але кількість середніх і малих міжнародних компаній постійно зростає.

Таблиця 3.1 – Індекс інтернаціоналізації, % [6]

Компанія / Рік	2005	2010	2015
Зарубіжні активи	54	63	62
Зарубіжні продажі	56	64	64
Зарубіжні працівники	53	57	57

Згідно концепції ГЛВ, країни/компанії обирають шлях спеціалізації на окремих стадіях (ланках або функціоналі) створення вартості у рамках окремих ГЛВ.

Експерти UNCTAD визначають такі види інтернаціоналізації бізнесу за типом головної рушійної сили.

1 тип – системи міжнародного виробництва, головною рушійною силою яких є технологія (technology-driven systems). Головним результатом функціонування таких глобальних виробничих мереж є створення нової технології (наприклад: напівпровідникова індустрія, телекомунікаційна галузь).

2 тип – системи міжнародного виробництва, головною рушійною силою яких є підвищення ефективності виробництва (“production-driven systems”).

Такі мережеві виробничі системи БНП існують, наприклад, в автомобільній промисловості. Головний критерій розміщення такого глобального виробництва – зниження витрат виробництва за рахунок ефекту масштабів, використання дешевих факторів виробництва та низьких транспортних витрат.

Відповідно до обраної бізнес-моделі ТНК і особливостей галузей/секторів економіки, продукту, інших чинників виділяємо такі типи архітектури процесів фрагментації глобального виробництва: 1) ВІНК-вертикально інтегровані підприємства, що провадять фрагментацію бізнес-процесів для отримання кінцевого продукту/товару через постадійну переробку сировини і напівфабрикатів чи/або проміжних виробів/комплектуючих. Такі ГЛВ поширені у галузях: нафтохімія, електронна-електротехнічна, ін., в яких можна ефективно використати послідовність виробничих і технологічних операцій [6].

Інший вид – горизонтально інтегровані (ГІНК) із значною диверсифікацією як продуктів, так і виробництва. У таких ГЛВ важливу роль відіграють спеціалізація акторів (учасників) ланцюга на окремих функціоналах створення вартості. Ключовими, відповідно, є конкурентні компетентності акторів і унікальність акторів/продуктів.

Наведемо кейс із формування ГЛВ у сфері глобального прасольства (кейс Глобальний Ринок Продовольства).

Продовольчі товари - товари, що представляють собою харчові продукти в натуральному або переробленому вигляді, призначені для вживання людиною в якості їжі, бутильована питна вода, алкогольна продукція (у тому числі пиво), безалкогольні напої, жувальна гумка, а також біологічно активні добавки.



Продовольчий ринок – це система соціально-економічних відносин суб'єктів господарювання, якими є виробники, споживачі, суб'єкти ринкової інфраструктури з приводу формування пропозиції та попиту на продовольчі товари



Економічна сутність продовольчого ринку полягає у взаємопов'язаному функціонуванні галузей і структур, об'єднаних спільною метою – виробництвом високоякісних продуктів харчування, доведенням їх до споживача, забезпеченням раціонального споживання, створенням державних продовольчих фондів.



Продовольчі товари за сировиною або за призначенням:

- зерно борошняні;
- плодоовочеві;
- цукор, крохмаль, мед і кондитерські вироби;
- смакові;
- харчові жири і концентрати;
- ячні продукти;
- м'ясні;
- рибні;
- молочні.



Продовольчі товари. Згідно до торгової класифікації

- хлібобулочні;
- кондитерські;
- плодоовочеві;

- води;
- вино-горілчані;
- м'ясні;

- чай;
- кава;
- соки

- рибні;
- молочні;
- махорочні вироби

Продовольчі товари у торгівлі

Бакалія

- крупа;
- борошно;
- макаронні вироби,
- чай,
- кава,
- сіль,
- цукор,
- рослинна олія,
- прянощі
- інше



Гастрономія

- продукти, які вже готові до вживання
- м'ясна гастрономія
- рибна гастрономія
- молочна гастрономія
- консерви



Попит на продовольство зростає, моделі харчування змінюються у бік споживання більшої кількості продуктів тваринництва, та рослинних олій.

