

УДК 005.21-047.44:621.39:658.11

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Краснова В.В., д.е.н., зав. кафедри економіки підприємства Донецького національного університету (Україна)
Дуленко В.В., Донецький національний університет (Україна)

Краснова В.В., Дуленко В.В. Стратегічний аналіз розвитку телекомунікаційного підприємства.

У статті розглянуто основні аспекти стратегічного аналізу розвитку телекомунікаційного підприємства. За допомогою методів стратегічного аналізу вивчено фінансовий стан та конкурентоспроможність підприємства, а також привабливість і стабільність функціонування галузі телекомунікацій. Обґрунтовано, що для успішної реалізації стратегії телекомунікаційним підприємствам необхідно регулярно здійснювати моніторинг факторів зовнішнього середовища і вміти належним чином адаптуватися до їх змін. На основі застосування матричних методів досліджено перспективи розвитку окремих сегментів діяльності підприємства з урахуванням конкурентної позиції підприємства та стадії життєвого циклу ринку. За результатами використання аналітичного інструментарію надано рекомендації щодо розробки та реалізації стратегії досліджуваного підприємства за сучасних умов розвитку галузі зв'язку України.

Ключові слова: телекомунікаційне підприємство, стратегічний аналіз, конкурентна позиція, стратегія підприємства, бізнес-стратегія, інтегральний показник, матричні методи.

Краснова В.В., Дуленко В.В. Стратегический анализ развития телекоммуникационного предприятия.

В статье рассмотрены основные аспекты стратегического анализа развития телекоммуникационного предприятия. С помощью методов стратегического анализа изучено финансовое состояние и конкурентоспособность предприятия, а также привлекательность и стабильность функционирования отрасли телекоммуникаций. Обосновано, что для успешной реализации стратегии телекоммуникационным предприятиям необходимо регулярно осуществлять мониторинг факторов внешней среды и уметь надлежащим образом адаптироваться к их изменениям. На основе применения матричных методов исследованы перспективы развития отдельных сегментов деятельности предприятия с учётом конкурентной позиции предприятия и стадии жизненного цикла рынка. По результатам использования аналитического инструментария даны рекомендации по разработке и реализации стратегии исследуемого предприятия при современных условиях развития отрасли связи Украины.

Ключевые слова: телекоммуникационное предприятие, стратегический анализ, конкурентная позиция, стратегия предприятия, бизнес-стратегия, интегральный показатель, матричные методы.

Krasnova V., Dulenko V. Strategic analysis of the development of the telecommunication enterprise.

Main aspects of strategic analysis of the development of the telecommunication enterprise are discussed in the article. The financial position and competitiveness of the enterprise, as well as the attractiveness and stability of functioning of the telecommunication industry are examined, using methods of strategic analysis. It is proved that telecommunication enterprises should undertake regular monitoring of external environment factors and be able to properly adapt to the changes for a successful implementation of strategy. We have studied the prospects of development of separate segments of an enterprise taking into account competitive position of the company and the stage of life cycle of the market on the basis of application of matrix methods. Recommendations on developing and implementing strategies investigated enterprise in modern conditions of development of communication branch of Ukraine are given by the results of the use of analytical tools.

Keywords: telecommunication enterprise, strategic analysis, competitive position, strategy of the enterprise, business strategy, integral index, matrix methods.

Постановка проблеми. Сучасні умови функціонування великих телекомунікаційних підприємств є складними і непередбачуваними через наявність загроз як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищі підприємства. Внаслідок дестабілізуючого впливу чинників зовнішнього середовища та виникнення екстремальних умов розвитку перед підприємствами постає необхідність набуття здатності до опору негативним впливам. Мінливе зовнішнє середовище суттєво впливає на діяльність підприємств галузі телекомунікацій України, викликаючи низку проблем тактичної та стратегічної спрямованості. За таких умов однією з головних цілей для підприємств стає стратегічний аналіз та визначення напрямків удосконалення стратегії розвитку, що й обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти, пов'язані зі стратегічним аналізом підприємств галузі зв'язку, досліджували такі економісти, як А.І. Ачкасов [1], П.Л. Гордієнко [2], Л.С. Довгань [3], О.І. Ковтун [4], К.І. Редченко [5], Л.В. Шостак [6] та інші. Досить пильну увагу стратегічному аналізу приділяють в річних звітах і програмах розвитку операторів телекомунікацій.

