

2. Liadov, P.F. "Diplomatic protocol and protocol service." *Law and management of the XXI century*, no. 2(23), 2012, pp. 125–138
3. *Effective negotiation: Rapid response tactics: Hodgson, Jane (New approaches to creative thinking and problem solving)*. Balance-Audit, 2012.
4. Voronkova, V.H. *Ethics of business communication: a textbook*. Kyiv, Paterik, 2016
5. Aldanov, Yu.V., Zabara, I.M., and V.I.Reznichenko. *Law of foreign relations: Diplomatic law, diplomatic law of international organizations, special law, consular law: Collection of documents of the month*. Kyiv, Promeni, 2003.
6. Hryhorieva, V.A. "The role of handshake as a non-verbal means of communication in business communication." *Collection of scientific works of DonNABA*, issue 1, 2015 (1), pp.138-143.
7. Yefremova, K. V. "The art of diplomatic protocol as a tool of business communication." *Law and innovative society*, no. 2(15), 2020, pp. 35-39
8. Kubrak, O.V. *Ethics of business and everyday communication*. Kyiv, Paterik, 2017.
9. Pelekh, I.V., and A. Svidenko. "Peculiarities of implementation of individual diplomatic procedures according to the protocol in international law." *Legal scientific electronic journal*, no. 3, 2019, pp. 250–253.
10. Rzhavska N.F. "Cultural diplomacy of Ukraine: current state and prospects." *International relations. Series "Political Sciences"*, no. 18-19, 2018, journals.iir.kiev.ua Accessed 23 Aug. 2022.

УДК 339.7

doi: 10.15330/apred.1.19.54-61

Зорій Р.І.¹, Чернобай Л. І. ², Лема Г.В.³, Михайлишин Л.І.⁴
ОСОБЛИВОСТІ ВИХОДУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ
ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

¹Національний університет «Львівська політехніка»,
кафедра менеджменту і міжнародного підприємництва,
вул. С. Бандери, 12, Львів,
79013, Україна,
тел.: (032) 258-21-14,
e-mail: roman.i.zorii@lpnu.ua,
ORCID: 0009-0006-5162-646X

²Національний університет «Львівська політехніка»,
кафедра менеджменту і міжнародного підприємництва,
вул. С. Бандери, 12, Львів,
79013, Україна,
тел.: (032) 258-21-14,
e-mail: liana.i.chernobai@lpnu.ua,
ORCID: 0000-0003-3200-0470

³Національний університет «Львівська політехніка»,
кафедра менеджменту і міжнародного підприємництва,
вул. С. Бандери, 12, Львів,
79013, Україна,
тел.: (032) 258-21-14,
e-mail: halyna.v.mykhailiak@lpnu.ua
ORCID: 0000-0001-5298-7693

⁴Прикарпатський національний університет імені Василя
Стефаніка,
кафедра міжнародних економічних відносин,

вул. Чорновола, 1, Івано-Франківськ,
тел.: (032) 275-20-27,
e-mail: kaf_mev@pnu.edu.ua,
ORCID: 0000-0001-7944-5317

Анотація. У статті проаналізовано підходи вітчизняних та закордонних авторів щодо особливостей виходу підприємств на зовнішні ринки. У наукових працях науковців є чимало досліджень щодо вивчення особливостей виходу підприємств на зовнішні ринки. Окрім цього, авторами досліджено критерії при виборі зарубіжних регіональних ринків; форми та шляхи виходу вітчизняних підприємств на міжнародні ринки; моделі та стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки. Вихід вітчизняного промислового підприємства на зовнішні ринки потребує складання ретельного плану дій. Одним з елементів такого плану дій є формування процесу виходу вітчизняного підприємства на зовнішні ринки. Авторами за допомогою функціонального підходу сформовано процес виходу вітчизняного промислового підприємства на зовнішній ринок. Функціональний підхід передбачає застосування загальних функцій менеджменту: планування, організування, мотивування, контролювання та регулювання, які взаємопов'язані між собою та забезпечують поетапний процес виходу. Окрім цього, функціональний підхід забезпечує визначення основних факторів, як внутрішніх (цілі, завдання, структура, рівень техніки та технології, ресурси, працівники), так і зовнішніх (споживачі, постачальники, конкуренти, профспілки, стан економіки, інфраструктура, міжнародні події, міжнародне оточення, науково-технічний прогрес тощо), що матимуть вплив на розвиток діяльності промислового підприємства. Аналізування вище зазначених факторів сприятимуть формуванню SWOT-аналізу виходу вітчизняних промислових підприємств на зовнішній ринок, який дасть можливість оцінити вплив сильних і слабких сторін діяльності організації, її можливостей та загроз з метою здійснення прогнозування майбутнього стану діяльності та його розвитку в необхідному напрямку. Визначення ключових можливостей і загроз є важливою складовою, оскільки це передуватиме виявленню та мінімізації негативних особливостей щодо виготовлення продукції, виконання робіт чи надання послуг, що може призводити до втрат фінансових ресурсів чи споживачів.

