

ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ

НАТАЛЯ МОРОЗОВА,

аспірант кафедри маркетингу та комерційної справи Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

У статті розглядаються методичні питання прогнозування розвитку фармацевтичного ринку з урахуванням результатів взаємодії його суб'єктів. На базі кластерного й дискримінантного аналізу досліджено структурні характеристики аптечних мереж, роль суб'єктів ринкової взаємодії в процесах їхнього адаптивного розвитку.

Ключові слова: фармацевтичний ринок, адаптація, взаємодія, аптечні мережі, прогнозування, кластерний аналіз.

Постановка проблеми. Формування та розвиток нових економічних відносин в умовах ринкової трансформації економіки України зумовили необхідність розробки механізму адаптивного розвитку суб'єктів ринку. Ядром фармацевтичної галузі є виробництво лікарських засобів, яке динамічно розвивається. Частка медико-біологічного виробничого комплексу в загальних обсягах промислового виробництва України на початок 2009 р. склала 0,98 %, а на початок 2010 р. цей показник перевищив 1,39 %. Фармацевтична промисловість - одна з успішних і прибуткових галузей із середнім рівнем прибутковості продажу 30 %. Водночас рівень прибутковості сектора аптечних мереж перевищує 38 %, а тому становить певний інвестиційний інтерес. Крім того, адаптивний розвиток аптечних мереж - актуальна тема дослідження.

Особливості правового поля, що регламентує торгівлю медикаментами, полягають у регулюванні ціноутворення з боку держави. Це обумовлено нееластичним попитом на лікарські засоби, важливою роллю цієї товарної категорії в забезпеченні умов для збереження здоров'я нації, підтримки відповідного рівня потенціалу відтворення. Через установлення граничних рівнів торговельних націнок на лікарські засоби й виробниці медичного призначення державні інститути виконують функцію соціального захисту громадян.

Проблема насиченості фармацевтичного ринку трансформувалась у проблему доступності для споживачів ефективних і безпечних ліків. Головне завдання сектора загального державного управління - це модифікація правил функціонування ринку для того, щоб пріоритетними стали інтереси кінцевих споживачів.

У цих умовах виникає проблема адаптації аптечних мереж як суб'єкта ринкової взаємодії до процесу постійних змін як у системі державного контролю за обігом лікарських засобів, так і до змін у споживчих перевагах щодо купівлі окремих товарних груп та цінних орієнтирів у системі конкурентного впливу.

У процесі розвитку й доповнення існуючих підходів

до рішення цієї проблеми в рамках ринкових перетворень виникає нагальна потреба в розробці алгоритмічної моделі розпізнавання стану ринку, що дозволяє із системних позицій визначати тенденції його розвитку залежно від стану зовнішнього мезо- й макрооточення, а також від сукупності потенційних і реальних можливостей його основних учасників. Зокрема, необхідно приділити особливу увагу прогнозуванню характеру розвитку фармацевтичного ринку в існуючій системі сфер впливу: виробник, аптечна мережа, лікувально-профілактичні установи, споживач, імпорт лікарських засобів.

Аналіз досліджень і публікацій, у яких започатковано вирішення проблеми. Питання регулювання й розвитку фармацевтичного ринку були предметом дослідження багатьох українських і зарубіжних учених. Наукові дослідження щодо фармацевтичного ринку проводили в різних аспектах - економічному, фінансовому, аналітичному, історичному. Значний внесок у розробку питань щодо організації та економіки фармацевтики зробили такі вчені, як І. М. Губський, І. Б. Дутчак [1], А. Б. Краснокутський, В. І. Криков, А. А. Лагунова, М. М. Литвиненко, В. І. Прокопишин та ін.; проблеми фармацевтичного маркетингу та стратегічного управління в практиці фармацевтичних фірм висвітлювали у своїх роботах В. А. Белошапка, Б. П. Громовик, Г. Д. Гасюк, Г. В. Загорій, О. Р. Левицька, Л. А. Мороз, І. О. Каракай [2], В. А. Усенко, Н. І. Чухрай; фармацевтичного менеджменту - З. М. Мнушко [3]; аналізу й статистики у фармацевтиці - С. Н. Лапач, М. Ф. Пасічник, А. В. Чубенко; фармацевтичного ціноутворення - А. С. Немченко, О. І. Лабурцева, С. В. Безкоровайна [4]; особливостей державного регулювання окремих секторів економічної діяльності, регіональної економіки та державного менеджменту в умовах глобалізації - І. О. Бочан, З. М. Залого, М. І. Крупка, А. Ф. Мельник, І. Р. Михасюк, А. М. Стельмащук.