Виділення невирішеної проблеми. Віддаючи належне науковій і практичній значущості праць вище названих авторів, слід зазначити, що більш детального вивчення потребують питання, пов'язані зі стратегічним аналізом конкурентних позицій підприємств зв'язку України в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Метою дослідження є представлення рекомендацій щодо зміцнення конкурентних позицій телекомунікаційних підприємств на засадах стратегічного аналізу з урахуванням особливостей розвитку різних сегментів ринку зв'язку.

Результати дослідження. Одним із провідних підприємств на ринку зв'язку України є Публічне акціонерне товариство «Укртелеком» (далі – ПАТ «Укртелеком»). Особливістю діяльності ПАТ «Укртелеком» є той факт, що воно надає широкий асортимент телекомунікаційних послуг у різних регіонах України. За 2011 р. підприємство отримало дохід в обсязі 8040 млн. грн. Найбільша частка доходів припадала на послуги фіксованого зв'язку (73,2%), а також на Інтернет-послуги (18,4%). Частка доходів від послуг мобільного зв'язку складала 4,7%, а від інших послуг – 3,7% [7].

Для дослідження поточної господарської діяльності на підприємстві та надання рекомендацій із її покращення в майбутньому доцільно використовувати стратегічний аналіз. Стратегічний аналіз являє собою комплексне дослідження економічної системи за параметрами, які визначають її майбутній стан. За допомогою стратегічного аналізу готується стратегічний план розвитку підприємства, здійснюється науково обґрунтована, всебічна і своєчасна підтримка прийняття стратегічних управлінських рішень [5, С. 38]. Варто також зазначити, що стратегічний аналіз дозволяє виявити резерви та можливості підприємства, визначити напрямки адаптації внутрішніх можливостей підприємства до змін чинників зовнішнього середовища. Це особливо важливо для підприємств галузі телекомунікацій, на які значною мірою впливають зовнішні умови функціонування.

У процесі проведення стратегічного аналізу об'єкта застосовуються такі прийоми і методи, як STEP – аналіз, SWOT – аналіз, SPACE – аналіз, GAP – аналіз, метод аналізу LOTS, PIMS – аналіз, вивчення ринкового профілю об'єкта, матриця БКГ, матриця «McKinsey» — «General Electric», матриця ADL/LC та інші. Для аналізу ПАТ «Укртелеком» найбільш доцільно використовувати матрицю ринкового профілю, SPACE – аналіз та матрицю ADL/LC. Це можна пояснити мінливістю умов зовнішнього середовища в галузі телекомунікацій та тим фактом, що ПАТ «Укртелеком» одночасно функціонує на різних сегментах ринку зв'язку, займаючи при цьому різні конкурентні позиції.

Застосування матриці ринкового профілю дозволяє на основі поєднання якісних і кількісних методів визначити конкурентоспроможність підприємства і діагностувати «стратегічні резерви». За допомогою використання цього інструменту можна забезпечити баланс ринкових запитів і реальних можливостей самого підприємства та отримати необхідну інформацію для вибору

оптимальних стратегічних альтернатив. На основі інформації, розміщеної в джерелах [7-9], представлений ринковий профіль ПАТ «Укртелеком» (табл. 1). Для побудови було обрано 12 показників, кожний з яких оцінений експертним шляхом за бальною шкалою від 0 до 10 балів.

Таблиця 1

Матриця ринкового профілю ПАТ «Укртелеком»

№	Індикатори аналізу	Шкала оцінки, балів										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Частка на ринку телекомунікацій									X		
2.	Темпи зростання чистого доходу						X					
3.	Рентабельність сукупних активів				X							
4.	Коефіцієнт фінансової автономії								X			
5.	Якість послуг								X			
6.	Лояльність споживачів							X				
7.	Рівень післяпродажного обслуговування							X				
8.	Можливість впливу на рівень тарифів на послуги						X					
9.	Географія ринків									X		
10.	Кваліфікація персоналу								X			
11.	Технологічний рівень обладнання підприємства				X							
12.	Можливість своєчасного і адекватного реагування на зміни зовнішнього середовища				X							
Загальна оцінка		70										