Двигуном зростання світового попиту на продовольство є:

- ✓ населення,
- ✓ економічне зростання
- ✓ урбанізація.

Особливо це стосується країн, що розвиваються особливо в країнах, що розвиваються.



Обсяги споживання продуктів у розрахунку на 1 особу на рік (кг) у європейських країнах у 2014 році: м'яса (x1); молока (x2); хліба (x3); картоплі (x4); овочів (x5); фруктів (x6); риби (x7); цукру (x8); олії (x9)

Країна	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9
Україна	49	139	141	101	164	56	13	40	13
Молдова	38	140	154	60	113	32	14	24	13
Сербія	49	141	134	40	117	92	5	26	7
Румунія	53	236	180	99	187	75	6	19	14
Болгарія	57	140	166	31	73	47	7	24	13
Словаччина	59	235	129	53	95	62	8	32	12
Естонія	60	238	130	114	122	71	15	31	6
Росія	67	169	150	112	110	68	22	42	13
Латвія	69	207	121	93	123	49	28	39	15
Литва	73	319	147	102	125	42	43	29	10
Угорщина	74	161	101	59	94	66	5	13	19
Польща	76	192	151	115	129	54	12	41	13
Чорногорія	77	178	142	48	242	156	10	18	11
Білорусь	79	140	121	185	147	63	17	32	17
Чехія	80	173	119	66	74	69	10	31	32
Словенія	82	235	143	33	80	128	11	17	13
Великобританія	83	234	114	56	94	126	19	36	18
Італія	87	253	156	39	145	141	25	25	28
Німеччина	88	248	112	71	94	80	14	34	17
Франція	89	243	125	55	104	110	35	32	21
Іспанія	93	175	89	58	124	80	42	22	33
Австрія	106	233	112	58	109	146	13	38	22

Аналіз показує, що споживання в різних європейських країнах таких харчових продуктів, як хліб, овочі, риба, значною мірою залежать від національних традицій та звичок у харчуванні.

Групи чинників, які впливають на глобальну продовольчу проблему

природні умови і розміщення населення

політична ситуація у світі

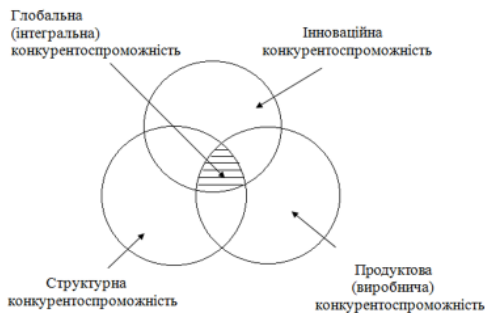
світовий транспорт і зв'язок

світова економіка і торгівля в їхній єдності

Виробництво продовольства у світі за регіонами (1900-2014 р.)

Група країн/регіон	Роки						Абсолютне відхилення	
	1990		2000		2014		млн. дол.	%
	млн. дол.	%	млн. дол.	%	млн. дол.	%		
Світ	1294508	100	1618814	100	2246912	100	952404	-
Африка	93685	7.2	128481	7.9	202196	9	108511	1.8
Азія	508899	39.3	757934	46.8	1134641	50.5	625742	11.2
Країни Латинської Америки та Карибського басейну	138170	10.7	192134	11.9	297533	13.2	159363	2.6
Країни Океанії	23873	1.8	32768	2	38664	1.7	14791	-0.1
Інші країни	529881	40.9	507497	31.3	573878	25.5	43997	-15.4

