

*Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет*

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

*Тема: «ЕФЕКТИВНІСТЬ СТРАТЕГІЇ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ ЯК
ФАКТОРУ СТИМУЛЮВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИКА»*

*Спеціальність 051 «Економіка»,
освітня програма 8.051.00.11 «Економіка та бізнес-інновації»*

Завідувач кафедри: _____ / Карінцева О. І.

Керівник роботи: _____ / Карінцева О. І.

Виконавець: _____ / Кіріл'єва А. В.
П.І.Б.

Група: _____ Е.м-01/1
шифр

Суми – 2021 рік

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки,
підприємництва
та бізнес-адміністрування

_____ О.І. Карінцева

«__» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

до кваліфікаційної роботи магістра

Студента(ки) групи Е.м-01/1, 2 курсу ННІ БіЕМ СумДУ

Спеціальності 051 «Економіка»

Освітня програма 8.051.00.11 «Економіка та бізнес-інновації»

Кіріл'євій Анастасії Віталіївні

1.Тема роботи «Ефективність стратегії імпортозаміщення як фактору стимулювання вітчизняного виробника».

Затверджую наказом по СумДУ № _____ від «__» __ 20__ р.

Термін здачі студентом закінченої роботи: «__» _____ 20__ р.

2.Мета кваліфікаційної магістерської роботи: оцінка ефективності впровадження стратегії імпортозаміщення на підприємстві як фактору стимулювання вітчизняного виробництва у галузі лакофарбової промисловості

3.Об'єкт дослідження: аналіз міжнародної діяльності країни у промисловому секторі через призму доцільності та ефективності імпортової стратегії на внутрішньому ринку товарів та послуг.

4.Предмет дослідження: визначення ефективності стратегії імпортозаміщення на українському підприємстві ЛФМ як фактору розбудови вітчизняного виробництва.

5. Кваліфікаційна робота виконується на матеріалах фінансового звіту ТОВ «ВП «ПОЛІСАН»; нормативних документів України; аналітичної інформації науково-дослідних установ; наукових публікацій щодо впровадження стратегій імпортозаміщення; інтернет-ресурсів, монографічних досліджень, державної статистики України, статистичного порталу Doing business тощо.

6. Орієнтовний план кваліфікаційної магістерської роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети

Розділ 1: «Основні засади ведення міжнародної діяльності національних суб'єктів господарювання у розрізі розвитку інтеграційних процесів».

У розділі 1:

- розглянути зовнішньоекономічну діяльність країни як запоруку формування сучасної стратегії розвитку
- дослідити характерні риси відкритості економічної системи держави
- визначити сутність імпортозаміщення як основи розбудови національного конкурентного ринку товарів

Розділ 2: «Аналіз стану, структури та перспектив розвитку лакофарбової промисловості як однієї з провідних сфер економічної діяльності в Україні».

У розділі 2:

- провести дослідження функціонування ринку лакофарбових матеріалів на міжнародному та національному рівні
- визначити місце ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» у системі національних та зарубіжних бізнес-гравців ЛФМ

Розділ 3: «Економічне обґрунтування ефективності стратегії імпортозаміщення для українського підприємства в умовах сучасного етапу розвитку лакофарбової промисловості».

У розділі 3:

- сформувати раціонально-функціональну стратегію імпортозаміщення на підприємстві
- зоробити метод оцінки ефективності імпортої діяльності
- надати рекомендації щодо впровадження стратегії імпортозаміщення на підприємстві ТОВ «ВП «ПОЛІСАН».

Керівник кваліфікаційної

магістерської роботи _____

Карінцева О. І.

Завдання до виконання одержав _____

Кіріл'єва А. В.

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної магістерської роботи на тему «ЕФЕКТИВНІСТЬ СТРАТЕГІЇ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ ЯК ФАКТОРУ СТИМУЛЮВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИКА»

студентки **Кіріл'євої Анастасії Віталіївни**

Основний зміст кваліфікаційної магістерської роботи викладено на 68 сторінках, у тому числі список використаних джерел з 79 найменувань, який розміщено на 7 сторінках. Робота містить 13 таблиць, 6 рисунків, а також 1 додаток, який розміщено на 1 сторінці.

Ключові слова: ВИРОБНИЦТВО, ІМПОРТ, ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ, ЛАКОФАРБОВІ МАТЕРІАЛИ, ЕФЕКТИВНІСТЬ, СТРАТЕГІЯ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ.

Мета кваліфікаційної магістерської роботи полягає в оцінці ефективності впровадження стратегії імпортозаміщення на підприємстві як фактору стимулювання вітчизняного виробництва у галузі лакофарбової промисловості

Об'єктом дослідження є аналіз міжнародної діяльності країни у промисловому секторі через призму доцільності та ефективності імпортової стратегії на внутрішньому ринку товарів та послуг.

Предметом дослідження є визначення ефективності стратегії імпортозаміщення на українському підприємстві ЛФМ як фактору розбудови вітчизняного виробництва.

Дослідження теоретичних і практичних проблем імпортозаміщення закордонної продукції на товари національного виробництва зумовило потребу в застосуванні як загальнонаукових, так і спеціальних методів пізнання, які в сукупності дозволили комплексно вирішити поставлені завдання і з'ясувати шляхи удосконалення економічної діяльності підприємств. Методологічною основою дослідження також є історичний, логічний і системний підхід. Абстрактно-логічний метод було використано

при розробці системи показників для оцінки впливу внутрішніх та зовнішніх факторів на економічний стан компанії та ефективності діяльності промислової галузі; метод порівняння застосовувався при вивченні механізму формування стратегії імпортозаміщення; використання статистичного методу дозволило дослідити основні показники економічної діяльності компанії та галузі.

Інформаційна база роботи складається із фінансового звіту ТОВ «ВП «ПОЛІСАН»; нормативних документів України; аналітичної інформації науково-дослідних установ; наукових публікацій щодо впровадження стратегій імпортозаміщення; інтернет-ресурсів, монографічних досліджень, державної статистики України, статистичного порталу Doing business тощо.

Одержані результати можуть бути використані у процесі розробки імпортової стратегії підприємства, що включає в себе практичні рекомендації щодо формування стратегії імпортозаміщення на підприємстві для максимізування позитивного економічного ефекту.

Результати основних положень кваліфікаційної магістерської роботи пройшли апробацію:

1 На Міжнародній науково-практичній онлайн-конференції «ІМПЕРАТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ І ЄС У КОНТЕКСТІ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ», 25-29 жовтня 2021 року на базі Сумського державного університету за результатами участі в якій були опубліковані тези доповіді «Management of international business in the context of globalization» (Karintseva O. I., Kirilieva A. V., Dolhosheieva O. I.).

2 У Віснику Сумського державного університету. Серія Економіка, 2021 було опубліковано статтю «Аналіз ринку лакофарбових матеріалів на міжнародному та національному рівні у сфері промислового сектору економіки». (Карінцева О. І., Кіріл'єва А. В.).