Найкращі оцінки ПАТ «Укртелеком» отримало за такими показниками, як частка на ринку телекомунікацій та географія ринків. Це пояснюється тим, що підприємство є лідером телекомунікаційної галузі України, має розгалужену інфраструктуру та надає послуги в усіх регіонах країни. Найнижчу оцінку ПАТ «Укртелеком» отримало за таким показником, як рентабельність сукупних активів. Це обумовлено тим, що за 2008 – 2010 рр. підприємство мало від'ємні значення рентабельності сукупних активів через наявність збитків від звичайної діяльності до оподаткування. У 2011 – 2012 рр. у ПАТ «Укртелеком» були зафіксовані позитивні значення рентабельності сукупних активів: 0,03 та 0,05 відповідно.

Керівництву ПАТ «Укртелеком» необхідно вжити заходів стосовно підвищення технологічного рівня обладнання підприємства та покращення реагування на зміни чинників зовнішнього середовища. Найбільші обсяги інвестицій доцільно вкладати в модернізацію та оновлення устаткування, пов'язаного з наданням Інтернет-послуг як найбільш перспективного напрямку діяльності підприємства. Одним із заходів, спрямованих на покращення реагування підприємства на зміни чинників зовнішнього середовища, може бути зміна існуючої організаційної структури ПАТ «Укртелеком». Замість існуючих 27 регіональних філій доцільно створити 7-8 укрупнених філій.

Таблиця 2

SPACE-аналіз ПАТ «Укртелеком»

Критерії	Оцінка	Вагомість	Зважена оцінка
Фінансовий стан підприємства (ФСП)			
Рентабельність власного капіталу	2	0,3	0,6
Коефіцієнт фінансової автономії	7	0,25	1,75
Стабільність отримання прибутку	2	0,15	0,3
Ліквідність	7	0,15	1,05
Оборотність запасів	9	0,15	1,35
Загальна оцінка критерію			5,05
Конкурентоспроможність підприємства (КП)			
Частка підприємства на ринку	8	0,35	2,8
Можливість активного впливу на рівень цін і витрат	5	0,15	0,75
Рентабельність продажів	2	0,2	0,4
Якість послуг	7	0,2	1,4
Лояльність споживачів	6	0,1	0,6
Загальна оцінка критерію			5,95
Привабливість галузі (ПГ)			
Рівень конкуренції	5	0,3	1,5
Стадія життєвого циклу галузі	5	0,2	1
Потенціал зростання галузі	6	0,2	1,2
Ефективність використання ресурсів	6	0,2	1,2
Легкість входження в галузь	5	0,1	0,5
Загальна оцінка критерію			5,4
Стабільність галузі (СГ)			
Рівень технологічних змін	6	0,3	1,8
Темпи інфляції	5	0,15	0,75
Варіація попиту на послуги	4	0,15	0,6
Інтервал цін конкуруючих послуг	5	0,2	1
Рівномірність забезпечення послугами різних територій	3	0,2	0,6
Загальна оцінка критерію			4,75

За рахунок підвищення якості послуг та рівня післяпродажного обслуговування можна покращити лояльність споживачів та, як наслідок, популярність бренду ПАТ «Укртелеком» серед широкого кола споживачів.

Загальна оцінка ринкового профілю ПАТ «Укртелеком» склала 70 балів із 120 можливих (58,33% від максимального значення), що є задовільним показником, але водночас свідчить про необхідність змін стратегічного спрямування на підприємстві.

На основі аналізу інформації, поданої у джерелах [7-9], і з урахуванням методологічної бази [2, 4, 5] проведемо SPACE-аналіз ПАТ «Укртелеком», який представлений у табл. 2.

SPACE-аналіз включає в себе вивчення діяльності підприємства за 4 групами факторів: фінансовий стан підприємства (ФСП); конкурентоспроможність підприємства (КП); привабливість галузі (ПГ) і стабільність галузі (СГ). Перші дві групи факторів характеризують внутрішнє середовище підприємства; привабливість і стабільність галузі - зовнішнє. Для кожної групи факторів було

відібрано по 5 критеріїв. Кожен із критеріїв оцінений в балах від 0 до 10 (0 балів - найменша оцінка; 10 балів - найбільша). З урахуванням вагомості кожного з критеріїв були отримані зважені оцінки для критеріїв і груп факторів.