Багато з названих авторів обґрунтували соціальну значущість продукту фармацевтичної промисловості, показали, що в межах збільшення прибутків ви-

робники фармацевтичної продукції та їхні дистрибутори зобов'язані звертати увагу на соціальну відповідальність перед кінцевим споживачем і суспільством у цілому. Разом із тим питання побудови внутрішньогосподарсько-економічної політики фірми з урахуванням принципово нового зовнішнього середовища потребують подальшого дослідження. Зокрема слід розглянути питання адаптивного розвитку підприємств аптечної торгівлі, дослідити ступінь впливу окремих сфер фармацевтичного ринку.

Метою статі є прогнозування стану розвитку фармацевтичного ринку з урахуванням взаємодії його суб'єктів та використанням інструментів кластерного аналізу.

Виклад основного матеріалу. Ринок, як будь-яка соціально-економічна система, цікавий із погляду управління як об'єкт, що має стратегічну спрямованість свого розвитку. Тому для побудови контуру, адаптивного зовнішнім змінам управління на рівні аптечних мереж, необхідно виявити й вивчити як довгострокові тенденції, що визначають стратегію його розвитку, так і короткострокові тенденції, що дозволяють приймати якісні оперативні управлінські рішення.

Для досягнення поставленої мети пропонується використовувати три напрямки досліджень: 1) прогнозування розвитку фармацевтичного ринку в часовому розрізі; 2) прогнозування місця фармацевтичного ринку в економічній системі країни; 3) прогнозування розвитку фармацевтичного ринку в порівняльному розрізі.

Для прогнозування розвитку фармацевтичного ринку в часовому вимірі необхідно побудувати трендові моделі аналізу тенденцій приватних і загального рівнів розвитку фармацевтичного ринку в щомісячному й річному розрізах. Здійснюється декомпозиція загального інтегрального показника соціально-економічного розвитку (СЕР) фармацевтичного ринку й групових інтегральних показників. Декомпозиція проводиться з використанням методів економетричного аналізу, а саме: моделей часових рядів, які дозволяють виявити довгострокові тенденції (тренд) у динаміці розвитку ринку, а також короткострокову (циклічну) складову, тобто:

$$СЕР(t) = T(t) + Z(T), \quad (1)$$

де $T(t)$ - тренд; $Z(T)$ - циклічна складова.

Аналіз довгострокової тенденції СЕР фармацевтичного ринку за загальним інтегральним показником дозволяє зробити висновок про домінуючу спрямованість розвитку цього ринку, тобто виділити контур стратегічного управління; аналіз тренда приватних інтегральних показників - про довгострокові тенденції розвитку тієї або іншої сфери життєдіяльності фармацевтичного ринку; аналіз короткострокових тенденцій загального інтегрального показника СЕР цього ринку дає можливість говорити про реальні зміни за короткий проміжок часу, тобто дозволяє виділити причини появи короткострокових криз. Як моделі прогнозування використовувалися економетричні моделі згідно з методикою, наведеною в [5, с. 129-137].

У зв'язку з тим, що значення інтегрального показника є обмеженими зверху (не можуть бути більше 1), то для його прогнозування доцільно використовувати логістичну або циклічну функції, що змінюються в ме-

жах [0; 1]. Результатом екстраполяції тенденції, що спостерігалася в минулому, буде інтервальне значення, яке із заданою можливістю (зазвичай 95 %) лежить у межах певного діапазону. Зі збільшенням періоду, на який робиться прогноз, точність результату швидко падає. Кордон інтервалу прогнозованого значення залежить і від відхилення тренда від фактичних значень часового ряду в минулому періоді.

Чим більше модель відповідає змінам явища в минулому, тим менше помилка прогнозу з точки зору теорії регресійного аналізу. Але при апроксимації тренда поліномом зі зростанням міри залежності розрахунковий рівень наближається до фактичних даних і, нарешті, повністю збігається зі значеннями в точках, по яких розраховувалися коефіцієнти рівняння регресії. Проте це лише одна з властивостей обраної математичної моделі, і прогноз на майбутній період, швидше за все, буде недостовірним.

Часовий ряд не містить даних про причини, через які відбуваються спостережувані зміни. Статистика не дає гарантій того, що виявлена тенденція не зміниться. Тому вигляд апроксимуючої моделі часового ряду необхідно обирати, ґрунтуючись на фундаментальних уявленнях про характер процесів, що відбуваються.