Модель глобальної конкурентоспроможності



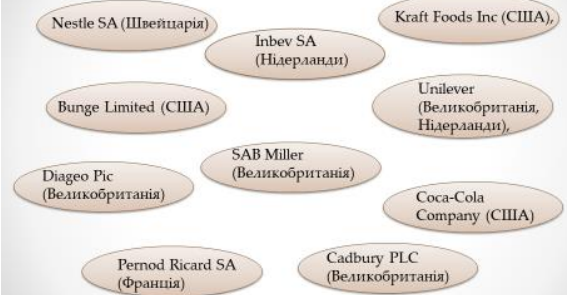
Країни – лідери з імпорту продовольства

Країна	Обсяг, млрд. дол.			Частка у світовому експорті продовольства, %				
	Роки			Роки				
	2000	2010	2014	1980	1990	2000	2010	2014
Світ	431	1119	1456	100	100	100	100	100
ЄС	190	450	576	мл	мл	43.9	40.2	38.7
Північноамериканський експорт ЄС	46	103	145	мл/д	мл/д	10.7	8.4	7.0
США	54.3	112	149	17.6	13.4	12.6	10	10
Бразилія	12.8	61	79	4.2	2.8	3	5.4	5.3
Китай	13.6	44	63	1.4	2.5	3.1	3.9	4.3
Явава	17.6	37	49	3.5	3.5	4.1	3.3	3.3
Аргентина	11.5	34	37	2.3	1.9	2.7	3	2.6
Індія	5.4	18	37	1.1	0.9	1.3	1.6	2.6
Південна	5.5	28	35	0.7	0.8	1.3	2.3	2.4
Австралія	12.6	22	32	3.8	2.3	2.9	3	2.2
Італія	9.9	25	31	1.3	2.1	2.3	2.1	2.1
Мексика	5.4	24	26	0.9	1.1	1.3	2.1	1.7
Мальдіва	8.2	18	25	0.9	1	1.9	1.6	1.7
Нова Зеландія	5.8	16	24	1.1	1.4	1.3	1.5	1.6
В'єтнам	3.7	мл	мл	мл	мл	мл	мл	мл
Росія	3.9	12	20	мл	мл	0.9	1	1.3
Усього завичайні країни	300.2	810	1206	83.3	мл	83.3	81.4	81.1

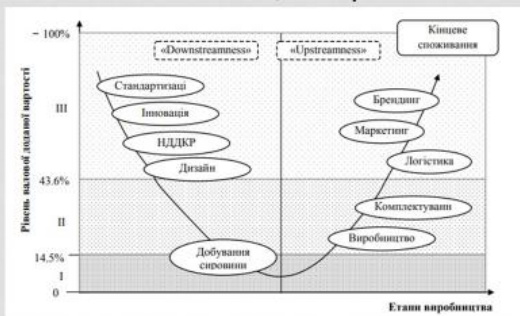
Показники концентрації та особливостей конкуренції на світовому ринку продавців продовольства

Рік	Коефіцієнт концентрації, %	Індекс Герфіндаля-Хіршмана	Коефіцієнт відносної концентрації (К)	Дисперсія агрирівів ринкових часток	Індекс максимальної частки
2010	55,67470956	1782,726023	1,030597015	1,430639349	0,750816612
2014	54,10497981	1666,324004	1,033591731	1,346468293	0,754836759

Найбільші світові виробники продовольчої продукції



Глобальні ланцюги вартості



Модель «Посмішка» – участь країн у ГЛСВ (розширена за секторами економіки) (Конрад Ю.В., Мельник Т.М.)

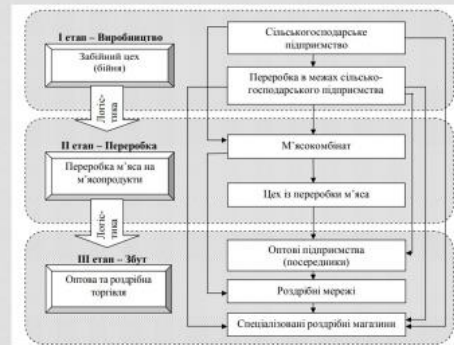


Схема ланцюга вартості на прикладі м'ясопереробної галузі

Концепція ланців створення вартості у продовольчій сфері



Головне в маркетингу – цільова орієнтація та комплексність, тобто поєднання підприємницької, господарської, виробничої та збутової діяльності.