Рік виконання кваліфікаційної роботи – 2021 рік

Рік захисту роботи – 2021 рік

ABSTRACT

qualifying master's thesis on the topic

"EFFICIENCY OF IMPORT SUBSTITUTION STRATEGY AS A FACTOR OF STIMULATION OF DOMESTIC MANUFACTURER"

student Kirilieva Anastasia Vitalievna

The main content of the qualifying master's thesis is presented on 68 pages, including a list of used sources of 79 titles, which is placed on 7 pages. The work contains 13 tables, 6 figures, as well as 1 appendix, which is placed on 1 page.

Keywords: PRODUCTION, IMPORT, IMPORT SUBSTITUTION, PAINT AND MATERIALS, EFFICIENCY, IMPORT SUBSTITUTION STRATEGY.

The purpose of the qualifying master's thesis is to assess the effectiveness of the implementation of import substitution strategy at the enterprise as a factor in stimulating domestic production in the paint and varnish industry

The object of the study is the analysis of the international activity of the country in the industrial sector through the prism of the expediency and effectiveness of the import strategy in the domestic market of goods and services.

The subject of the research is to determine the effectiveness of the import substitution strategy at the Ukrainian enterprise LFM as a factor in the development of domestic production.

The study of theoretical and practical problems of import substitution of foreign products for domestic goods necessitated the use of both general and special methods of knowledge, which together allowed to solve complex problems and find ways to improve the economic activity of enterprises. The methodological basis of the study is also a historical, logical and systematic approach. The abstract-logical method was used in the development of a system of indicators to assess the impact of internal and external factors on the economic condition of the company and the efficiency of the industry; the method of comparison was used in the study of the mechanism of formation of import substitution strategy; the use of the statistical

method allowed to study the main indicators of economic activity of the company and industry.

The information base of the work consists of the financial report of LLC "VP" POLISAN "; regulatory documents of Ukraine; analytical information of research institutions; scientific publications on the implementation of import substitution strategies; Internet resources, monographic research, state statistics of Ukraine, statistical portal Doing business, etc.

The obtained results can be used in the process of developing the import strategy of the enterprise, which includes practical recommendations for the formation of import substitution strategy at the enterprise to maximize the positive economic effect.

The results of the main provisions of the qualifying master's thesis have been tested:

1 At the International Scientific and Practical Online Conference "IMPERATIVES OF ECONOMIC GROWTH IN UKRAINE AND THE EU IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT", October 25-29, 2021 on the basis of Sumy State University context of globalization "(Karintseva OI, Kirilieva AV, Dolhosheieva OI).

2 In the Bulletin of Sumy State University. Series Economics, 2021 published an article "Analysis of the market of paints and varnishes at the international and national levels in the industrial sector of the economy." (Karintseva OI, Kirilieva AV).

Year of qualification work - 2021

Year of protection of work – 2021

ЗМІСТ

Вступ	7
1. Основні засади ведення діяльності національних суб'єктів господарювання у розрізі розвитку інтеграційних процесів	12
1.1 Дослідження характерних рис відкритості економічної системи держави	12
1.2 Імпортозаміщення як основа розбудови національного конкурентного ринку товарів	14
2. Аналіз стану, структури та перспектив розвитку лакофарбової промисловості як однієї з провідних сфер економічної діяльності в Україні	21
2.1 Дослідження функціонування ринку лакофарбових матеріалів на міжнародному та національному рівні	21
2.2 Місце ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» у системі національних та зарубіжних бізнес-гравців ЛФМ	33
3. Економічне обґрунтування ефективності стратегії імпортозаміщення для українського підприємства в умовах сучасного етапу розвитку лакофарбової промисловості	42
3.1 Формування раціонально-функціональної стратегії імпортозаміщення на підприємстві	42
3.2 Методи оцінки ефективності імпортої діяльності	48
3.3 Рекомендації щодо впровадження стратегії імпортозаміщення на підприємстві ТОВ «ВП «ПОЛІСАН».	53
Висновки	59
Список використаних джерел	61
Додатки	69

ВСТУП

Глобальні соціально-економічні та еколого-економічні перетворення, що викликані переходом суспільства до шостого технологічного укладу[78,83,84,92,93] та імплементацією цілей сталого розвитку[86,87,88,90,91,94,95,96] на фоні посилення інтеграційних процесів не можуть не впливати на розвиток вітчизняної економіки та визначати тренди її розвитку.

Безсумнівно, активізація інтеграційного розвитку економічного середовища існування для промислового сектору розширює можливості щодо міжнародної взаємодії з кожним роком все більше. Це дає можливості залучення ресурсів, необхідних для модернізації процесу виробництва та виготовлення якісної продукції. Запроваджена тактика відкритості міжнародних відносин з одного боку посилила виробничий потенціал промислового сектору за рахунок отримання додаткових економічних благ, а з іншого боку створила потужне конкурентне середовище для вітчизняних виробників. У результаті на сьогоднішній день майже у всіх галузях промисловості спостерігається провідна частка імпортних товарів та витіснення продукції національних виробників.

Промисловий комплекс має вирішальне значення для економіки всіх країн. Саме тому виникає необхідність у створенні ефективного методу контролю та регулюванню імпоротної діяльності підприємств. Одним з таких методів є застосування стратегії імпортозаміщення, яка дозволяє стимулювати національне виробництво. Такий підхід дозволить збалансувати пропозицію продуктів на внутрішньому ринку товарів та послуг. Політика заміщення імпорту промислової продукції місцевого виробництва супроводжується захистом вітчизняної промисловості від впливу світового ринку, що зменшить

ризика впливу негаливних світових економічних, політичних та соціальних явищ.

Мета кваліфікаційної магістерської роботи полягає в оцінці ефективності впровадження стратегії імпортозаміщення на підприємстві як фактору стимулювання вітчизняного виробництва у галузі лакофарбової промисловості.

Для досягнення цієї мети в роботі поставлені наступні дослідницькі завдання:

- розглянути зовнішньоекономічну діяльність країни як запоруку формування сучасної стратегії розвитку
- дослідити характерні риси відкритості економічної системи держави
- визначити сутність імпортозаміщення як основи розбудови національного конкурентного ринку товарів
- провести дослідження функціонування ринку лакофарбових матеріалів на міжнародному та національному рівні
- визначити місце ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» у системі національних та зарубіжних бізнес-гравців ЛФМ
- сформулювати раціонально-функціональну стратегію імпортозаміщення на підприємстві
- розробити метод оцінки ефективності імпортової діяльності
- надати рекомендації щодо впровадження стратегії імпортозаміщення на підприємстві ТОВ «ВП «ПОЛІСАН».

Об'єктом дослідження є аналіз міжнародної діяльності країни у промисловому секторі через призму доцільності та ефективності імпортової стратегії на внутрішньому ринку товарів та послуг.

Предметом дослідження є визначення ефективності стратегії імпортозаміщення на українському підприємстві ЛФМ як фактору розбудови вітчизняного виробництва.

