

УДК: 338.45:621:005.332.4:005.21

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-282-3-2

ГАМОВА О. В.

Інженерний інститут Запорізького національного університету

ШЛЯХИ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ

Стаття присвячена дослідженню питання підвищення конкурентоспроможності підприємств машинобудування. Визначено, що для обраних підприємств існує нагальна потреба в підвищенні конкурентоспроможності, формуванні конкурентних переваг, визначенні сильних та слабких сторін. При підвищенні конкурентоспроможності слід враховувати вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, аналізувати роботу конкурентів. У роботі проаналізовано підходи до визначення впливу факторів на рівень конкурентоспроможності. Також розглянуто шляхи, напрями підвищення конкурентоспроможності та економічно обґрунтовано формування таких напрямів для підприємств машинобудування. Визначено, що реалізація таких напрямів дозволить сформувати конкурентні переваги, зміцнити конкурентні позиції, реалізувати стратегію розвитку, що позначиться на ефективності господарської діяльності, фінансовому стані, результатах виробництва, задоволенні потреб споживачів та дозволить скоротити витрати, підвищити прибутковість. Крім того, сучасний ринок характеризується постійними змінами та обумовлює невизначеність, виникнення загроз, ризиків і тому доцільно постійно слідкувати за станом конкурентної боротьби, що дозволить забезпечити конкурентні переваги, своєчасно реагувати на всі зміни. Доведено, що основним напрямом фінансово-економічної та виробничо-збутової стратегії є підвищення конкурентоспроможності, що залежить від впливу ринкового середовища, конкурентного потенціалу, специфіки роботи підприємств, стратегічних завдань, ефективності управлінської діяльності, фінансового забезпечення, рівня організації, маркетингової діяльності, комунікацій, технологій. Впровадження інструментів управління конкурентоспроможністю на підприємствах машинобудування, тобто системи або механізму дозволяє досягти єдності дій, прийняти ефективні рішення, корегувати конкурентну політику, зміцнити конкурентний потенціал, визначити додаткові конкурентні переваги.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, управління, стратегія розвитку, підприємства машинобудування, ринкове середовище.

GAMOVA O.

Engineering Institute of Zaporizhia National University

WAYS AND DIRECTIONS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF STRATEGIC DEVELOPMENT

The article is devoted to the study of increasing the competitiveness of mechanical engineering enterprises. It is determined that for the selected enterprises there is an urgent need to increase competitiveness, the formation of competitive advantages, identification of strengths and weaknesses. At increase of competitiveness it is necessary to consider influence of factors of internal and external environment, to analyze work of competitors. The paper analyzes the approaches to determining the influence of factors on the level of competitiveness. The ways, directions of increasing competitiveness are also considered and the formation of such directions for machine-building enterprises is economically substantiated. It is determined that the implementation of such areas will create competitive advantages, strengthen competitive positions, implement a development strategy that will affect business efficiency, financial condition, production results, customer satisfaction and reduce costs, increase profitability. In addition, the modern market is characterized by constant changes and causes uncertainty, threats, risks and therefore it is advisable to constantly monitor the state of competition, which will provide a competitive advantage, respond in a timely manner to all changes. It is proved that the main direction of financial-economic and production-sales strategy is to increase competitiveness, which depends on the influence of market environment, competitive potential, specifics of enterprises, strategic tasks, management efficiency, financial support, level of organization, marketing, communications, technologies. The introduction of competitiveness management tools in machine-building enterprises, ie systems or mechanisms allows to achieve unity of action, make effective decisions, adjust competition policy, strengthen competitive potential, identify additional competitive advantages.

Keywords: competition, competitiveness, competitive advantages, management, development strategy, machine-building enterprises, market environment.