Одним із найважливіших законів економічної теорії є закон віддачі, що зменшується, згідно з яким приріст випуску або вжитку знижується зі збільшенням чинника, якщо кількість інших ресурсів залишається незмінною.

Стосовно моделювання динаміки економічних показників у завданнях прогнозування зауважимо, що навіть лінійна модель тренда потребує додаткового обґрунтування. Використання ж залежностей другого і вищих порядків виправдано лише в разі, коли відповідні цим порядкам коефіцієнти менші від нуля.

Прогнозування ролі розвитку фармацевтичного ринку в структурі економічної системи країни включає такі моделі:

1) модель групування фармацевтичного ринку за аптечними мережами за інтегральним показником;

2) модель прогнозування майбутнього стану аптечних мереж на Донецькому регіональному ринку. У цій моделі основою виступає дискримінантний аналіз (табл. 3).

Для проведення групування за інтегральним показником використовуються методи кластерного аналізу. Наприклад, десять об'єктів необхідно розбити на 5 класів (кластерів) за допомогою методу k -середніх. Кожен із об'єктів описується трьома змінними X_1, X_2, X_3 , де X_1 - частка на ринку, %; X_2 - кількість роздрібних точок; X_3 - обсяг продажів за 2009 рік.

Вихідні значення цих змінних представлені в таблиці 1. Як еталони візьмемо перші п'ять об'єктів (до = 5). Згідно з обраним правилом класифікації, запишемо вихідні значення еталонів і їхньої ваги:

$$E_1^0 = X_{1^0} = (2,85 \ 3,47 \ 10), \quad w_1^0 = 1$$

$$E_2^0 = X_{2^0} = (2,75 \ 10 \ 9,84), \quad w_2^0 = 1$$

$$E_3^0 = X_{3^0} = (2,06 \ 1,48 \ 9,83), \quad w_3^0 = 1 \text{ - нульова ітерація}$$

$$E_4^0 = X_{4^0} = (1,84 \ 7,58 \ 9,18), \quad w_4^0 = 1$$

$$E_5^0 = X_{5^0} = (1,8 \ 3,88 \ 7,99), \quad w_5^0 = 1$$

Таблиця 1. - Вихідні дані кластеризації обраних об'єктів дослідження

№ - Назва мереж	Змінні	X ₁	X ₂	X ₃
1 – «Фармація», Київ		2,85	3,47	10
2 - Луганська область «Фармація»		2,75	10	9,84
3 – «Арніка», Донецьк		2,06	1,48	9,83
4 - Група компаній «Аптечний холдинг» (у т. ч. аптеки «Здравиця»)		1,84	7,58	9,18
5 – «Фармація» Дніпропетровська обл.		1,8	3,88	7,99
6 – «Медсервіс»		1,75	2,7	8,99
7 – «Ліки Кіровоградщини»		1,71	3,7	7,59
8 – «ФАЛБІ»		1,48	2,22	8,98
9 – «Аптека гормональних препаратів», Київ		1,21	0,12	8,98
10 - Закарпатська «Фармація»		0,93	3,07	6,63

На першому кроці беремо шостий об'єкт і визначаємо його відстань до кожного з еталонів за Евклідовою метрикою та отримуємо значення, за якими цей об'єкт може бути приєднано до першого еталону, і перший еталон буде переобчислений, а другий, третій, четвертий і п'ятий не зміняться:

$$E_1^1 = \frac{w_1^0 \cdot E_1^0 + X_6}{w_1^0 + 1}, \quad (2)$$

$$W_0^1 = W_1^0 + 1 = 2, E_2^1 = E_2^0, E_3^1 = E_3^0, E_4^1 = E_4^0, \\ E_5^1 = E_5^0, W_2^1 = W_2^0, W_3^1 = W_3^0, W_4^1 = W_4^0, W_5^1 = W_5^0,$$

де X₆ - вектор значень змінних для четвертого об'єкта; E₁¹ - переобчислене значення еталона;

$$E_1^1 = \left(\frac{2,85 + 1,75}{2}; \frac{3,47 + 2,7}{2}; \frac{10 + 8,99}{2} \right) = \\ = (2,3; 3,085; 9,495).$$