Дослідження теоретичних і практичних проблем імпортозаміщення закордонної продукції на товари національного виробництва зумовило потребу в застосуванні як загальнонаукових, так і спеціальних методів пізнання. Дані методи дозволяють комплексно підійти до вирішення поставлених завдань і з'ясувати шляхи удосконалення економічної діяльності підприємств. За допомогою діалектичного методу міжнародний бізнес було розглянуто в розрізі розвитку і взаємодії її складників. Логіко-семантичним методом поглиблено понятійний апарат поняття «імпортозаміщення» та «стратегія імпортозаміщення». Методологічною основою дослідження також є історичний, логічний і системний підхід. Абстрактно-логічний метод було використано при розробці системи показників для оцінки впливу внутрішніх, а також зовнішніх факторів на економічний стан компанії та ефективності діяльності промислової галузі; метод порівняння застосовувався при вивченні механізму формування стратегії імпортозаміщення; використання статистичного методу дозволило дослідити основні показники економічної діяльності компанії та галузі.

Інтерес до дослідження міжнародних економічних відносин та методів їх регулювання викликає інтерес у багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців.

Так, питання про перспективи розвитку національних підприємств, їх кризового відновлення широко розкривається в працях таких вчених: Т.М. Мельник [6; 7], І.З. Локжанський [1], І.В. Дунаєва [2], А.А. Мазаракі [5; 6], С.М. Ілляшенко [3], Н.В. Коваленко [4], О.І. Попова [8], Л.І. Федулова [9; 10], М.М. Якубовського [11; 12] та інші. Їхні роботи показують стан та проблемні сторони стратегічного розвитку підприємств, однак сучасні умови вимагають вдосконалення усталених підходів до створення стратегічного розвитку.

Розглянувши різні напрямки економічної діяльності підприємств та імпортозаміщення як метод захисту національних виробників через призму досліджень вітчизняних науковців пропонуємо дослідити погляди зарубіжних дослідників.

Irwin, D. A. [5] вважає, що імпортозаміщення – політика обмеження імпорту промислових товарів – була найкращою торговельною стратегією для сприяння індустріалізації та економічного добробуту на державному рівні.

Awokuse, T. O. [2] розглядає взаємозв'язок між виробничим розвитком та економічним зростанням в Аргентині, Колумбії та Перу з акцентом як на ролі експорту, так і на імпорті. Obi, J., Tolulope, A., Olokundun, M. A., Ibidunni, A. S., Amahian, A. B., Borishade, T. T., та Fred, P. [7] досліджують вплив фінансових та соціальних результатів підприємств на економіку країни. Під час даного дослідження було проведено велику кількість економічних та математичних розрахунків, які показували ефективність діяльності.

Таким чином, існує безліч поглядів на функціонування економічних відносин між промисловим та державним сектором, що виражається у ступені впливу діяльності підприємств на національну політику розвитку держави.

Інформаційна база роботи складається із фінансового звіту ТОВ «ВП «ПОЛІСАН»; нормативних документів України; аналітичної інформації науково-дослідних установ; наукових публікацій щодо впровадження стратегій імпортозаміщення; інтернет-ресурсів, монографічних досліджень, державної статистики України, статистичного порталу Doing business тощо.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у:

- 1) авторському підході до визначення сутності імпортозаміщення як фактору підвищення конкурентоспроможності національного виробника;
- 2) формуванні раціонально-функціональної стратегії імпортозаміщення на підприємстві;
- 3) оцінці ефективності стратегії імпортозаміщення в умовах розвитку галузі лакофарбової промисловості.

За результатами дослідження сформульовані такі висновки:

Одержані результати можуть застосовуватися у процесі розробки імпортової стратегії підприємства, що включає в себе практичні рекомендації щодо формування стратегії імпортозаміщення на підприємстві для максимізування позитивного економічного ефекту.

Результати основних положень кваліфікаційної магістерської роботи пройшли апробацію:

1. На Міжнародній науково-практичній онлайн-конференції «ІМПЕРАТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ І ЄС У КОНТЕКСТІ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ», 25-29 жовтня 2021 року на базі Сумського державного університету за результатами участі в якій були опубліковані тези доповіді «Management of international business in the context of globalization» (Karintseva O. I., Kirilieva A. V., Dolhosheieva O. I.).

2. У Віснику Сумського державного університету. Серія Економіка, 2021 було опубліковано статтю «Аналіз ринку лакофарбових матеріалів на міжнародному та національному рівні у сфері промислового сектору економіки». (Карінцева О. І., Кіріл'єва А. В.).

1. Основні засади ведення діяльності національних суб'єктів господарювання у розрізі розвитку інтеграційних процесів

1.1 Дослідження характерних рис відкритості економічної системи держави

Особливістю світової економіки є відкритість системи через її ринкову природу. Загальний ступінь відкритості міжнародної економічної системи визначає ступінь відкритості її підсистем. Значне підвищення відкритості в міжнародній економіці в останні десятиліття було забезпечено поступовим переходом багатьох національних економічних систем до відкритої економіки, орієнтованої насамперед на зовнішні ринки. Відкрита економіка – цілісний економічний комплекс, який вільно взаємодіє зі світовим ринком основою якого є МПП та є передумовою успішного розвитку зовнішньоторговельного співробітництва між країнами шляхом поглиблення спільних інвестицій, створення зон вільної торгівлі та ефективного використання порівняльні переваги.

Відкритість економічної системи може зі значними перевагами призвести до нових загроз на макроекономічному рівні, пов'язаних, зокрема, із зростанням впливу зовнішніх процесів на національну економіку. Тому проблема відкритості в економіці країни тісно пов'язана з проблемою державного втручання у зовнішньоекономічну сферу, основною метою якого має бути забезпечення рівня прозорості внутрішнього ринку іноземного капіталу та технологій щодо товарів та послуг на стабільному рівні.

Прихильники протекціонізму, з іншого боку, критикують результати вільної торгівлі в системі країн з різним економічним розвитком. Вони притримуються думки, що вільна торгівля відповідає інтересам розвинутих країн, веде до їх панування та перешкоджає створенню вітчизняної промисловості у відносно відсталих країнах [66]. Країни зі значною різницею в технічному рівні не зможуть стати рівноправними партнерами. Ф. Ліст

вважав, що у випадку вільної торгівлі країни, яка розвиваються, перебувають «в тій самій ситуації, що й у розвинених країнах, де дитина чи молода людина вступають у боротьбу з дорослим» [11].

Протекціонізм використовується великою кількістю країн світу. Зазвичай це мотивується збільшенням виробництва вітчизняної промисловості, тобто необхідністю пристосування до нових умов. Проте протекціонізм має негативні наслідки: він підтримує високі ціни на товари, захищені високими тарифами, обмежених іноземною конкуренцією, посилює нелегальний імпорт товарів без митного контролю. Крім того, використання протекціоністських методів, як правило, має позитивні короткострокові наслідки, оскільки контрзаходи з боку торгових партнерів негативно впливають на експортні можливості та можуть завдати шкоди економіці, переважаючи переваги заходів митного захисту. Індустріально розвинені країни часто використовують протекціоністську політику для захисту вітчизняних виробників всередині та за межами країни.

Таким чином, відповідно до визначення характерних особливостей двох видів політики ведення міжнародної діяльності формалізуємо ключові переваги кожної у вигляді таблиці (табл. 1.1).