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність для машинобудування відіграє важливу роль, оскільки відображає його здатність пристосовуватися до впливу факторів ринкового середовища, адаптуватися до змін ринку, ведення конкурентної боротьби. Задля підвищення конкурентоспроможності підприємств існує потреба в управлінні, що, в свою чергу, пояснюється змінністю ринкового середовища, загостренням конкурентної боротьби, прагненням підприємств до збільшення обсяг виробництва та збуту продукції, підвищення рівня прибутковості. Враховуючи специфіку та особливості діяльності підприємств машинобудування, стан ринкового середовища виникає потреба у визначенні напрямів, шляхів підвищення конкурентоспроможності, які б базувалися на впровадженні інноваційних розробок щодо розширення каналів збуту, постачання якісної сировини, оновлення асортименту продукції, розподілу та раціонального використання ресурсів. Тому враховуючи стратегію розвитку підприємств машинобудування дане питання є актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання управління та підвищення конкурентоспроможності підприємств, розробки напрямів та шляхів її зростання проаналізовано в роботах таких дослідників: Вінніченко І.І., Маховський Д.В. [1], Должанський І. З., Загорна Т. О. [2], Кравець А.В. [3], Літвінова Ю. О. [4], Мельничук Л. С., Хізніченко О. О. [5], Продіус Ю.І., Рожок О.О. [6], Станіславик О.В., Коваленко О.М. [7], Халімон Т.М. [8], Харченко М.О., Старченко Л.В., Лозицька Ю.А. [9], Шарко М.В., Васильченко К.Г. [10].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте, більшість дослідників розглядали формування шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств без врахування особливостей роботи підприємств машинобудування, розробленої стратегії розвитку, впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у визначенні шляхів та напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств машинобудування в контексті стратегічного розвитку.

Виклад основного матеріалу. Проблема дослідження та підвищення конкурентоспроможності на підприємствах машинобудування, в умовах сьогодення, є актуальною, оскільки вони відіграють вагомий роль для економіки країни. На внутрішньому та міжнародному ринках відбувається підвищення рівня конкурентної боротьби, що вимагає від підприємств розробки відповідних заходів. Висока конкурентоспроможність є запорукою успішного функціонування, зростання показників виробничо-господарської діяльності, нарощування виробничих потужностей, підвищення фінансової стабільності та відповідно прибутковості. Тому підприємства прагнуть аналізувати ринок конкурентів, вдосконалювати виробничу діяльність, покращувати збутову діяльність, модернізувати свою роботу, впроваджувати закордонний досвід.

В умовах нестабільності ринкового середовища, закриття частини підприємств машинобудування, потужного інноваційного розвитку підприємств за кордоном нагальним питанням є підвищення їх конкурентоспроможності задля розвитку конкурентного потенціалу, зміцнення конкурентних позицій, реалізації стратегії розвитку, досягнення стратегічних цілей. Саме конкурентоспроможність підприємства є його здатність успішно функціонувати в ринковому середовищі, формувати конкурентні переваги, зберігати конкурентну боротьбу на ринку, покращувати імідж. Конкурентоспроможне підприємство характеризується випуском якісної продукції, задоволенням потреб споживачів, розширенням асортименту, перевагами над конкурентами, наявністю ефективних інструментів управління, тобто механізму, системи, моделі тощо.

Враховуючи сучасний стан підприємств машинобудування, показники діяльності, позиції на міжнародному та вітчизняному ринках слід зупинитися на дослідженні та визначенні напрямів підвищення конкурентоспроможності.

Перш за все слід відзначити, що виникнення конкуренції обумовлено станом економіки, державним регулюванням, вимогами до якості продукції, інноваційним розвитком, трудовими ресурсами, рівнем заробітної плати, прожиткового мінімуму, забезпеченістю ресурсами, розвитком інформаційного забезпечення, банківським обслуговуванням, змінністю ринку технологій, появою нового обладнання, інструментів, зношеністю основних засобів, екологічними нормами, рівнем податкового навантаження, прагнення розширювати масштаби діяльності, охоплювати нові ринки збуту.

Серед способів підвищення конкурентоспроможності Літвінова Ю. О. [4] виділено такі: зниження витрат; дослідження потреб споживачів; аналіз діяльності конкурентів; модернізація виробництва; здійснення рекламних заходів; вдосконалення обслуговування клієнтів; виробництво нової продукції; підвищення якості продукції. Щодо шляхів підвищення конкурентоспроможності, то авторами було виділено: підвищення якості управління; врахування впливу ринкового середовища; використання інформаційних технологій; вдосконалення маркетингу; здійснення стратегічного маркетингу; здійснення інноваційної діяльності; використання інформаційних технологій; визначення ресурсомісткості товарів; підвищення організаційно-технічного рівня виробництва; впровадження ресурсозберігаючих технологій; покращення логістики [4].

Серед заходів підвищення конкурентоспроможності авторами Должанський І. З., Загорна Т. О. виділено наступні: забезпечення якості продукції; обмеження надходження на ринок нових товарів, надання грошового та товарного кредиту; проведення рекламних заходів; розширення асортименту продукції; дослідження запитів споживачів; вдосконалення характеристик товару; аналіз діяльності конкурентів; визначення переваг продукції порівняно із товарами замінниками; визначення недоліків продукції у конкурентів; використання цінкових факторів для підвищення конкурентоспроможності; визначення нових сфер збуту продукції; диференціація продукції [2].