На другому кроці перевіряємо, до якого еталона якнайближче знаходиться сьомий. Тому що $d_{7,5} = \min\{d_{7,1}, d_{7,2}, d_{7,3}, d_{7,4}, d_{7,5}\}$, отже, сьомий об'єкт приєднується до п'ятого еталона, цей еталон переобчислюється, і вага його збільшується:

$$E_5^2 = \left(\frac{1,71 + 1,8}{2}; \frac{3,7 + 3,88}{2}; \frac{7,59 + 7,99}{2} \right) = \\ = (1,755; 3,79; 7,79).$$

$$W_3^2 = W_3^1 + 1 = 2, E_1^2 = E_1^1, E_2^2 = E_2^1, E_3^2 = E_3^1, E_4^2 = E_4^1, \\ E_5^2 = E_5^1, W_1^2 = W_1^1, W_2^2 = W_2^1, W_3^2 = W_3^1, W_4^2 = W_4^1, W_5^2 = W_5^1.$$

На третьому кроці всі розрахунки повторюємо для восьмого об'єкта. Переобчислюємо еталон та його вагу:

$$E_2^3 = \left(\frac{1,48 + 1,8}{2}; \frac{2,22 + 3,88}{2}; \frac{8,98 + 7,99}{2} \right) = \\ = (1,64; 3,05; 8,485),$$

$$W_3^2 = W_3^1 + 1 = 2, E_1^2 = E_1^1, E_2^2 = E_2^1, E_3^2 = E_3^1, E_4^2 = E_4^1, \\ E_5^2 = E_5^1, W_1^2 = W_1^1, W_2^2 = W_2^1, W_3^2 = W_3^1, W_4^2 = W_4^1, W_5^2 = W_5^1.$$

На четвертому та п'ятому кроках усі розрахунки повторюємо для дев'ятого та десятого об'єкта відповідно, також переобчислюємо еталон та його вагу:

$$E_2^3 = \left(\frac{1,21 + 1,8}{2}; \frac{0,12 + 3,88}{2}; \frac{8,98 + 7,99}{2} \right) = \\ = (1,505; 2; 8,485),$$

$$W_3^2 = W_3^1 + 1 = 2, E_1^2 = E_1^1, E_2^2 = E_2^1, E_3^2 = E_3^1, E_4^2 = E_4^1, \\ E_5^2 = E_5^1, W_1^2 = W_1^1, W_2^2 = W_2^1, W_3^2 = W_3^1, W_4^2 = W_4^1, W_5^2 = W_5^1$$

$$E_2^3 = \left(\frac{0,93 + 1,8}{2}; \frac{3,07 + 3,88}{2}; \frac{6,63 + 7,99}{2} \right) = \\ = (1,365; 3,475; 7,31),$$

$$W_3^2 = W_3^1 + 1 = 2, E_1^2 = E_1^1, E_2^2 = E_2^1, E_3^2 = E_3^1, E_4^2 = E_4^1, \\ E_5^2 = E_5^1, W_1^2 = W_1^1, W_2^2 = W_2^1, W_3^2 = W_3^1, W_4^2 = W_4^1, W_5^2 = W_5^1.$$

Після того, як усі об'єкти розглянуті, окрім трьох перших, процес "зациклюється", тобто за тим же правилом здійснюються перегляд і приєднання до відповідного еталона кожного із шести об'єктів. При цьому відбувається перерахунок еталонів і продовжується нарощування їх ваги.

Отже, на цьому процес завершується, оскільки подальше розбиття (ітерації 16-20) дали такий самий результат, як і попереднє розбиття (ітерації 10-15).

Утворено п'ять кластерів: S1{1}, S2{2, 6}, S3{3, 4, 5}, S4{2, 6}, S5{2, 6}. Розраховуються центри тяжіння отриманих кластерів, причому в загальному випадку ці центри не збігаються з еталонами:

- C₁ = (0,10; 10; 5,0) - центр 1 кластера,
- C₂ = (0,634; 8,5; 2,2) - центр 2 кластера,
- C₃ = (0,277; 7,5; 3,4) - центр 3 кластера,
- C₄ = (1,023; 5,1; 4,0) - центр 4 кластера,
- C₅ = (1,347; 9,2; 6,7) - центр 5 кластера.

Отже результати кластеризації обраних об'єктів дослідження наведено в табл. 2.