Таблиця 1. 1 – Переваги політики вільної торгівлі та протекціонізму

Вільна торгівля	Політика протекціонізму
<ul style="list-style-type: none"> • Можливості отримання додаткового ресурсного забезпечення у вигляді досвіду та технологічного оснащення, що дозволить покращити потенційні сильні сторони національного виробництва; • Посилення конкуренції на внутрішньому ринку, що спонукає виготовляти конкурентну продукцію та надавати якісні послуги; • Свобода вибору споживачів, що підвищує добробут населення; • Використання міжнародного поділу праці, що забезпечує ефективне використання наявних ресурсних потенціалів. 	<ul style="list-style-type: none"> • Збереження інтересів вітчизняних виробників; • Захист внутрішнього ринку від демпінгу; • Поповнення державного бюджету; • Підтримка молодих ринків та галузей діяльності шляхом захисту від жорсткої конкуренції з боку закордонних виробників; • Зменшення обсягу імпорту та стимулювання вітчизняного виробництва, що дозволить задовольняти потреби населення.

Отже, кожна країна сама для себе обирає політику економічної спрямованості. Їх вибір залежить від низки внутрішніх та зовнішніх факторів, які притаманні певному економічному розвитку країни. На сьогоднішній день багато країн обирають помірно змішаний політики розвитку міжнародних відносин. Відповідно до цього важливим питанням є формування ефективної стратегії зовнішньоекономічної діяльності в країні. Україна – це країна, яка має досить відкриту економіку, проте у деяких галузях діяльності частка імпортованих товарів перевищує кількість спожитого вітчизняного товару, що спричиняє порушення дисбалансу платіжного балансу та спонукає до створення інноваційних методів регулювання імпортової діяльності суб'єктами господарювання.

1.2 Імпортозаміщення як основа розбудови національного конкурентного ринку товарів

Міжнародні зв'язки в контексті побудови довгострокових відносин у бізнесі поєднують у собі велику кількість методів та способів їх створення та контролю. Кожна компанія має на меті реалізацію власних інноваційних цілей та завдань для того, щоб отримати максимальний економічний ефект. Політика розвитку та зростання підприємств будується відповідно до їх ресурсних можливостей, виробничого потенціалу, кваліфікованого людського капіталу та економічного середовища. Існує практика, коли політика компанії не збігається з національними інтересами держави, що викликає дисбаланс економічного розвитку країни. Однією з причин такої ситуації є нераціональна імпортна діяльність. Досліджуючи важливість імпортової діяльності у попередніх розділах даної магістерської роботи визначили, що імпорт є важливою складовою міжнародного обміну товарами та послугами. Завдяки імпорту підприємства отримують необхідні для виробництва ресурси, а

населення – економічні та соціальні блага. Тож, нагальними питанням є побудова ефективної імпортової політики, яка дозволить виконувати стратегічні завдання підприємства, а також враховувати інтереси держави. Досягти такого ефекту можливо за рахунок політики імпортозаміщення на підприємстві. Важливим є зазначити те, що політика імпортозаміщення можлива не у всіх галузях економічної діяльності та не може бути єдиною формою для всіх сфер діяльності. Підхід до створення політики імпортозаміщення має будуватися на індивідуальних характерних рисах підприємства та сфері його діяльності. Таким чином, для того, щоб всебічно розглянути питання ефективності застосування політики імпортозаміщення на українському міжнародному підприємстві пропонуємо почати з теоретичного аспекту даної економічної категорії.

Так, імпортозаміщення — це торгово-економічна стратегія, яка має на меті заміщення імпортованих товарів на товари вітчизняного виробництва. Така політика повинна залучати декілька рівнів економічних та соціальних суб'єктів господарювання.

Політика імпортозаміщення була введена країнами, що розвиваються, з наміром забезпечити розвиток і самодостатність шляхом створення внутрішнього ринку. Держава веде економічний розвиток шляхом націоналізації, субсидування виробництва, підвищення оподаткування та високопротекціоністської торгової політики.

До середини 1960-х років багато економістів, які раніше виступали за імпортозаміщення в країнах, що розвиваються, були розчаровані цією політикою та її результатами. Багато країн, які прийняли політику імпортозаміщення у роки після Другої світової війни, відмовилися від неї до кінця 1980-х років, зменшивши державне втручання в економіку та ставши активними учасниками Світової організації торгівлі. [48] Чотири східноазіатські економіки (Гонконг, Сінгапур, Південна Корея та Тайвань) були охарактеризовані як рідкісні успішні приклади політики

імпортозаміщення, хоча вчені характеризують підхід цих країн як державне втручання для сприяння «експортно-орієнтованому індустріалізація».

Політика імпортозаміщення загалом мала наслідки для міжнародної торгівля, оскільки доходи експортно-орієнтованих секторів (наприклад, сільського господарства) зменшилися, а доходи конкуруючих з імпортом секторів (наприклад, виробництво) зросли. Уряди, які прийняли політику імпортозаміщення, мали постійний бюджетний дефіцит, оскільки державні підприємства ніколи не стають прибутковими. Вони також мали дефіцит поточного рахунку, оскільки промислові товари, вироблені країнами імпортозамінниками, були неконкурентоспроможними на міжнародних ринках, а аграрний сектор (сектор, який був конкурентоспроможним на міжнародних ринках) був ослаблений; в результаті країни імпортозаміщення стали імпортувати більше [61]

Імпортозаміщення означає, як правило, задоволення більшої частки загального попиту країни на товари (виробництво плюс імпорт) за рахунок власного внутрішнього виробництва. Однак це словосполучення вживалося авторами неоднозначно залежно від цілей своїх досліджень. Одні науковці на підприємці визначають імпортозаміщення як зміну частки імпорту в загальному обсязі пропозиції. У цьому контексті вони розрізняють три причини промислового зростання:

- 1) заміщення внутрішнього виробництва імпортом;
- 2) зростання кінцевого використання промислової продукції;
- 3) зростання проміжного попиту, що впливає з (1) і (2).

Інші науковці розглядають імпортозаміщення у два етапи. Перший (легкий) етап — це заволодіння існуючим ринком споживчих товарів від іноземного постачальника. Другий, набагато складніший етап, полягає в поширенні виробництва назад на проміжні товари, капітальні товари та сировину, а також прорив на світовий ринок з експортом промислової продукції. Перший етап самодостатній і реалістичний. Другий етап включає занадто багато змінних і не відображає реальної мети імпортозаміщення. Слід

пам'ятати, що ця стратегія робить акцент на виробництві для внутрішніх ринків, а не на розвитку експортних. Намагаючись відкрити зовнішні ринки, недостатньо покладатися на політику загального імпортозаміщення.

Імпортозаміщення, яке здійснюють сучасні країни, що розвиваються, зазвичай відбувається в кілька етапів. Як зазначає Гіршман, процес «починається переважно з виробництва готових споживчих товарів, які раніше імпортувалися, а потім переходить, більш-менш швидко й успішно, до вищих стадій виробництва, тобто до проміжних товарів і машин, через ефект зворотного зв'язку».