Ключові слова: зовнішній ринок, механізм виходу, процес виходу на зовнішній ринок, управління виходом на зовнішній ринок.

Zorii R.I.¹, Chernobai L.I.², Lema H.V.³, Mykhailyshyn L. I.⁴

FEATURES OF DOMESTIC INDUSTRIAL ENTERPRISES ENTERING THE FOREIGN MARKET

¹Lviv Polytechnic National Univesity,
Management and International Business Department,
S. Bandery str., 12, Lviv,
79013, Ukraine,
tel.: (032) 258-21-14,
e-mail: roman.i.zorii@lpnu.ua
ORCID: 0009-0006-5162-646X

²Lviv Polytechnic National Univesity,
Management and International Business Department,
S. Bandery str., 12, Lviv,
79013, Ukraine,
tel.: (032) 258-21-14,
e-mail: liana.i.chernobai@lpnu.ua,
ORCID: 0000-0003-3200-0470

³Lviv Polytechnic National Univesity,
Management and International Business Department,

S. Bandery str., 12, Lviv,
79013, Ukraine
tel.: (032) 258-21-14,
e-mail: halyna.v.mykhailiak@lpnu.ua,
ORCID: 0000-0001-5298-7693

⁴Vasyl Stefanyk Prykarpathian National University,
International Economic Relations Department,
Chornovola str., 1, Ivano-Frankivsk,
tel.: (032) 275-20-27
e-mail: kaf_mev@pnu.edu.ua
ORCID: 0000-0001-7944-5317

Abstract. The article analyzes the approaches of domestic and foreign authors regarding the peculiarities of enterprises entering foreign markets. In the scientific works of scientists, there are many studies on the study of the peculiarities of enterprises entering foreign markets. In addition, the authors researched the criteria for choosing foreign regional markets; forms and ways of exit of domestic enterprises to international markets; models and strategies of entering foreign markets. The exit of a domestic industrial enterprise to foreign markets requires a careful action plan. One of the elements of such an action plan is the formation of the process of exit of the domestic enterprise to foreign markets. The authors, with the help of a functional approach, formed the process of the exit of a domestic industrial enterprise to the foreign market. The functional approach involves the application of general management functions: planning, organizing, motivating, controlling and regulating, which are interconnected and provide a step-by-step exit process. In addition, the functional approach ensures the determination of the main factors, both internal (goals, tasks, structure, level of equipment and technology, resources, employees) and external (consumers, suppliers, competitors, trade unions, the state of the economy, infrastructure, international events, international environment, scientific and technical progress, etc.), which will have an impact on the development of the industrial enterprise. Analysis of the above-mentioned factors will contribute to the formation of a SWOT analysis of the exit of domestic industrial enterprises to the foreign market, which will give an opportunity to assess the influence of the strengths and weaknesses of the organization's activities, its opportunities and threats in order to forecast the future state of the activity and its development in the necessary direction. The identification of key opportunities and threats is an important component, as this will precede the identification and minimization of negative features regarding the manufacture of products, performance of works or provision of services, which may lead to the loss of financial resources or consumers.

Key words: foreign market, mechanism of exit, process of exit to the foreign market, management of exit to the foreign market.