Як видно з табл. 2, зважені оцінки за всіма групами факторів знаходяться в інтервалі від 4,75 бала до 5,95 балів, що свідчить про середні показники як діяльності самого підприємства, так і розвитку телекомунікаційної галузі України.

Для більш наочного відображення ситуації на ПАТ «Укртелеком» представимо графічну інтерпретацію SPACE-аналізу. Отримані результати відображаються на прямокутній системі координат, в якій кожна половина осей x і y відображає відповідну групу критеріїв (рис. 1).

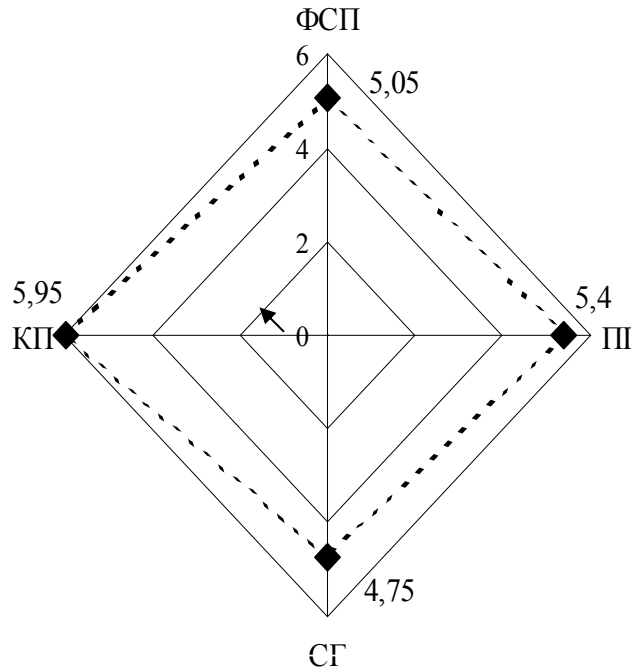


Рис. 1. Графічна інтерпретація SPACE-аналізу ПАТ «Укртелеком»

Для визначення вектора рекомендованої стратегії розрахуємо координати точки Р (x, y) за такими формулами:

$$x = ПГ - КП = 5,4 - 5,95 = -0,55; \tag{1}$$

$$y = ФСП - СГ = 5,05 - 4,75 = 0,3. \tag{2}$$

Як видно з графіка, вектор знаходиться в лівому верхньому квадранті. Відповідно, ПАТ «Укртелеком» повинно використовувати консервативну стратегію. Консервативна стратегія характерна для стабільних, повільно зростаючих галузей. Критичним фактором при консервативній стратегії є конкурентоспроможність послуг. До основних напрямів дій, притаманних консервативній стратегії ПАТ «Укртелеком», можна віднести наступні заходи:

- зменшення витрат;
- концентрація на управлінні потоком платежів;
- додатковий захист конкурентоспроможних послуг;
- розробка нових послуг;
- спроби проникнення на більш привабливі ринки.

Слід зазначити, що здійснення консервативної стратегії на ПАТ «Укртелеком» передбачає ретельний аналіз наявних на ринку можливостей і обережне їх використання.

Проведемо стратегічний аналіз життєвого циклу бізнесу ПАТ «Укртелеком» за допомогою матриці ADL/LC, у якій два системних критерії: конкурентна позиція підприємства на ринку та стадія життєвого циклу ринку. У табл. 3 представлений перелік індикаторів та відповідні бали за кожним із показників конкурентної позиції підприємства на ринку.