У роботі Мельничук Л. С., Хізніченко О. О. було запропоновано такі засоби підвищення конкурентоспроможності: модернізація обладнання; створення нової продукції; визначення можливих модифікацій продукту; підвищення техніко-економічних і якісних характеристик продукції; виявлення і забезпечення переваг продукту порівняно з його замінниками; ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтована рекламна політика; диференціація продукції; посилення впливу на споживачів; вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та після продажного сервісу; виявлення переваг і недоліків товарів-аналогів, які виробляються конкурентами, і використання одержаних результатів

у діяльності фірми; виявлення і використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції; всебічне зниження витрат; пристосування продукції до роботи в різних умовах [5].

У роботі Шарко М.В., Васильченко К.Г. запропоновано напрями підвищення конкурентоспроможності харчових підприємств та серед них виділено: екологічна безпечність споживання; використання технологій; підвищення якості продукції; пошук споживачів; ситуаційні перетворення та структурна перебудова підприємства; забезпечення підвищення кваліфікації працівників; ріст компетенції і інтелектуалізації персоналу; трансформаційні зміни в управлінні; застосування нетрадиційних методів управління інноваційною діяльністю; розширення асортименту продукції; пристосування до змін ринкового середовища; впровадження інноваційних розробок [10, с. 39–40]. Слід відзначити, що врахування змінності ринкового середовища, тобто потреб споживачів, особливостей функціонування конкурентів, постачальників, є необхідною умовою для підвищення конкурентоспроможності, інноваційного розвитку, досягнення успішного розвитку.

Автори Вініченко І.І., Маховський Д.В. розділили фактори підвищення конкурентоспроможності на внутрішні та зовнішні. Зовнішні фактори було поділено на природно-кліматичні, соціально-демографічні, політико-правові та економічні. Щодо внутрішніх факторів, то було виділено організаційно-економічні, техніко-технологічні, соціально-економічні. При цьому в роботі стверджувалося, що для підвищення конкурентоспроможності підприємств доцільним є: поглиблення спеціалізації виробництва і переробки продукції; активізація інноваційної діяльності; покращення системи маркетингу і вдосконалення системи збуту; налагодження зв'язку між підприємством та споживачем; вдосконалення фінансово-кредитного механізму; вдосконалення кредитної, податкової, інноваційної, інвестиційної політики; запровадження системи державної підтримки [1]. Слід зазначити, що використання даних способів, реалізація концепцій менеджменту, дотримання процесного, системного, ситуаційного підходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності, сприятиме формуванню конкурентних переваг, реалізації стратегії розвитку.

У роботі Станіславик О.В., Коваленко О.М. виділено внутрішні та зовнішні фактори впливу на конкурентоспроможність. Серед групи факторів зовнішнього середовища було виділено такі: функціонування антимонопольного комітету; рівень державного регулювання; розвиток економіки; вимоги споживачів до продукції, ємність ринку; стабільність ситуації в країні; напрями зовнішньої політики; внутрішні реформи; нормативно-правова база; система комунікацій. До факторів внутрішнього середовища включено: кадрове забезпечення; фінансове та інвестиційне забезпечення; рівень інноваційної діяльності; технічне та технологічне оснащення; автоматизація та механізація виробництва; організація виробничої діяльності; особливості управління; стимулювання попиту; маркетинг; достатність ресурсів [7, с. 226–228]. Серед шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств було виділено: розвиток тактичного маркетингу; підвищення якості управління; розвиток логістики; врахування впливу ринкового середовища; підвищення рівня виробництва; організація інноваційної діяльності; впровадження ресурсозберігаючих технологій; впровадження нових інформаційних технологій; використання фінансових технологій; зниження витрат; дослідження переваг закордонних підприємств; врахування соціальних, політичних, технологічних особливостей; модифікація продукції відповідно до потреб споживачів [7, с. 226–228]. Впровадження сформованих шляхів дозволить використати конкурентні переваги, сформувати конкурентний потенціал підприємств, що позначиться на результативності функціонування.

Зауважимо, що основними завданнями при підвищенні конкурентоспроможності підприємств є: фінансове забезпечення інноваційної діяльності та її стимулювання; фінансування виробництва нової продукції та розширення асортименту; зниження рівня податкового навантаження; створення належних умов для підприємницької діяльності; слідкування за новітніми технологіями; вдосконалення програмного забезпечення; аналізування попиту споживачів та діяльності конкурентів; аналіз результатів діяльності підприємства та корегування стратегії розвитку; виявлення сильних та слабких місць, можливостей та загроз.