Вступ. Співпраця вітчизняних підприємств із закордонними сприяє відкритості міжнародних економічних відносин, що значно підвищує роль міжнародної економічної діяльності. Особливостями виходу підприємств на зовнішні ринки займаються багато науковців, зокрема: Б. Андрушків, Н. Вацик, І. Запихляк, І. Крамар, О. Кузьмін, Л. Ліпич, О. Мельник, В. Семенець, М. Швецова, Р. Шинкаренко, О. Хринюк та інші.

У наукових працях вітчизняних та закордонних авторів є чимало досліджень щодо вивчення особливостей виходу підприємств на зовнішні ринки. Окрім цього, авторами досліджено критерії при виборі зарубіжних регіональних ринків; форми та шляхи виходу вітчизняних підприємств на міжнародні ринки; моделі та стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки [1,3,5,8]. Зокрема, Л.Ліпич у своїх працях виділяє 6 етапів виходу на зовнішні ринки, а саме: пробного експорту, екстенсивного експорту, інтенсивного експорту, експортного маркетингу, міжнародного маркетингу та глобального маркетингу. Також автором зауважено, що при формуванні стратегії

виходу підприємств на зовнішні ринки важливим є визначення місії, формування цілей, аналізування та оцінювання факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, розроблення та аналізування стратегічних альтернатив, реалізація стратегії, оцінювання та контролювання стратегій [7].

І. Крамар виділяє такі виходи на зовнішні ринки як експорт та спільне підприємництво (ліцензування, виробництво за контрактом, управління за контрактом, підприємства спільного володіння, пряме інвестування). Автором зазначено, що перевагою виходу підприємства на міжнародний ринок є розширення його діяльності та підвищення ефективності діяльності, чого часто не вистачає вітчизняним підприємствам на внутрішньому ринку [2].

О. Хринюк зазначає, що при виході на зовнішні ринки найважливішим є дотримання наступних основних етапів, а саме: визначення мотивів виходу, аналіз потенціалу підприємства, вибір методів оцінки зовнішніх ринків, вибір напрямів інтернаціоналізації бізнесу, аналіз альтернативних варіантів зовнішніх ринків, оцінка можливостей подолання бар'єрів, визначення варіантів зовнішніх ринків для розгляду, вибір ринку і SWOT-аналіз, формування стратегії сегментування ринку, визначення основних конкурентних переваг, формування комплексу маркетингу, тактичних та оперативних положень, адаптація товару та вихід на зовнішній ринок [9].

У працях вище перелічених вчених проаналізовано багато інформації щодо особливостей виходу підприємств на зовнішні ринки враховуючи масштаби виходу, фактори внутрішнього та зовнішнього середовища, характер побудови та вибору стратегії виходу тощо, проте авторами не проаналізовано процесійний підхід виходу підприємства на зовнішній ринок на засадах загальних функцій управління, що набуває актуальності в умовах сьогодення.

Постановка завдань. Розглянути особливості виходу підприємств на зовнішні ринки, ґрунтовно дослідити кожен з етапів (планування, організування, мотивування, контролювання та регулювання) функціонального процесу виходу промислових підприємств на зовнішні ринки. Проаналізувати переваги та недоліки на кожному із вище вказаних етапів. Сформувати SWOT-аналіз виходу вітчизняних промислових підприємств на зовнішній ринок. Таке аналізування дасть можливість оцінити вплив сильних і слабких сторін діяльності організації, її можливостей та загроз з метою здійснення прогнозування майбутнього стану діяльності, підсилення слабких сторін підприємства та розвитку і розширення сильних позицій.

Результати. Розширення діяльності вітчизняних підприємств вимагає якісної системи управління його діяльністю як з фінансової, так і соціальної сторони. Система управління таким підприємством повинна містити ефективні засоби та методи оцінювання внутрішніх та зовнішніх факторів, які мають вплив на діяльність підприємства як всередині, так і ззовні. Вихід вітчизняного підприємства на зовнішні ринки потребує складання ретельного плану дій. Одним з елементів такого плану дій є формування процесу виходу вітчизняного підприємства на зовнішні ринки, який доцільно здійснювати за допомогою загальних функцій менеджменту, зокрема: планування, організування, мотивування, контролювання та регулювання. Функціональний підхід виходу вітчизняних промислових підприємств на зовнішні ринки наведено на рис. 1.