Країни, які розвиваються, не можуть покладатися виключно на імпорт кількох первинних продуктів для досягнення розумних темпів економічного зростання [76,77,79,80,81,82,85,89]. Однак цей факт не виправдовує прийняття невибіркового імпортозаміщення як унікальної стратегії розвитку, що заслуговує на довіру, оскільки в довгостроковій перспективі воно само по собі не приведе до належного зростання чи ефективного промислового сектору. Більше уваги необхідно приділяти розширенню виробництва та підвищенню продуктивності в традиційних галузях. З цих причин необхідно узгоджувати розширення національних галузей із вибірковою політикою імпортозаміщення.

Таким чином, імпортозаміщення є необхідною, хоча й недостатньою умовою для розширення внутрішніх ринків та підтримки задовільних темпів індустріалізації. Добре продумана та адекватно реалізована стратегія імпортозаміщення може зробити істотний внесок у підвищення доходів та сприяти розвитку експорту. Це також може допомогти пришвидшити перехід від традиційної та аграрної економіки до індустріального суспільства, що користується перевагами міжнародних відносин і торгівлі [59, 39, 50]. На нашу думку, така стратегія імпортозаміщення повинна в основному:

- заохочувати місцеве виробництво обмеженої кількості товарів, не намагаючись забезпечити заміни для всього імпорту споживчих товарів;

- з самого початку сприяти внутрішньому виробництву споживчих товарів, проміжних продуктів і капітальних товарів, у яких країна має або може реально розвинути порівняльні переваги;
- зосередитися на початковій стадії на продуктах з реальним експортним потенціалом на основі внутрішніх ресурсів, де зворотні зв'язки можуть бути максимально розширені;
- запровадити систему помірних тарифів, влаштованих таким чином, щоб ефективні ставки захисту не відрізнялися суттєво між галузями;
- нижчі захисні тарифні бар'єри — захист не повинен дискримінувати ані капітальні, ані проміжні, ані споживчі товари;
- налагодити систему просування експорту продукції, що відповідає визначеним умовам, з метою сприяння швидкому виходу на міжнародні ринки;
- гарантувати, що традиційний експортний сектор не зазнає дискримінації;
- визначити розмір і терміни реалізації стратегії імпортозаміщення на основі довгострокової програми індустріалізації, яка пов'язує стан платіжного балансу з вимогами загального економічного зростання.

Відповідно до вищезазначеного, імпортозаміщення зазвичай запроваджується для вирішення проблем платіжного балансу, і воно супроводжується торговельним контролем або високими тарифами, які практично виключають будь-яку конкуренцію з боку імпорту. На першому етапі вітчизняне виробництво споживчих товарів, часто з високою імпортною складовою, зростає дуже швидко. Ці товари часто сумнівної якості, виробляються на заводах неекономічних розмірів і продаються за високими цінами на захищеному внутрішньому ринку. Після заміни імпорту споживчих товарів зростання попиту загалом сповільнюється, а заміщення повільно й неефективно переходить на вищі стадії виробництва, наприклад, проміжні товари та капітальні товари. Високі тарифи або контроль на імпорт кінцевої продукції та дуже низькі тарифи на сировину стають основним джерелом

прибутку. Тому в міру розвитку процесу зацікавлені в цьому бізнесмени, природно, виступають проти внутрішнього виробництва відносно дешевої імпортової сировини, що зменшить ці прибутки [5]. Часто, коли країни переходять на вищі етапи виробництва, вони все ще зберігають стару економічну політику, яка більше не застосовується до нового етапу імпортозаміщення. Іншою поширеною слабкістю було розпочати процес імпортозаміщення як раптовий сильний поштовх у всьому світі без економічного вивчення того, які сектори чи галузі заслуговують на преференційний режим на основі їх порівняльних переваг та внеску у зростання.

Дуже послідовна або жорстко поетапна справа імпортозаміщення не є передумовою індустріалізації. Навпаки, здавалося б, що сувора поетапна послідовність була основною причиною багатьох невдач. Кращою політикою є розробка довгострокової стратегії індустріалізації, яка заохочує меншу кількість конкретних галузей і конкретних продуктів з найменшими недоліками вартості та виробничою структурою, яку можна вертикально інтегрувати без особливих труднощів. Тобто перший етап імпортозаміщення має зробити акцент на використанні вітчизняної сировини та напівфабрикатів, які є або незабаром можуть стати конкурентоспроможними за міжнародними стандартами.

Отже, під імпортозаміщенням розуміють державну політику, спрямовану на впорядкування імпорту товарів і послуг шляхом стимулювання вітчизняних виробників аналогічної продукції, створення в країні нових компаній, у тому числі за участю іноземного капіталу, для організації виробництва продукції, яка раніше імпортувалася. Світовий досвід свідчить, що для формування успішної стратегії імпортозаміщення необхідні дві основні умови: місткий внутрішній ринок та значні вітчизняні сировинні та фінансові ресурси [76,77,79,80,81,82,85,89]. Основним обмеженням політики імпортозаміщення є, як правило, внутрішній платоспроможний попит. У разі відставання темпів зростання внутрішнього ринку від динаміки світової

ситуації політика імпортозаміщення може негативно вплинути на конкурентоспроможність імпортозамінних галузей, зокрема, і країни в цілому.

2. Аналіз стану, структури та перспектив розвитку лакофарбової промисловості як провідної сфери економічної діяльності в Україні

2.1 Дослідження функціонування ринку лакофарбових матеріалів на міжнародному та національному рівні

Лакофарбова промисловість — галузь хімічної промисловості, підприємства якої пропонують різноманітні декоративні та консервуючі покриття, затверджувачі, прискорювачі, гуму для синтетичних лаків, деякі пігменти тощо. Асортимент лакофарбових матеріалів становить близько 2000 найменувань. Для виробництва лакофарбових матеріалів використовується близько 350 різної сировини та напівфабрикатів.

Лакофарбові матеріали (ЛФМ) - матеріали, які складаються з декількох компонентів, і наносяться на поверхню, що підлягає обробці, в рідкому або порошковому стані. Після висихання ЛФМ створюють міцну плівку, яку називають лакуванням. Основне призначення лакування – захист поверхонь від факторів зовнішнього середовища (води, температури, різних хімічних і шкідливих речовин, корозії). Також лакофарбові матеріали використовуються в дизайнерських цілях: для додання поверхні певного вигляду, кольору або фактури.

Всі лакофарбові матеріали діляться на такі групи:

- основа (фарба, лак, шпаклевка, ґрунтовка);
- проміжні продукти (розчинники, розріджувачі, смоли, оліфа, сушарки - прискорювачі висихання фарб);
- інші допоміжні та допоміжні матеріали (антисептики, затверджувачі, мастики, ремувери, наповнювачі).

Крім того, лакофарбові матеріали також класифікуються за іншими критеріями:

- за порядком нанесення матеріалу на основу: покриття (основа), проміжний продукт, ґрунтовка, просочення.