Підсумовуючи проведені дослідження можна зауважити, що конкурентоспроможність є складним процесом, для підвищення якої слід використовувати сучасні інструменти управління, що дозволить сформувати конкурентні переваги, досягти цілей діяльності та мети, забезпечити успішний розвиток в майбутньому, зміцнити позиції на ринку. Серед інструментів управління конкурентоспроможністю слід виділити механізм, систему, використання яких дозволить швидко розробляти та ухвалювати управлінські рішення, коригувати процес формування конкурентних переваг, а також доцільним є дотримання принципів, функцій. Проте, більшість науковців розглядали шляхи підвищення конкурентоспроможності для підприємств харчової промисловості, сільського господарства і тому слід більш детально розглянути дані способи для підприємств машинобудування, адже фінансовий стан даних підприємств погіршується в умовах нестабільності ринкового середовища.

Слід погодитися з тим, що важливу роль в підвищенні конкурентоспроможності відіграє персонал, оскільки вони визначають рівень продуктивності праці, впливають на якість та обсяги виробництва і тому доцільно постійно підвищувати кваліфікацію працівників, створювати належні умови для навчання, безпечні умови роботи, застосовувати методи мотивації. Одночасно, слід використовувати інноваційні методи управління, що вплине на результати діяльності, прийняття рішень, дозволить коригувати напрямки розвитку та успішно функціонувати в майбутньому, сформує конкурентні переваги. На підприємствах слід

здійснювати диференціювання продукту, зменшувати витрати, реагувати на зміни зовнішнього середовища, слідкувати за ринком технологій та впроваджувати інформаційні технології. Також необхідно формувати інноваційну політику, що дозволить виробляти якісну продукцію, яка відповідатиме існуючим стандартам.

Вище проаналізовані заходи підвищення конкурентоспроможності не враховують особливостей діяльності підприємств, інноваційних методів управління та не можуть бути використані на всіх підприємствах. Тому серед шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств машинобудування доречно виділити такі: впровадження програмного забезпечення та інформаційних технологій; використання інноваційних методів управління; застосування системи та механізму управління виробництвом та збутом продукції; налагодження логістики; коригування маркетингової діяльності; мотивація працівників та управління кадрами; достатність ресурсного забезпечення; модернізація, автоматизація, механізація виробництва; коригування витрат; залучення інвестиційного капіталу; дослідження та аналіз діяльності конкурентів; коригування стратегічних цілей; вибір ефективної стратегії розвитку; налагодження інформаційного обміну між підрозділами підприємства; постійне дослідження потреб споживачів; створення нової продукції та вдосконалення характеристик вже існуючої; налагодження зв'язків зі споживачами; використання торгових онлайн-площадок для продажу продукції; вихід на нові ринки; диверсифікація продукції; створення спільних виробництв;

Загалом, свідченням зростання конкурентоспроможності підприємств є зростання частки власних та позикових ресурсів, покращення сфер діяльності, пристосування до змінності ринкового та корегування внутрішнього середовища, підвищення прибутковості та успішний розвиток. В цілому, підвищення конкурентоспроможності є можливим за умови вдосконалення продукції, розширення асортименту, зниження цін та підвищення якості, розширення частки торгових представників, здійснення рекламних заходів, просування продукції через онлайн-мережі, слідкування за змінами на ринку, вдосконалення збуту та застосування передових технологій. Тому керівництво підприємств машинобудування повинно бути зацікавлене в зміцненні конкурентних позицій, розробляти та приймати ґрунтовні рішення направлені на підвищення конкурентоспроможності, що гарантуватиме успішний розвиток в майбутньому.

Висновки. За результатами проведеного дослідження можна відзначити, що для підприємств машинобудування питання підвищення конкурентоспроможності та формування конкурентних переваг є важливим завданням. Саме високий рівень конкурентоспроможності впливає на ефективність господарювання, показники діяльності, фінансовий стан та підтверджує можливість успішного розвитку в майбутньому. Проаналізовано фактори впливу на конкурентоспроможність. Сформовано напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств машинобудування в умовах стратегічного розвитку. Підвищення конкурентоспроможності є можливим за умови використання інноваційних методів, підвищення ефективності управління, коригування стратегії розвитку, використання системи та механізму управління, розробки та впровадження нових підходів, які будуть адаптовані до сучасного ринкового середовища.