На першому етапі потрібно зібрати якомога більше інформації про чинники впливу на діяльність організації, оцінити можливі ризики та загрози, проаналізувати потенційних конкурентів, розрахувати прогнози на майбутні періоди. На етапі організування важливим є розподіл посадових обов'язків між працівниками підприємства, встановлення відповідальних осіб за процеси виходу на зовнішні ринки, реалізації оперативного та стратегічного планування тощо.

Мотивування є важливим етапом, оскільки від якості застосування мотиваційних механізмів залежить ефективність продуманої стратегії. Мотиваційні механізми доцільно було б застосовувати у двох випадках: перший – для працівників підприємства, з метою стимулювання їх трудової активності та другий – визначити основні мотиви для організації від виходу на зовнішні ринки. Функції контролювання та регулювання покликані моніторити весь процес виходу підприємства на зовнішні ринки, усувати процеси відхилення чи мінімізувати несприятливі ситуації.



Рис. 1. Функціональний підхід виходу вітчизняних промислових підприємств на зовнішні ринки

Fig 1. A functional approach to the exit of domestic enterprises to foreign markets

*розроблено авторами на основі [4, 5].

Важливим елементом при виході підприємства на зовнішній ринок є формування SWOT-аналізу. Таке аналізування допоможе оцінити потенційні можливості підприємства та його загрози, а також сильні і слабкі позиції.

Визначення ключових можливостей і загроз є важливою складовою, оскільки це передуватиме виявленню та мінімізації негативних особливостей щодо виготовлення продукції, виконання робіт чи надання послуг, що може призводити до втрат фінансових ресурсів чи споживачів. Потенційними можливостями, які позитивно впливають на діяльність підприємства при його виході на зовнішні ринки є:

- зниження витрат виробництва за допомогою використання ефективніших виробничих потужностей;
- використання спрощених процедур реєстрації для нових одиниць бізнесу;
- використання пільгових умов від уряду країни для нових одиниць бізнесу;
- зниження залежності від внутрішнього ринку;

- підвищення престижу організації на внутрішньому ринку як суб'єкта міжнародних економічних відносин.

Потенційними загрозами, які мають негативний вплив на діяльність підприємства при його виході на зовнішні ринки є:

- невідповідність очікуваного рівня прибутку від провадження міжнародної економічної діяльності;
- реорганізація умов виробництва та самої продукції до вимог зовнішнього ринку;
- додаткові фінансові витрати тощо.

Сильними позиціями підприємства які позитивно впливають на діяльність підприємства при його виході на зовнішні ринки є::

- випуск неординарного виду продукції чи надання послуг, які відсутні на зовнішньому ринку;
- якість продукції чи послуг перевищують аналогічні на зовнішньому ринку;
- короткі терміни виконання замовлення;
- наявність якісних та екологічних ресурсів.

Проте, поряд із сильними позиціями підприємства при виході на зовнішні ринки є і низка негативних особливостей чи слабких позицій, зокрема:

- велика конкуренція;
- невідповідність очікуваного рівня доходу;
- додаткові фінансові витрати тощо.

SWOT-аналіз виходу вітчизняних промислових підприємств на зовнішні ринки у табл 1.