Таблиця 2. - Елементи кластерів

Кластер	Дуже високий (1)	Високий (2)	Середній (3)	Низький (4)	Дуже низький (5)
Аптечні мережі	«Фармація», Київ; Луганська область «Фармація»	«Арніка», Донецьк; Група компаній «Аптечний холдинг»	«Медсервіс»; «Ліки Кіровоградщини»; «Фармація» Дніпропетровська обл.; «ФАЛБІ»	«Аптека гормональних препаратів», Київ	«Аптека гормональних препаратів», Київ

Після цього будується остаточне розбиття: кожен об'єкт відноситься до того кластера, центр якого ближче за всіх до його даних. Як видно з таблиці, підтверджується отримане розбиття на п'ять кластерів: $S1\{1\}$, $S2\{2, 6\}$, $S3\{3, 4, 5\}$, $S4\{2, 6\}$, $S5\{2, 6\}$. На цьому алгоритм завершується.

Розглянутий метод k -середніх припускає, що як вхідне розбиття можна використовувати групування, отримане одним із методів ієрархічного кластерного аналізу. Такий підхід можна рекомендувати для скорочення часу обробки в тому випадку, коли сукупність об'єктів досить велика й користувачеві важко вказати кількість утворених кластерів.

Аналіз дозволяє зробити такі висновки:

1. Аптечні мережі "Фармація", Київ і Луганська область "Фармація" займають провідне місце в загальній сукупності серед аптечних мереж Донецького регіону.

2. Велика частина аптечних мереж Донецького регіону належать до кластерів із середнім рівнем розвитку, що говорить про сталий розвиток фармацевтичного ринку.

3. Модель прогнозування майбутнього стану аптечної мережі може бути сформована за результатами дискримінантного аналізу (табл. 3).

Таблиця 3. - Дискримінантні функції щодо прогнозування стану фармацевтичного ринку за сферами взаємодії

Кластер	Функція
ДВ	$D = -245.9 + 186.3 * J^{PP} + 145,3 * J^{AC} + 120,7 * J^{ЛПЦ} + 98,6 * J^{ПОТР} + 127,6 * J^{ИМП}$ де J^{PP} - вплив динаміки рівня виробництва лікарських засобів; J^{AC} - роль аптечних мереж у формуванні структури попиту; $J^{ЛПЦ}$ - вплив лікувально-профілактичних установ; $J^{ПОТР}$ - поведінка споживача в умовах фармацевтичного ринку; $J^{ИМП}$ - вплив імпорту лікарських засобів
В	$D = -345.9 + 176.3 * J^{PP} + 125,3 * J^{AC} + 110,7 * J^{ЛПЦ} + 97,6 * J^{ПОТР} + 102,6 * J^{ИМП}$
С	$D = -145.9 + 84,6 * J^{PP} + 113,3 * J^{AC} + 90,7 * J^{ЛПЦ} + 89,6 * J^{ПОТР} + 202,6 * J^{ИМП}$
Н	$D = -287 + 286.3 * J^{PP} + 135,5 * J^{AC} + 126,4 * J^{ЛПЦ} + 91,1 * J^{ПОТР} + 114,5 * J^{ИМП}$
ДН	$D = -302.5 + 106.2 * J^{PP} + 115,7 * J^{AC} + 103,8 * J^{ЛПЦ} + 86,6 * J^{ПОТР} + 145,6 * J^{ИМП}$

Таким чином, ми врахували вплив окремих сфер фармацевтичного ринку на процеси та характер змін, що дає змогу оцінити можливості ринкової динаміки, вплив найбільш вагомих складових на систему прийняття поточних рішень.

Для перевірки якості функцій дискримінантів використовується апостеріорна вірогідність. Результати перевірки показали, що функція дискримінанта розпізнає стан регіону й відносить його до відповідного кластера з вірогідністю 96 %. Прогнозування розвитку фармацевтичного ринку в порівняльному розрізі здійснювалося за аналогією до прогнозування в часовому розрізі.

Висновки

В умовах подальшого розвитку ринкової економіки виникла необхідність у науково обґрунтованому підході до вивчення фармацевтичного ринку, яка знайшла своє відображення в механізмі комплексного дослідження фармацевтичного ринку з урахуванням взає-

модії його суб'єктів, що логічно пов'язано з маркетинговими дослідженнями підприємства та аналізом ринку. Відокремлюючи певні сектори фармацевтичного ринку, можна з'ясувати ступінь та характер їхнього впливу за принципом ринкової взаємодії на основі прогнозування процесів розвитку ринку, кластерного підходу до оцінки стратегії функціонування аптечних мереж. Як показують дослідження, на кожному наступному етапі розвитку фармацевтичного ринку може змінюватись ступінь і характер впливу окремих його секторів. Саме тому надалі необхідно застосовувати динамічні моделі для оцінки потенціалу фармацевтичного ринку.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Мнушко З. М. Побудова моделі визначення оптових цінових знижок при дистрибуції на фармацевтичному ринку / З. М. Мнушко, С. А. Куценко, Л. П. Дорохова // Вісник фармації. - 2005. - № 1. - С. 47-53.
2. Каракай І. О. Соціально-етичні аспекти діяльності

підприємств на фармацевтичному ринку України / І. О. Каракай / Маркетинг в Україні. - 2000. - № 4. - С. 34-36.