Таблиця 3

Аналіз конкурентної позиції ПАТ «Укртелеком» на різних сегментах ринку телекомунікацій України

№	Назва показника	Бальна оцінка (від 1 до 5)		
		Фіксований зв'язок	Інтернет-послуги	Мобільний зв'язок
1	2	3	4	5
1.	Динаміка продажів підприємства на ринку	5	5	2
2.	Конкурентна перевага підприємства	4	4	3
3.	Рівень лояльності клієнтів і можливість їх переключення на послуги конкурентів	3	3	2
4.	Рівень знання послуги підприємства серед аудиторії	5	4	1
5.	Ступінь свободи підприємства у встановленні рівня ціни на послугу	3	4	3
6.	Рівень загрози з боку конкурентів	5	3	1
Усього		25	23	12
Конкурентна позиція підприємства		домінантна	сильна	нестійка

Якщо напрямок діяльності ПАТ «Укртелеком» отримує загальну оцінку від 1 до 6 балів, то його конкурентна позиція є слабкою, від 7 до 12 балів – нестійкою, від 13 до 18 балів – сприятливо, від 19 до 24 балів – сильною, від 25 до 30 балів – доміантною.

У табл. 4 представлений перелік індикаторів та відповідні бали за кожним із показників стадії життєвого циклу сегментів ринку телекомунікацій України.

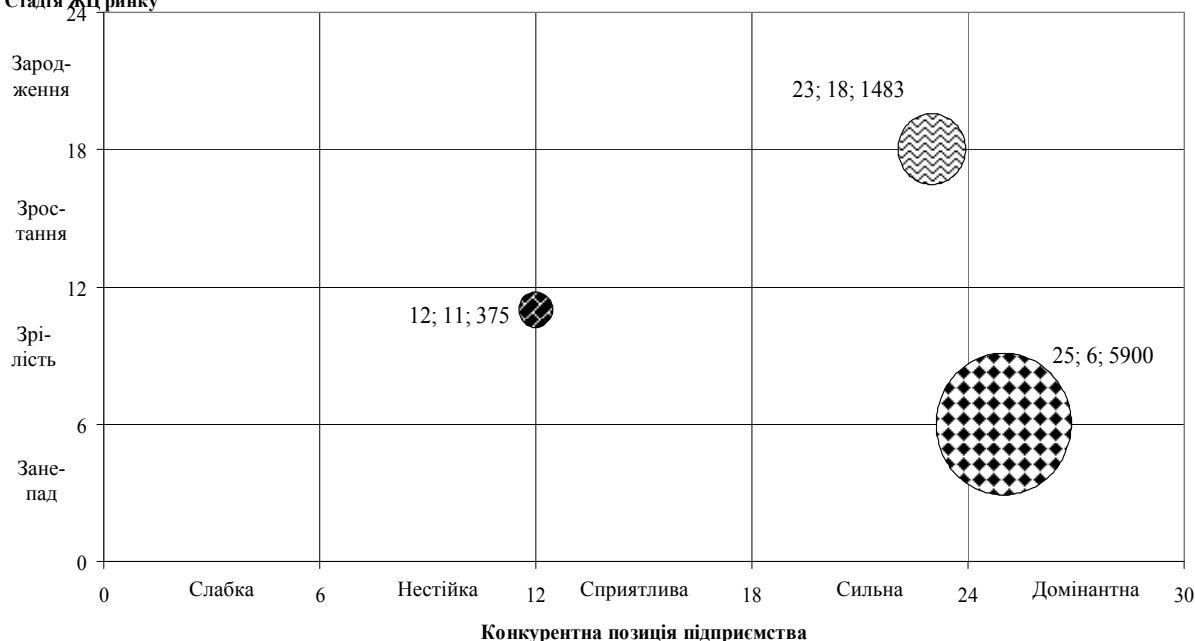
Таблиця 4

Аналіз стадій життєвого циклу сегментів ринку телекомунікацій України				
№	Назва показника	Бальна оцінка (від 1 до 4)		
		Фіксований зв'язок	Інтернет-послуги	Мобільний зв'язок
1.	Темпи зростання ринку, на якому оперує підприємство	1	3	2
2.	Потенціал ринку	1	3	2
3.	Рівень поширення послуги серед цільової аудиторії	1	3	2
4.	Рівень конкуренції на ринку	1	3	2
5.	Динаміка обсягу інвестицій у ринок	1	3	1
6.	Рівень цін на ринку	1	3	2
Усього		6	18	11
Стадія життєвого циклу ринку		занепад	зростання	зрілість

Якщо сегмент ринку отримує загальну оцінку від 1 до 6 балів, то він знаходиться на стадії занепаду; від 7 до 12 – на стадії зрілості; від 13 до 18 балів – на стадії зростання; від 19 до 24 балів – на стадії зародження.