Таблиця 1

SWOT-аналіз виходу вітчизняних промислових підприємств на зовнішні ринки

Table 1

SWOT analysis of the exit of domestic enterprises to foreign markets

Сильні позиції підприємства	Слабкі позиції підприємства
<ul style="list-style-type: none"> - випуск неординарного виду продукції чи надання послуг, які відсутні на зовнішньому ринку; - якість продукції чи послуг перевищують аналогічні на зовнішньому ринку; - короткі терміни виконання замовлення; - наявність якісних та екологічних ресурсів. 	<ul style="list-style-type: none"> - велика конкуренція; - додаткові фінансові витрати; - відсутність працівників відповідного рівня кваліфікації та компетенції; - неналагоджена система постачання ресурсів, необхідних для виготовлення продукції.
Можливості підприємства	Загрози підприємства
<ul style="list-style-type: none"> - зниження витрат виробництва за допомогою використання ефективніших виробничих потужностей; - використання спрощених процедур реєстрації для нових одиниць бізнесу; - використання пільгових умов від уряду для нових одиниць бізнесу; - зниження залежності від внутрішнього ринку; - підвищення престижу організації на внутрішньому ринку як суб'єкта міжнародних економічних відносин. 	<ul style="list-style-type: none"> - невідповідність очікуваного рівня прибутку від провадження міжнародної економічної діяльності; - реорганізація умов виробництва та самої продукції до вимог зовнішнього ринку; - додаткові фінансові витрати; - неналагоджена система постачання ресурсів, необхідних для виготовлення продукції.

*розроблено авторами на основі [7, 9].

Висновки. Таким чином, успішність виходу підприємства на зовнішній ринок залежить від ряду взаємопов'язаних елементів: аналізування переваг і недоліків виходу на зовнішній ринок, дотримання функцій управління (планування, організування, мотивування, контролювання і регулювання), дослідження чинників впливу на діяльність підприємства, формування SWOT та PEST аналізу діяльності підприємства. Дотримання етапів функціонального підходу (збір, обробка та зберігання інформації, формування місії і цілей виходу на зовнішні ринки, аналізування діяльності конкурентів, аналізування смаків та вподобань споживачів, організування виробничих завдань та трудових ресурсів, мотивування працівників належними методами морального та матеріального стимулювання, враховуючи їх потреби та мотиваційні механізми, контролювання ключових показників розвитку відповідно до здійснення попереднього, поточного та заключного видів контролю та усіх етапів функціонального підходу, ефективне застосування функції регулювання, яка покликана врегульовувати відхилення, збої чи недоліки, виявлені на попередніх етапах функціонального підходу дасть можливість формування ефективного та якісного процесу виходу на міжнародні ринки. Дослідження вище вказаних елементів впливатиме на стан розвитку міжнародної економічної діяльності підприємства із зовнішнім ринком.

1. Вацик Н.О, Чернобай Л.І. Особливості розвитку експортної діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств з урахуванням міжнародних стандартів. II Міжнародна інтернет-конференція «Проблеми економіки, фінансів та управління експортно-імпортною діяльністю». Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2016. С. 45-46.
2. Крамар І. Вихід на закордонні ринки як спосіб забезпечення ефективної діяльності підприємства в умовах глобалізації. *Економіка та управління підприємством*. С. 59-66. URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/53/22.pdf> (дата звернення: 27.04.2023)
3. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: [навчальний посібник]. 2-е вид. доп. і перероб. Львів: Національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» Інституту післядипломної освіти), «Інтелект-Захід». 2003. 352 с.
4. Кузьмін О.Є., Пирог О.В., Чернобай Л.І., Вацик Н.О. Експортна діяльність соціально-відповідальних суб'єктів господарювання: інструментарій підвищення ефективності. *Науковий журнал «Економіка і фінанси»*. 2014. № 12. С. 14-26.
5. Лема Г. В., Олексів І. Б., Лісович Т. Ю. Планування соціально-економічних заходів з розвитку компетенції працівників підприємств в умовах міжнародної економічної діяльності. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Проблеми економіки та управління*. 2018. № 897, вип. 2. С. 57–64.
6. Lema H. V., Oleksiv I. B., Kharchuk V. Y., Lisovych T. Y. Corporate social responsibility at emerging market: Ukrainian dimension. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2019. Вип. 1, № 2. С. 33–42.
7. Ліпич Л.Г., Фатенюк-Ткачук А.О. Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. № 102. С. 146-151.
8. Семенець В.В., Шинкаренко Р.В. Сутність та особливості форм виходу підприємств на зовнішні ринки. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. Випуск 1 (12). URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/SHinkarenko-R.V.-Semenets-V.V.pdf> (дата звернення: 10.03.2023)
9. Хринюк О.С. Торговельна політика підприємств: стратегії виходу на зовнішній ринок. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск №40.