Рисунк 1 – Маркетингові інструменти продовольчого ринку



Три фундаментальні твердження сучасної маркетингової концепції стратегії на продовольчому ринку:

1) Усе виробництво та планування неодмінно орієнтуються на споживача.

2) Уся маркетингова діяльність організації повинна координуватися

3) Орієнтований на споживача та координований маркетинг є необхідним і важливим засобом досягнення цілей підприємства та його місії

Останнім часом ГЛВ лідерів ринку кооперуються і поєднуються, створюючи стратегічні альянси, для виконання певного функціоналу чи окремих задач. Так можуть вчиняти навіть конкуренти, явище відоме як коопетиція (англ. cooptation) – щоб вирішити певне окреме стратегічне завдання.

3.2 Ланцюги вартості для національних підприємств

Фармацевтична галузь України є лідером (рис. 3.1), у якій створюється значна додана вартість – біля 25 млрд грн. Темпи зростання галузі за останні роки – близько 10 %/рік – одні з найвищих темпів у національній економіці.

За словами Голови виконавчої ради керуючої компанії ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця» Дмитра Шимківа, ... *Українська фарма має колосальний потенціал. Ринок зростатиме не лише кількісно, а й якісно. Ми шукаємо зарубіжних стратегічних партнерів, щоб отримати доступ до сучасних інноваційних технологій. Ведемо переговори з державою, щоб взяти участь в держпрограмах по розробці нових препаратів. За прогнозами, глобальний річний обсяг продажів*

лікарських засобів до 2024 року зростає з нинішніх 911 млрд доларів до 1,25 трлн. Україна стане частиною цього зростання.



Рисунок 3.1 Виробники лікарських засобів, регіональний аспект

Основними напрямками експорту української фармацевтичної продукції є ринки країн близького зарубіжжя. Компанії стали активно виходити на інші ринки: близькосхідний, азійсько-тихоокеанський, ринки ЄС.

Регіонально фармацевтичним центром в Україні був і залишається Київ; найбільшими фарм-компаніями є «Фармак», «Артеріум», «Дарниця», «Здоров'я», «Київський вітамінний завод».

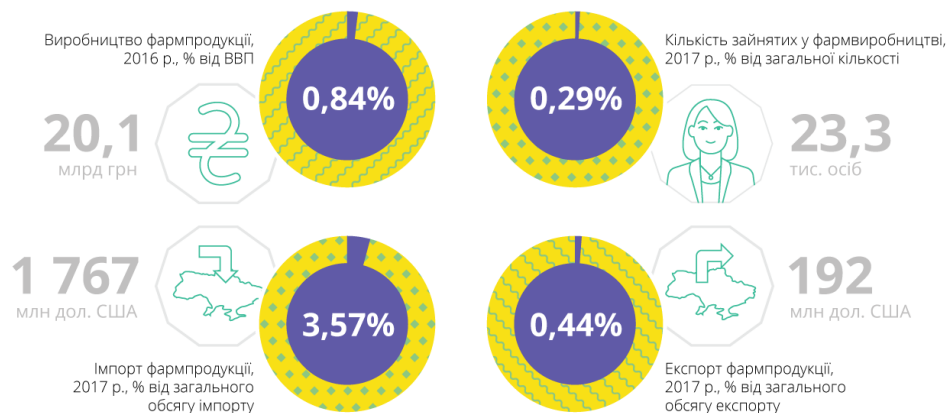
Внутрішній ринок України є високо конкурентним поряд із досить низькою купівельною спроможністю, слабкою культурою споживання лікарських засобів і значної кількості підробок і фальсифікату. Також слід відзначити високу ступінь регульованості даного ринку і великі обсяги контрабандного товару на ринку.

Очікується, що реформування галузі, почате 2014 р., матиме позитивні ефекти для ринку і його гравців.

Таблиця 3.2 – Найбільші компанії на фармацевтичному ринку України, станом на кінець 2018 р.