- за блиском: глибокий матовий, матовий, напівматовий, напівглянцевий, глянсовий, високий глянець.
- за способом сушіння: холодна сушка та гаряча сушка.
- за умовами роботи: лаковані матеріали для зовнішніх робіт (погодостійкі), легкі матеріали для внутрішніх робіт (обмежена атмосферостійкість), легкі матеріали для захисту продукції, водонепроникні легкі матеріали, термостійкі, масло- та бензиностійкі, електроізоляційні тощо.
- спосіб нанесення лакованих матеріалів на поверхню: валик, пензлик, розпилювач, електрофорез.

Відповідно до великої розгалуженої структури ЛФМ важкосформулювати єдину систему та базу даних з кількісними показниками, які характеризують економічний потенціал кожного виробництва. Саме тому на національному рівні державною класифікацією товарів і послуг в Україні визначено такі види лакофарбових матеріалів [32]:

- лаковані матеріали (водні)
- лакофарбові матеріали (алкідні)
- клеї та желатини.

Визначивши основні характеристики лакофарбового виробництва розглянемо міжнародний та національний ринок ЛФМ для того, щоб оцінити виробничі можливості вітчизняних на зарубіжних виробників та визначити місце українських виробників серед пропозицій лакофарбових матеріалів на території України.

Показники продажів у 2020 році показують неоднозначну картину: деякі компанії зберігають або збільшують продажі, а інші повідомляють про падіння продажів. Загалом, сегмент архітектурних покриттів показав найкращі результати під час викликів 2020 року, оскільки споживачі залишалися вдома та працювали над проектами покращення будинку. на схемі (рис. 2.1) наведено щорічний рейтинг 10 провідних світових виробників лакофарбових матеріалів. Рейтинг складений на основі продажів покриттів у 2020 році [12].

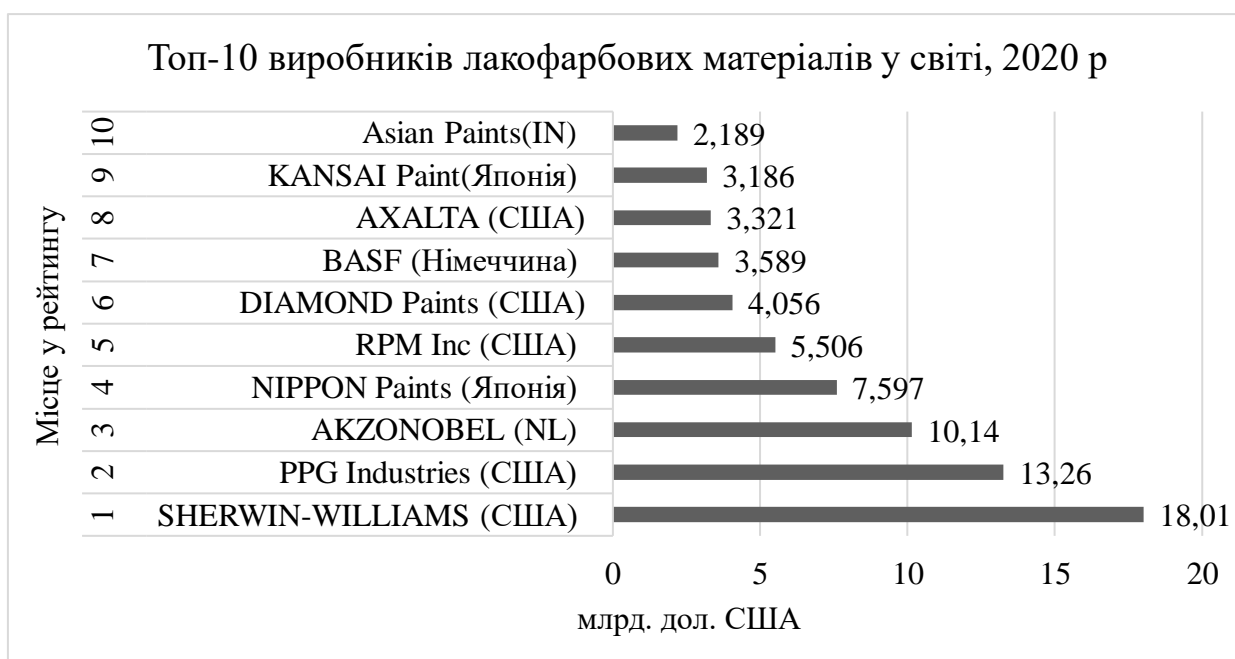


Рисунок 2.1 Топ-10 виробників лакофарбових матеріалів у світі, 2020 р

Джерело: розроблено автором на основі [12].

Через COVID-19 обсяг продажів світового ринку фарб та покриттів у 2020 році становив 167,6 млрд доларів, що на 3% менше порівняно з минулим роком [12].

Таким чином, успішність зазначених компаній зумовлена широким асортиментом виробленої продукції, високою якістю технологічного оснащення, наявністю висококваліфікованих працівників та розгалуженою сегментованістю на різні групи покупців. Зважаючи на світову пандемію та кризу як економічного так і сировинного сектору, розглянуті виробники змогли втримати свої лідируючі позиції та навіть мати економічно позитивний результат діяльності.

Ринок лакофарбових матеріалів стрімко розвивається та формує конкурентоспроможну галузь виробництва. Проте, дослідження ринку лакофарбових матеріалів в Україні є складним процесом, яким вимагає ґрунтовного дослідження через низку причин. Перш за все варто зауважити, що серед поглядів науковців та у вживанні не розділяються значення термінів "лакофарбові матеріали" та "лакофарбова продукція", що не дозволяє

визначити коректні дані щодо обсягу виробництва ЛКМ. Ще однією причиною ускладнення зведення статистичних даних це враховування лише даних великих суб'єктів економічної діяльності та ігнорування обсягів виробництва невеликих підприємств. Тож, дані Державної служби України не мають коректних даних, які визначають обсяг виготовленої продукції лакофарбових матеріалів [65].

Підприємства зазначеної галузі намагаються посилювати власні позиції на конкурентному ринку лакофарбових продуктів. Сучасне технологічне оснащення, нові формули виготовлення продукції та створення лімітованих лінійок продуктів робить виробництво ЛФМ перспективною галуззю економічної діяльності на українському товарному ринку.

Важливим є зазначити, що ЛФМ є економічно успішною галуззю діяльності в Україні про що свідчить співвідношення імпортованих та вітчизняних товарів на внутрішньому ринку у даному сегменті. Секторальна структура національного товарного ринку продукції хімічної галузі дозволить наглядно побачити кількість імпортованих та українських продуктів лакофарбової галузі. (рис. 2.2). Так, у 2020 році порівняно з попереднім роком імпортна продукція продовжує домінувати у переважній частині сегментів хімічного ринку. Лише у двох сегментах (лакофарбові матеріали та вироби із пластмас) вітчизняна продукція займає чільне місце на ринку (відповідно 46 та 51%), в інших сегментах присутність вітчизняної продукції перебуває в діапазоні від 37 до 7%. Така тенденція є досить обнадійливою, однак вона поки що залишається фрагментарною, а не системною.