References

1. Vatsyk, N.O., and L.I. Chernobai. "Peculiarities of the development of export activities of domestic machine-building enterprises taking into account international standards." *II International Internet Conference "Problems of Economy, Finance and Management of Export-Import Activities"*. Lviv, Lviv Polytechnic Publishing House. 2016, pp. 45-46.
2. Kramar, I. "Entering foreign markets as a way to ensure the effective operation of the enterprise in the conditions of globalization." *Economy and enterprise management*, pp. 59-66, galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/53/22.pdf Accessed 10 Mar. 2023.
3. Kuzmin, O.Ye., and O.H. Melnyk. *Theoretical and applied principles of management: [study guide]*, 2nd ed. Lviv, National University "Lviv Polytechnic" (Information and Publishing Center "INTELLECT+" of the Institute of Postgraduate Education), "Intellect-West", 2003.

4. Kuzmin, O.Ye., Pyrog, O.V., Chernobay, L.I., and N.O. Vatsyk. "Export activity of socially responsible business entities: tools for improving efficiency." *Scientific magazine "Economics and Finances"*, no. 12, 2014. pp. 14-26.
5. Lema, H.V., Oleksiv, I.B., and T.Yu.Lisovych. "Planning of socio-economic measures to develop the competence of employees of enterprises in the conditions of international economic activity." *Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic". Series: Problems of economics and management*, no. 897, issue 2, 2018, pp. 57-64.
6. Lema, H.V., Oleksiv, I.B., Kharchuk, V.Y., and T.Yu. Lisovych. "Corporate social responsibility at emerging market: Ukrainian dimension." *Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and development problems*, issue 1, no. 2, 2019, pp. 33-42.
7. Lypych, L.H., and A.O. Fatenyuk-Tkachuk. "Strategies for the entry of enterprises to foreign markets." *Culture of the People of the Black Sea Region*, no. 102, 2007, pp. 146-151.
8. Semenets, V.V., and R.V. Shinkarenko. "The essence and peculiarities of the forms of exit of enterprises to foreign markets." *EASTERN EUROPE: ECONOMY, BUSINESS AND MANAGEMENT*, issue 1(12), 2018, chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/SHinkarenko-R.V.-Semenets-V.V.pdf Accessed 10 Mar. 2023.
9. Hrynyuk, O.S. "Trade policy of enterprises: strategies for entering the foreign market." *Economy and society*, no. 40, 2022.

УДК 620.91/92-044.372J061.1ЄС

doi: 10.15330/apred.1.19.61-69

Козут-Ференс О. І.¹, Масевич А.Л.²

ПРИЧИНИ ТА ПОТОЧНИЙ СТАН ЕНЕРГЕТИЧНОЇ КРИЗИ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ

Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника,
кафедра міжнародних економічних відносин,
вул. Шевченка, 57, Івано-Франківськ,
76000, Україна,
¹тел.: (0342) 75-20-27,
e-mail: oksana.kohut_ferens@pnu.edu.ua,
ORCID: 0000-0001-6015-5205

² тел.: 0967196584,
e-mail: amasevych@gmail.com,
ORCID: 0009-0009-6603-8881

Анотація. Геополітична ситуація у світі завжди мала безпосередній вплив на світовий ринок енергетики та торгівлю енергоресурсами. Протягом останніх років енергетична ситуація в країнах Європи значно погіршувалася через низку кризових подій, які сколихнули світ.

Сучасна енергетична криза є чи не найголовнішою проблемою не тільки для України, а й для всього світу. Водночас це і глобальна екологічна проблема. Зараз, як ніколи раніше, у всіх світових лідерів та міжнародних організаціях гостро постає питання постачання енергоресурсів та енергетичної ситуації в світі загалом. Для вирішення проблеми перш за все потрібно розуміти причини виникнення енергетичної кризи та її поточний стан. Отож метою даної статті є дослідження етапів та причин розвитку енергетичної кризи, характеристика її поточного стану в країнах Європи.

Проблемам дослідження теоретичних і практичних аспектів функціонування енергетичних ринків в кризових ситуаціях присвячено низку праць таких відомих вітчизняних і зарубіжних науковців, як С.І Кондратов, Ю.М. Скалецький, В.І. Кравцов, Д.С. Бірюков, Р. Еден, Л. Воррел та ін.