Література

1. Вініченко І.І., Маховський Д.В. Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств з переробки сільськогосподарської продукції. Ефективна економіка. 2014. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3602>.
2. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.
3. Кравець А.В. Особливості впровадження стратегічного управління на машинобудівних підприємствах України. Ефективна економіка. 2013. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2565>.
4. Літвінова Ю.О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. Управління розвитком. 2012. № 9. С. 35–37.
5. Мельничук Л.С., Хізніченко О.О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності українських підприємств. Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»]. Серія: Економіка. 2016. Т. 275, Вип. 263. С. 102-105. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdues_2016_275_263_18.
6. Продіус Ю.І., Рожок О.О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства в умовах ЗЕД (на прикладі ТОВ "СЕДНА С"). Економіка: реалії часу. 2013. № 1 (6). С. 112-116. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch_2013_1_22.
7. Станіславик О.В., Коваленко О.М. Актуальні шляхи та фактори підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємства. Економічний форум. 2017. № 2. С. 223-231. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2017_2_39.
8. Халімон Т.М. Напрями та інструменти підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип. 16, Ч. 2. С. 138-142. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_16%282%29__32.
9. Харченко М.О., Старченко Л.В., Лозицька Ю.А. Практичні підходи щодо підвищення оцінки конкурентоспроможності підприємства. Механізм регулювання економіки. 2015. № 4. С. 162-171.
10. Шарко М.В., Васильченко К.Г. Шляхи та напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості. Економіка харчової промисловості. 2015. № 1 (25). С. 38-41.

References

1. Vinichenko I.I., Makhovsky D.V. (2014). Napriamy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv z pererobky silskohospodarskoi produktsii [Directions of increase of competitiveness of the enterprises for processing of agricultural products]. Efficient economy, No. 12. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3602>.
2. Dolzhansky I.Z., Zagorna T.O. (2006). Konkurentospromozhnist pidpriemstva: navchalnyi posibnyk [Competitiveness of the enterprise: textbook]. Kyiv: Center for Educational Literature.

3. Kravets A. (2013). Osoblyvosti vprovadzhennia stratehichnoho upravlinnia na mashynobudivnykh pidpriemstvakh Ukrainy [Features of strategic management in Ukraine machine-building enterprise]. Efficient economy, No. 12. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2565>.
4. Litvinova Y. O. (2012). Problemy zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva v suchasnykh umovakh. [Problems of ensuring the competitiveness of the enterprise in modern conditions]. Development management, No. 9, pp. 35–37.
5. Melnychuk L. S., Khiznichenko O.O. (2016). Shliakhy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ukrainskykh pidpriemstv [Ways to improve competitiveness of ukrainian enterprises]. Scientific works [Petro Mohyla Black Sea State University of the Kyiv-Mohyla Academy complex]. Series: Economics, volume 275, issue 263, pp. 102-105. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchduec_2016_275_263_18.
6. Prodius Y.I., Rozhok O.O. (2013). Shliakhy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti produktii pidpriemstva v umovakh ZED (na prykladi TOV "SEDNA S" [Ways to increase the competitiveness of enterprise products in terms of foreign economic activity (for example, LLC "SEDNA C"). Economics: the realities of time, No. 1 (6), pp. 112-116. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch_2013_1_22.
7. Stanislavsk O., Kovalenko O. (2017). Aktualni shliakhy ta faktory pidvyshchennia konkurentospromozhnosti vitchyznianoho pidpriemstva [Actual ways and factors of domestic enterprise competitiveness increase]. Economic forum, No. 2, pp. 223–231. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2017_2_39.
8. Khalimon T.N. (2017). Napriamy ta instrumenty pidvyshchennia konkurentospromozhnosti telekomunikatsiinykh pidpriemstv [Directions and instruments for increasing competitiveness of telecommunication enterprises]. Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy, issue 16, part 2, pp. 138-142. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_16%282%29_32.
9. Kharchenko M.O., Starchenko L.V., Lozitskay J.A. (2015). Praktychni pidkhody shchodo pidvyshchennia otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Practical Approaches to Improving Valuation of Enterprise Competitiveness]. Mechanism of Economic Regulation, No. 4, pp. 162-171.
10. Sharko M.V., Vasilchenko E.G. (2015). Shliakhy ta napriamy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv kharchovoi promyslovosti [Ways and directions of increase the competitiveness of food industry enterprises]. Economics of the food industry, No. 1 (25), pp. 38-41.

Надійшла / Paper received: 25.04.2020

Надрукована / Paper Printed : 04.06.2020