Місце	Компанія	Частка на фармацевтичному ринку України, %
1	Фармак (Україна)	5,33
2	Корпорація Артеріум (Україна)	3,60
3	Teva (Ізраїль)	3,42
4	Дарниця (Україна)	3,27
5	Sanofi (Франція)	3,13
6	Berlin-Chemie (Німеччина)	3,10
7	Юрія-Фарм (Україна)	2,39
8	Група компаній «Здоров'я» (Україна)	2,38
9	Київський вітамінний завод (Україна)	2,34
10	KRKA (Словенія)	2,26
11	Дельта Медікел (Україна)	2,07
12	Кусум Фарм (Україна)	2,01
13	Aciso (Швейцарія)	1,97
14	Sandoz (Швейцарія)	1,93
15	Bayer Consumer Health (Швейцарія)	1,46
16	Servier (Франція)	1,45
17	Takeda (Японія)	1,42
18	Reckitt Benckiser Healthcare International (Велика Британія)	1,39
19	Борщагівський ХФЗ (Україна)	1,34
20	Gedeon Richter (Угорщина)	1,30

ФАРМАЦЕВТИКА В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ



Джерело: Держстат, ДФС

Рисунок 3.2 Стан національної фарм-галузі

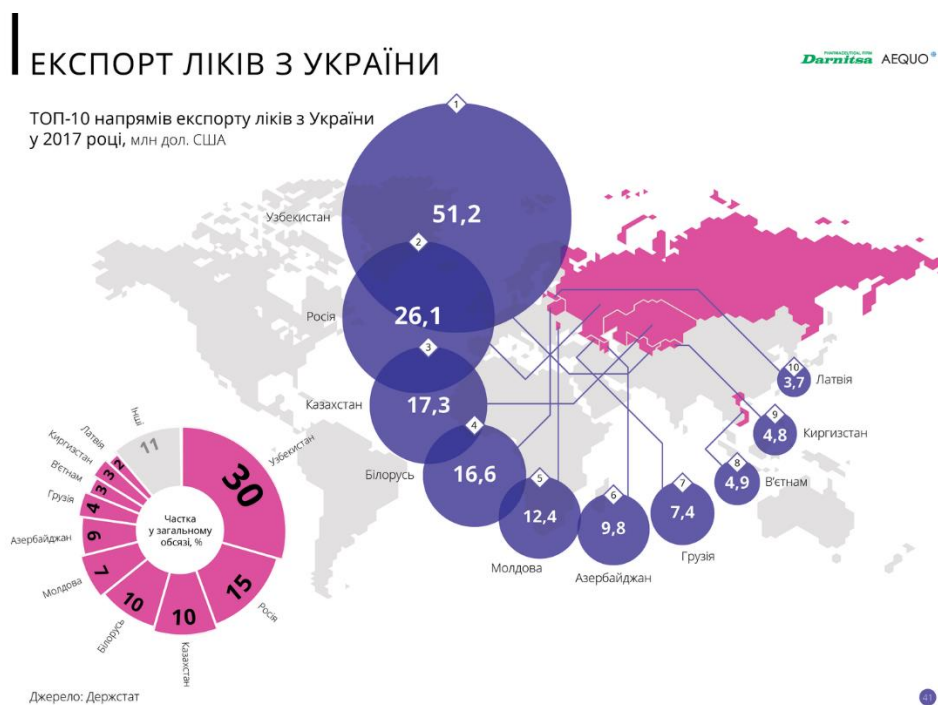


Рисунок 3.3 Експорт лікарських засобів, станом на 2017 р.



Рисунок 3.4 Структура ринку лікарських засобів

ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця» – найбільший національний виробник лікарських засобів – близько 15 % ринку.

Спеціалізація компанії : тверді лікарські форми, розчини для ін'єкцій в ампулах/краплях, м'які лікарські форми, стерильні порошки для приготування розчинів для ін'єкцій і інфузійних розчинів.

Лідерство компанія забезпечує завдяки інноваційним технологіям і процесам, сучасним обладнанням/устаткуванням і технологіям.