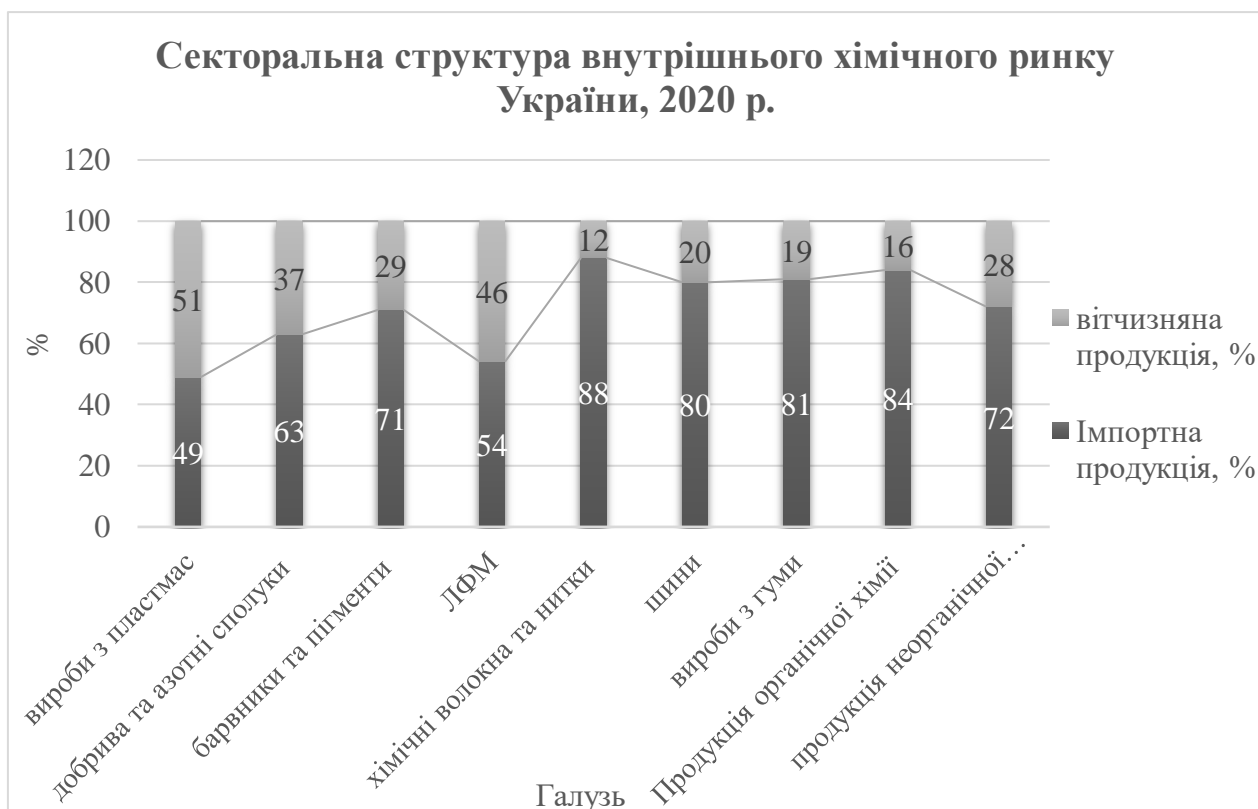


Рисунок 2.2 Секторальна структура внутрішнього хімічного ринку України, 2020 р.

Джерело: розроблено автором на основі [26]

Наступним етапом аналізу ринку ЛФМ є дослідження основних показників розвитку хімічної промисловості України, за якими ми можемо прослідкувати зміни сфери хімічної промисловості України у тому числі і ЛФМ (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Ключові показники функціонування хімічної промисловості України в 2012-2020 рр.

Найменування показника	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Обсяги виробництва хімічної продукції	85,6	115,9	108,5	120,9	143,1	147,7	154,7
Обсяги реалізації хімічної продукції (без ПДВ, акцизу), млрд. грн/млрд. дол. США	69,1	92,2	90,7	98,1	116,6	123,0	122,5
Частка хімічної продукції у промисловому виробництві, %	5,8	5,1	5,3	4,7	4,8	4,9	5,0
Частка експорту ХП в реалізації продукції, %	46,0	43,0	36,0	39,2	37,2	35,4	37,4
Обсяг внутрішнього товарного ринку хімічної продукції, млрд. дол. США (у цінах поточного року)	10,8	9,6	9,2	10,1	11,2	11,6	10,6
Частка імпорту ХП на внутрішньому товарному ринку, %	71	75	75	77	75	73	74
Частка хімічної продукції вітчизняного виробництва на внутрішньому товарному ринку, %	29	25	25	23	25	27	26
Інвестиції в ОК, млн. дол. США	252	121	142	201	179	176	167
Кількість суб'єктів господарювання (великі, середні підприємства), од.	382	366	326	381	390	401	335
Кількість суб'єктів господарювання (малі, мікро-підприємства), од.	5771	5900	5410	5895	5990	6100	5348

Джерело: [8, 12, 14]

Проведений аналіз показує, що упродовж 2020 року динаміка секторальних індексів галузевого виробництва була нестійкою.

Відповідно до місця ЛФМ у галузі хімічної промисловості виникає необхідність у дослідженні показників їх розвитку. Серед таких показників можна виділити обсяг виробництва ЛФМ у кількісному виразі (тисяч тонн), що дозволить проаналізувати реальні технологічні та виробничі можливості національних виробників ЛФМ та рівень забезпеченості громадян товарами власного національного виробництва; обсяг імпорту та експорту дає можливість зрозуміти ступінь залежності від імпортних виробників, а також визначає потенціал до нарощування додаткового обсягу виробництва з метою експорту та розширення каналів збуту українських товарів.

Таким чином, проаналізуємо зазначені показники за період 2014-2019 років, що дасть можливість визначити позитивну чи негативну динаміку (табл.2.2).

Таблиця 2.2 – Показники розвитку лакофарбової галузі, тис. т., 2014-2019 рр.

Рік	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Обсяг виробництва ЛФМ продукції (вітчизняні виробники)</i>	228,40	198,00	208,80	216,40	213,90	219,00
<i>Обсяг імпорту ЛФМ</i>	46,00	29,67	37,52	46,10	43,14	40,92
<i>Обсяг експорту ЛФМ</i>	8,10	6,95	5,83	6,49	6,86	6,54

За даними таблиці 2.2 можемо спостерігати досить суттєві показники обсягу продукції. Так, у 2014 році обсяг лакофарбових матеріалів мав максимальні значення – 228 тис.т. Проте, слід зазначити, що і обсяг імпорту за цей період також був найвищим і складав 46 тис. т. До того ж, експортний потенціал ЛФМ у 2014 році також мав позитивні значення, а саме 8,10 тис. т, що є найкращим показником за досліджуваний період. Такі значення означають збільшення попиту населення на матеріали лакофарбової галузі, що спричинило збільшення обсягів виробництва.