3. Дутчак І. Б. Альтернативні підходи до сегментації фармацевтичного ринку в Україні / І. Б. Дутчак // Вісник Львівського університету. - 2005. - Вип. 34. - С. 336-341. - (Сер. економічна).

4. Бескоровайная С. В. Особенности ценообразования на мировом и украинском фармацевтических рынках / С. В. Бескоровайная // Провизор. Журнал для работников фармации и медицины. - 2003. - № 3. - С. 13-14.

5. Кизим Н. А. Адаптивные модели в системах принятия решений : [монография] / Н. А. Кизим, Т. С. Клебанова. - Харьков : ИД "ИНЖЕК", 2007. - 368 с.

© Н. Морозова

УДК 346.2 : 352.07

ПЕРСПЕКТИВИ ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДНОСИН ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ТА СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ

ГЕННАДІЙ НЕСТЕРОВ,

здобувач Інституту економіко-правових досліджень НАН України, м. Донецьк

У статті розглянуто сучасний стан і визначено перспективи правового забезпечення взаємовідносин органів місцевого самоврядування та суб'єктів господарювання в Україні. Акцентовано увагу на необхідності прийняття спеціального закону щодо державно-приватного партнерства, яке розглядається автором статті як основоположний принцип взаємодії держави та бізнесу.

Ключові слова: місьцеве самоврядування, підприємства, суб'єкти господарювання.

Постановка проблеми. Взаємовигідне партнерство органів місцевого самоврядування та господарських підприємств є перспективою розвитку відповідних галузей державного й комунального секторів економіки України. Забезпечити безперебійну діяльність відповідних виробничих фондів державної та комунальної форм власності лише за рахунок коштів державного й місцевого бюджетів є практично неможливим, що ставить на порядок денний питання залучення інвестиційних коштів та інновацій у цю сферу. Безумовно, необхідно зацікавити суб'єкта господарювання в доцільності вкладення своїх коштів у майнові об'єкти, що належать державі або територіальним громадам, і досягти цього можливо за рахунок вибудовування комплексної системи пільг і гарантій для приватного інвестора. Отже, актуалізується завдання створення правових умов для організації системи відносин органів місцевого самоврядування та господарських підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У цілому, організаційно-правові та економічні передумови розвитку партнерських відносин між органами місцевого самоврядування та господарськими підприємствами (суб'єктами господарювання) досліджувалися в працях В. К. Мамутова [1], В. Г. Варнавського [2], А. В. Белицької [3], М. С. Айрапетяна [4], Г. С. Пілігрим [5] та інших. У той же час подальшого ґрунтовного аналізу потребують питання визначення перспектив пра-

вового забезпечення взаємовідношення органів місцевого самоврядування та господарських підприємств. Це і є метою нашого дослідження.

Завдання роботи: проаналізувати існуючі наукові розробки й стан чинного законодавства в контексті досліджуваної тематики; визначити перспективні напрями розвитку законодавства України з питань державно-приватного партнерства.

Виклад основного матеріалу. У сучасному розумінні *державно-приватне партнерство* (у зарубіжній практиці використовується термін "*public-private partnership*" (PPP)) - це інституційний й організаційний альянс між державою та бізнесом з метою реалізації національних і міжнародних, масштабних і локальних, але завжди суспільно значущих проєктів у широкому спектрі сфер діяльності: від розвитку стратегічно важливих галузей промисловості й науково-дослідних конструкторських робіт до забезпечення суспільних послуг. Державно-приватне партнерство послугоується як головним принципом взаємодії держави й бізнесу і визначається як правова форма такої взаємодії.

У науковій літературі виділяються різні "моделі" й "форми" державно-приватного партнерства. При цьому наголошується, що їх перелік не є вичерпним. Вибір конкретної форми державно-приватного партнерства залежить від економічної ефективності реалізації проєкту [3, с. 7].