Усі процеси виробництва на підприємствах контролюються за стандартами GMP. Портфель компанії містить більше 235 найменувань лікарських засобів.

Стратегічними напрямками досліджень компанії визначено кардіологію, неврологію і пошук рішень для подолання проблем болю. Компанія експортує продукцію до більш ніж 15 країн світу [6].

Висновки

Успішна інтеграція країн/компаній до ГЛВ може бути реалізована завдяки цілеспрямованій політиці економічних суб'єктів.

Інструментами успішних дій у цьому напрямі є розвиток технологічних і інноваційних кластерів і наукових парків, вільних економічних зон, кооперації, спеціалізації тощо.

Бізнес-моделі компаній, орієнтовані на удосконалення ГЛВ, доцільно зорієнтовувати на залучення інвестицій, власні розробки і дослідження, розширення кола контрагентів, клієнтів, споживачів, ринків, удосконалення технологій і логістики, використання фахового трудового ресурсу.

Економічні суб'єкти у змозі використати переваги ефективних ГЛВ і виробництва, дотримуючись принципів збалансованого економічного, соціального, екологічного розвитку, що ґрунтується на високій продуктивності праці, фаховості працівників, зацікавленості й участі стейкхолдерів, ефективному менеджменту бізнес-процесів.

Ключовими завданнями державної й приватних політик інтеграції національних товаровиробників до глобальних виробничих і логістичних мереж мають бути такі:

- як можна повніша реалізація науково-технологічного, технологічного й інноваційного потенціалу економічних суб'єктів;

- підтримування мобілізації й зацікавленості людського й інтелектуального капіталу працівників, їх досвіду, навичок, компетентностей;

- подальша діджиталізація бізнес-процесів і моделей виробництва і споживання;

- навчання і колаборація із контрагентами, клієнтами, споживачами, конкурентами;
- подальша уніфікація і гармонізація національного законодавства до міжнародно, зокрема, європейського;
- розбудова і підтримка інституціональної стабільності бізнес-середовища;
- реальний захист прав власності – як мажоритаріїв, так і міноритаріїв; усіх стейкхолдерів;
- забезпечення прозорості адміністрування бізнес-середовища;
- зниження рівня корумпованості економіки;
- діалог бізнесу й держави;
- техніко-технологічна й організаційна перебудова економічної інфраструктури і соціального середовища.

Список літератури

1. І. О. Крюкова. Корисність та цінність блага з позицій української школи фізичної економії http://lib.osau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1084/1/ingedu_2015_48_19-1.pdf
2. Теорія суспільних благ: сучасні підходи до визначення сутності http://www.investplan.com.ua/pdf/11_2019/17.pdf???history=0&pfid=1&sample=42&ref=2
3. Кравцова І. В. Теоретичні засади дослідження світової економіки на основі глобальних ланцюгів створення вартості <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/17877/1/Kravtsova.pdf>
4. Кравцова І. В. Методика дослідження глобальних ланцюгів створення вартості
5. Рогач О. І. Глобальні ланцюжки створення вартості багатонаціональних підприємств. http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3278
6. Аналітичний звіт ПрАТ «Дарниця» https://www.academia.edu/33267609/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%B7%D0%B2%D1%96%D1%82_%D0%9F%D1%80%D0%90%D0%A2_%D0%94%D0%B0%D1%80%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8F
7. Місце України в глобальних ланцюгах доданої вартості виробництва та реалізації електронної, фармацевтичної продукції, меблів, текстилю, одягу, взуття, продуктів харчування» <https://disted.edu.vn.ua/courses/learn/13552>
8. Транснаціональні корпорації в аспекті розвитку глобалізаційних процесів. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=445>
9. Viktor V. Sabadash & Tetyana V. Marchenko. Lenovo's Global Competition Strategy: the Driving Forces of Leadership. Механізм регулювання економіки. 2017. № 1. С. 60–70.
10. Viktor V. Sabadash, Peter J. Stauvermann & Ruslana O. Peleshchenko. Competitiveness of Ukrainian Companies in Foreign Markets: New Challenges and Opportunities. Механізм регулювання економіки. 2017. № 1. С. 60–70.
11. Sabadash V. and Denysenko P. Economic and social dimensions of ecological conflicts: root causes, risks, prevention and mitigation measures. Int. J. of Environmental Technology and Management. 2018. Vol. 21, Nos. 5/6. P. 273–288. DOI: 10.1504/IJETM.2018.100579
12. Сабадаш В. В. Соціально-економічні виміри екологічного конфлікту. Механізм регулювання економіки. 2006. № 2. С. 190–201. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/3634>
13. Сабадаш В. В. Енергетична безпека України: конфліктність геополітичного вибору. Механізм регулювання економіки. 2011. № 2. С. 52–59. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/24474>
14. Сабадаш В. В., Давиденко І. В., Бабій Т. В. Конкуренція за ресурси й економічні конфлікти у глобальному бізнес-середовищі: рушійні сили, безпека, інституційно-ресурсний концепт врегулювання. Механізм регулювання економіки. 2017. № 4. С. 128–147.
15. Viktor V. Sabadash, Svitlana A. Petrovska, Mykhailo V. Petrovskyi. Formation of the Organizational and Economic Mechanism for Attracting Investment to the Region. Механізм регулювання економіки. 2017. № 2. Р. 16–23. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/68452>