Конкурентоспроможність сегменту Інтернет-послуг, мобільного та фіксованого зв'язку та стадії життєвого циклу відповідних сегментів ринку систематизовані за допомогою матриці ADL/LC (рис. 2.), у якій також представлена виручка від реалізації послуг по кожному із трьох сегментів за 2011 р.

Стадія ЖЦ ринку



● фіксований зв'язок ● мобільний зв'язок ☉ Інтернет-послуги

Рис. 2. Матриця ADL/LC ПАТ «Укртелеком»

Як видно з наведеної діаграми, сегмент Інтернет-послуг ПАТ «Укртелеком» має сильну позицію за рівнем конкурентної позиції, а ринок Інтернет-послуг знаходиться на стадії зростання. Серед стратегічних альтернатив для цього сегменту ПАТ «Укртелеком» найбільш доцільно застосувати стратегію, яка поєднує використання ефективних технологій, що користуються попитом у споживачів, та зниження собівартості за рахунок поширення послуг у якомога більшій кількості населених пунктів України.

Сегмент фіксованого зв'язку ПАТ «Укртелеком» має домінуючу позицію за рівнем конкурентоспроможності, а ринок фіксованого зв'язку знаходиться на стадії занепаду. Цей сегмент підприємства відіграє роль «генератора» коштів, кошти в нього реінвестуються в міру необхідності. Доцільно використовувати стратегію утримання частки ринку, яка передбачає надання тих самих послуг на тих самих ринках.

Сегмент мобільного зв'язку ПАТ «Укртелеком» має нестійку позицію за рівнем конкурентної позиції, а ринок мобільного зв'язку знаходиться на стадії зрілості. Для цього сегменту ПАТ «Укртелеком» потрібно використовувати стратегію пошуку та утримання ніші на ринку. Зокрема доцільно сконцентрувати увагу на клієнтах, яким потрібні послуги на основі 3G-технологій, проте за більш високими цінами, ніж у лідерів мобільного зв'язку України.

Для усунення проблем, що існують в окремих сегментах діяльності ПАТ «Укртелеком», треба розробити систему стратегічних заходів. Ключову роль найближчим часом потрібно відвести фіксованому зв'язку та Інтернет-послугам як найбільш прибутковим сегментам. Заходи у сфері фіксованого зв'язку слід спрямувати на повернення лояльності споживачів.

Стратегія розвитку Інтернет-послуг повинна мати на меті покращення рівня технологічного обслуговування, розробку новітніх маркетингових технологій, а також зниження диференціації в рівні абонентської бази в окремих регіонах.

У діяльність ТОВ «Тримоб» (сегмент мобільного зв'язку) потрібно внести певні корективи, які б дозволили підприємству знайти своє місце на висококонцентрованому ринку та спеціалізуватися на специфічній цільовій аудиторії.

У якості специфічних напрямків діяльності ПАТ «Укртелеком» важливо визначити варіанти підтримки фіксованого зв'язку в сільській місцевості та радіозв'язку, які завдають значних збитків підприємству (табл. 5).

Матриця стратегій розвитку окремих сегментів діяльності ПАТ «Укртелеком» на 2012-2015 рр.

Напрямок стратегії	Стратегічні дії	2012		2013		2014		2015	
		I	II	I	II	I	II	I	II
1. Фіксований зв'язок									
Лідера ринку	Позиційна оборона								
	Захист флангів								
	Мобільний захист								
2. Інтернет-послуги									
Лідера ринку	Залучення нових споживачів								
	Технологічний ривок								
	Мобільний захист								
3. Реорганізація «Utel» в ТОВ «ТриМоб»									
Нішевого підприємства із зростаючою часткою ринку	Інтенсифікація зусиль по зниженню собівартості послуг								
	Впровадження ефективної системи просування послуг								
	Спеціалізація на специфічній цільовій аудиторії								
4. Сільський телефонний зв'язок і радіозв'язок									
Точкової селекційної роботи	Стратегія соціальних акцій								
	Покращення післяпродажного обслуговування								
	Стабілізація рівня абонентської бази								

Вважаємо, що запропоновані стратегічні дії сприятимуть поліпшенню конкурентних позицій в пріоритетних сегментах діяльності ПАТ «Укртелеком», а також зниженню збитків від малоєфективних сегментів.