16. Сабадаш В. В., Мінакова І. В. Основи зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. Суми : Університетська книга, 2019. С. 639–667.
https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/80106/1/Melnik_econom.pdf
17. Сабадаш В. В. Бизнес-интересы фирм на внешних рынках. Экономика и бизнес: учебник / под ред. д.э.н., проф. Л. Г. Мельника, д.э.н., доц. А. И. Каринцевой. Сумы: Университетская книга, 2018. С. 322–351.
18. Сабадаш В. В., Мельник Л. Г., Завдов'єва Ю. М. та ін. Розвиток української альтернативної енергетики на основі проривних технологій. Проривні технології в економіці і бізнесі (досвід ЄС та практика України у світлі III, IV і V промислових революцій) : навчальний посібник / за ред. Л. Г. Мельника та Б. Л. Ковальова. Суми: Сумський державний університет, 2020. 180 с.
19. Сабадаш В. В., Мельник Л. Г., Дериколенко О. М. та ін. Проривні технології як основа інновацій в альтернативній енергетиці. Проривні технології в економіці і бізнесі (досвід ЄС та практика України у світлі III, IV і V промислових революцій) : навчальний посібник / за ред. Л. Г. Мельника та Б. Л. Ковальова. Суми : Сумський державний університет, 2020. 180 с.
20. Сабадаш В. В. Дослідження впливу енергоресурсних чинників на економічну безпеку. Механізм регулювання економіки. 2009. №2. С. 11–18.
<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/3360>
21. Сабадаш В. В. Енергетично-ресурсна безпека України: загрози виникнення еколого-економічних конфліктів. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2009. № 2. С. 70–77.
22. Сабадаш В. В. Тенденції сучасної ресурсної політики у забезпеченні еколого-економічної безпеки. Механізм регулювання економіки. 2007. №2. С. 50–59.
<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/3130>
23. Сабадаш В. В. Антиекологічні тенденції соціально-економічного розвитку: конфліктний потенціал екологічного фактора. Механізм регулювання економіки. 2009. №3, Т.1. С. 11–22.
24. Сабадаш В. В., Петровська С. А. Оцінювання інвестиційної привабливості території з урахуванням еколого-економічних інтересів суб'єктів господарювання. Механізм регулювання економіки. 2013. №3. С. 21–29.
25. Сабадаш В. В., Бабій Т. В., Гамалій Ю. М. «Зелені» облигації, як драйвер сталого розвитку. Економічні проблеми сталого розвитку : мат. міжнар. наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених імені професора Балацького О. Ф. «Економічні проблеми сталого розвитку» (м. Суми, 28-29 квіт. 2020 р.). Суми : Сумський державний університет, 2020. С. 231–233.
26. Viktor V. Sabadash, Olena Pavlenko, Oleg Rubel, Aleksandar Shivarov, Kaled A. Asalam Moftah Adrwi, Anar Aghayev. A dynamic approach to the study of institutions in a green economy: macroeconomics, regions and industries. International Journal of Global Environmental Issues. 2020. Vol. 19, No. 1/2/3. Pp. 243–264. DOI: 10.1504/IJGENVI.2020.10037585.
<https://www.inderscience.com/info/inarticle.php?artid=114880>.
27. Сабадаш В. В., Чорна Я. В., Фалько К. С. Міжнародні логістичні системи: дослідження трансформацій під впливом рецесії та визначення перспективних напрямів розвитку логістичної архітектури. Механізм регулювання економіки. 2020. № 4. С. 70–80.
<https://doi.org/10.21272/mer.2020.90.05>.

28. Економіка енергетики : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, І. М. Сотник. – Суми: Університетська книга, 2015. – 378 с. (<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/45315>)
29. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. - Суми : Університетська книга, 2012. - 864 с
30. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових революцій. Сумський державний університет, с. 180. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>
31. Мотиваційні механізми дематеріалізаційних та енерго-ефективних змін національної економіки : монографія / за заг. ред. доктора екон. наук, проф. І. М. Сотник. – Суми : Університетська книга, 2016. – 368 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80197>
32. Сотник І. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / І. Сотник, Л. Таранюк. – К.: Універсальна книга, 2018. – 572с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114>
33. Экономика и бизнес: учебник / под ред. д.э.н., проф. Л. Г. Мельника, д.э.н., доц. А. И. Каринцевой. – Сумы : Университетская книга, 2018. – 608 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80201>
34. Экономика развития: учебное пособие / под ред. д.-ра экон. наук, проф. Л. Г. Мельника, канд. экон. наук А. Вик. Кубатко. Сумы : «Университетская книга», 2017. 352 с. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/80184/1/%d0%adkonomyka_razvytyia.pdf
35. Kubatko, O. V., Chortok, Y. V., Honcharenko, O. S., Nechyporenko, R. M., & Moskalenko, I. M. (2019). Studying Features of Vehicle Type Selection by Trade and Logistics Enterprise. Mechanism of economic regulation. – 2019. – №3. – С. 73–82. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76448>
36. Melnyk L., Sommer H., Kubatko O., Rabe M., Fedyna S. (2020). The economic and social drivers of renewable energy development in OECD countries. Problems and Perspectives in Management,18(4), 37-48. doi:10.21511/ppm.18(4).2020.04
37. Melnyk L.G., Kubatko O. The impact of green-innovations on environmental quality and energy resource consumption. International economic relations and sustainable development : monograph / edited by Dr. of Economics, Prof. O. Prokopenko, Ph.D in Economics T. Kurbatova. – RudaŚląska :Drukarnia i Studio GraficzneOmnidium, 2017. – 272 p. ISBN 978-83-61429-11-1
38. Melnyk, L., Dehtyarova, I., Kubatko, O., Karintseva, O., & Derykolenko, A. (2019). Disruptive technologies for the transition of digital economies towards sustainability. Economic Annals-XXI, 179(9-10), 22-30. doi: <https://doi.org/10.21003/ea.V179-02>
39. Melnyk, L., Matsenko, O., Dehtyarova, I. & Derykolenko, O. (2019). The formation of the digital society: social and humanitarian aspects. *Digital economy and digital society*. T. Nestorenko& M. Wierzbik-Strońska (Ed.). Katowice: Katowice School of Technology. [in Ukrainian].URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/74570>
40. The effects of the management of natural energy resources in the European Union / V. Voronenko, B. Kovalov, D. Horobchenko, P. Hrycenko // Journal of Environmental Management and Tourism. – Craiova: ASERS Publishing, 2017. – Vol. 8, Issue Number 7(23), P. 1410-1419. Available at: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/1777>