Висновки та пропозиції. Таким чином, ПАТ «Укртелеком» є лідером за обсягом доходів у галузі зв'язку України, має деякі переваги у порівнянні із конкурентами на ринку. Проте і для цього підприємства характерні проблеми, серед яких особливо слід відмітити суттєві диспропорції в структурі доходів між окремими сегментами послуг, нездатність швидко пристосуватися до змін зовнішнього середовища.

Конкурентні позиції ПАТ «Укртелеком» на окремих сегментах ринку телекомунікацій України сильно відрізняються, що обумовлює специфічність стратегій на кожному з них. На основі аналізу інформаційних даних та вивчення позитивних і негативних факторів, які істотно впливають на функціонування ПАТ «Укртелеком», виявлено, що найбільш перспективним сегментом діяльності досліджуваного підприємства є Інтернет-зв'язок.

Під час розробки та реалізації бізнес-стратегій окремих сегментів ПАТ «Укртелеком» потрібно використовувати методи стратегічного аналізу та адекватно реагувати на зміни умов зовнішнього середовища для підприємств галузі зв'язку. Вважаємо, що це надасть змогу підвищити конкурентоспроможність досліджуваного підприємства.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Ачкасов А.І. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: конспект лекцій / А.І. Ачкасов, Т.А. Пушкар, В.Г. Федорова. — Харків: ХНАМГ, 2010. — 89 с.
2. Гордієнко П.Л. Стратегічний аналіз: навчальний посібник / П.Л. Гордієнко. — К.: Алерта, 2006. — 404 с.
3. Довгань Л.С. Стратегічне управління: навчальний посібник / Л.С. Довгань, Ю.В. Каракай, Л.П. Артеменко. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 440 с.
4. Ковтун О.І. Стратегія підприємства: підручник / О.І. Ковтун. — Львів: Новий Світ — 2000, 2009. — 680 с.
5. Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі: навчальний посібник / К. І. Редченко. — 2-е вид., доп. — Львів: Новий Світ - 2000, 2010. — 272 с.
6. Шостак Л. В. Розробка корпоративної стратегії операторів сфери телекомунікацій [Електронний ресурс] / Л. В. Шостак, С. В. Павлова // Електронне фахове видання «Ефективна економіка». — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1948>
7. Річний звіт ПАТ «Укртелеком» за 2011 р. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт ПАТ «Укртелеком». — Режим доступу: http://www.ukrtelecom.ua/media/library/richniy_zvit_2011.pdf
8. Річна фінансова звітність ПАТ «Укртелеком» за 2008-2012 рр. [Електронний ресурс] // Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України. — Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/21560766>
9. Звіт щодо діяльності НКРЗІ та стану телекомунікацій в Україні за 2011 р. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт НКРЗІ. — Режим доступу: http://www.nkrz.gov.ua/img/zstored/File/2011_zvit_nkrz.pdf

УДК 339.924

ЭКОНОМИКА УКРАИНЫ: НЕОБХОДИМОСТЬ НОВОГО КУРСА

Кротов М.И., д.э.н., Советник Председателя Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации

Кротов М.И. Экономика Украины: необходимость нового курса.

У даній науковій статті розглянуто: євразійський шлях формування загальноєвропейського економічного простору, позитивний євразійсько-інтеграційний досвід України, розкрито роль проведеного після «помаранчевої революції» з 2005 р. євроінтеграційного курсу як головної причини глибокої соціально-економічної кризи України, показано, що угода про асоціацію з Європейським союзом є концентрованим втіленням інтересів європейських конкурентів українського бізнесу, обґрунтовано необхідність проведення нового євразійського соціально-економічного курсу для відродження України. Вихід з політичної кризи може бути тільки в зміні економічного курсу.

Ключові слова: загальноєвропейський економічний простір, Європейський Союз, Митний союз, Україна.

Кротов М.И. Экономика Украины: необходимость нового курса.

В данной научной статье рассмотрено: евразийский путь формирования общеевропейского экономического пространства,