Кризовими роками галузі ЛФМ, як бачимо, є 2015 та 2016 роки. Обсяги виробництва є значно нижчими, експорт продукції скоротився на 1,15 тис. т та 2,27 тис. т у 2015 та 2016 роках відповідно порівняно з 2014 роком. Загальний обсяг виробництва скоротився на 13 % та 9% відповідно. Така ситуація, перш за все, пов'язана із складною політичною ситуацією на території України, а також супутніми економічними та соціальними проблемами, які наклали свій відбиток на рівень життєдіяльності населення і можливість придбати товари не першої необхідності. Як бачимо, починаючи з 2017 року галузь ЛФМ починає нарощувати виробництво та поновлювати його обсяги відповідно до попередніх років з кращими показниками.

Наступним показником, на який слід звернути уваги про дослідженні галузі лакофарбової промисловості це обсяг реалізованої продукції у

грошовому вимірі. Як можемо бачити обсяг реалізованої продукції має тенденцію до збільшення з кожним роком. Вважаємо доречним показати паралельним показником тенденцію росту курсу дол. США, що дозволить прослідкувати залежність росту обраних значень (рис. 2.3).

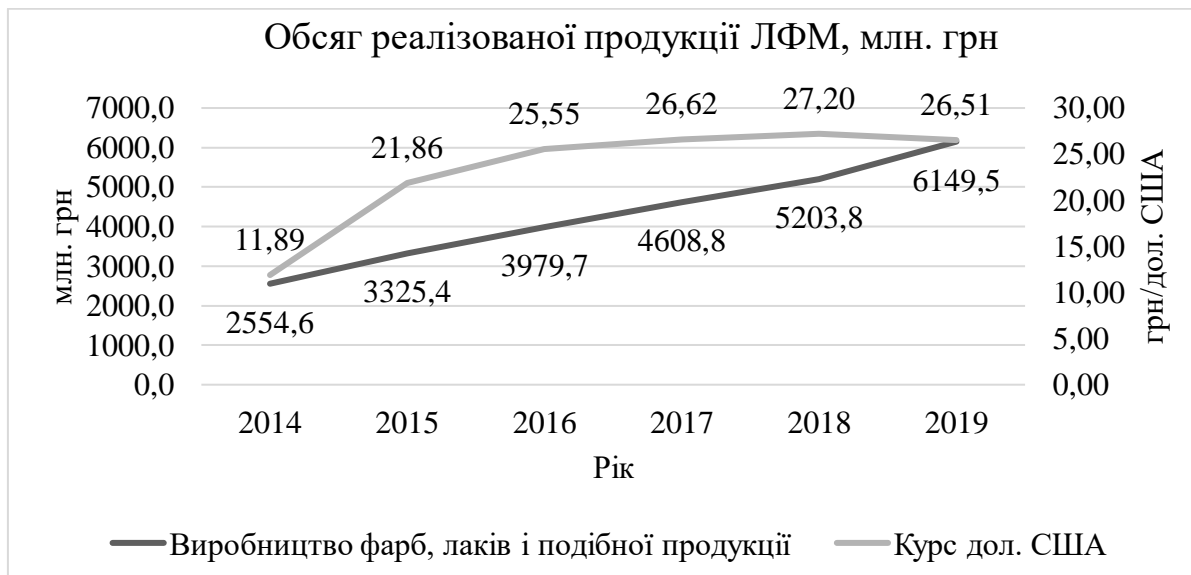


Рисунок 2.3 – Обсяг реалізованої продукції ЛФМ, млн. грн, 2014-2019 рр.

Зазначимо, що сучасний стан українського ринку ЛФМ. Навесні 2020 року продажі ЛКМ скоротилися, а український ринок зазнав втрат обсягу продажів у період з березня по травень на 21% [5].

За даними Держкомстату, на сьогодні, в Україні нараховується більше 150 виробників, з яких не більше 15 випускають близько 75% усієї ЛФ продукції у країні. Лідерами серед них є «Полисан» (ТМ «Фарбекс», «Максима», «Делфи», «Декарт»), «Мефферт Ганза Фарбен» (ТМ «Дюфа», «Тиккурила Україна» (ТМ «Колорит»), «Снежка Україна», ТМ «МГФ»), «Триора», «Мальва», «Фейдаль УА» (ТМ «Фейдаль»), «ЗИП» (ТМ «Зебра») та інші [21].

Визначивши загальні величини імпорту і вітчизняного виробництва ЛФМ пропонуємо розглянут співвідношення пропозиції на ринку ВД ЛФМ та ЛФМ на органічній основі на рис. 2.4.

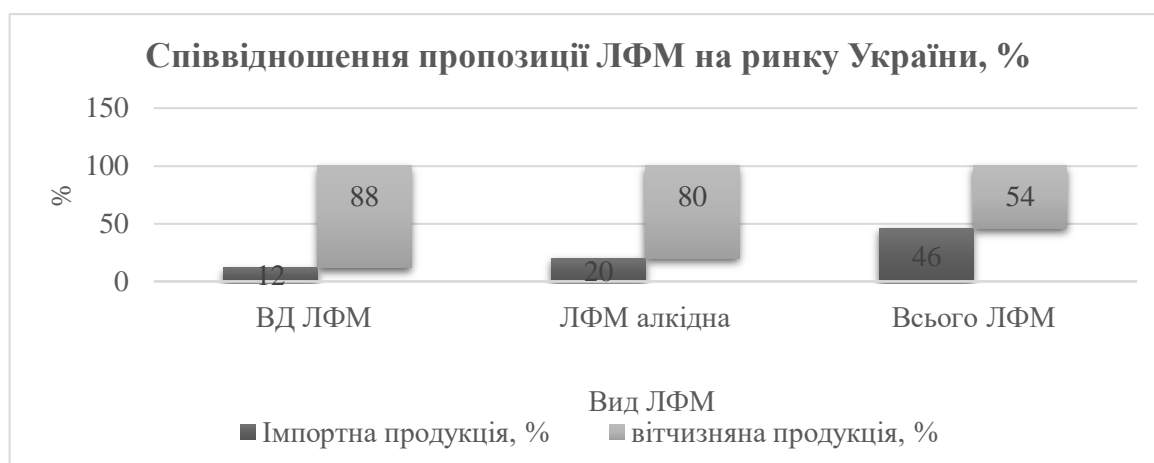


Рисунок 2.4 Дослідження пропозиції ЛФМ на ринку України – імпортна та вітчизняна продукція, % [21]

Джерело: [21].

На основі зазначених даних можемо зробити висновок, що український ринок лакофарбової продукції є розвинутим та конкурентоспроможним порівняно з іншими галузями хімічної промисловості. Рівень імпортованих продуктів лакофарби значно менший від частки вітчизняних товарів на українському ринку. Така тенденція дозволяє констатувати конкурентоспроможність ЛФМ на національному рівні. Зберігати та покращувати свої позиції українські виробники зможуть за умов модернізації виробничого процесу, оснащення новітнім обладнанням цехи та підвищення кваліфікації працівників підприємства.

Визначивши основні критерії та тенденції розвитку виробництва лакофарбових матеріалів закордоном і на території України пропонуємо більш детально розглянути ключові показники активної міжнародної діяльності у галузі ЛФМ. Для поглибленого вивчення зазначеного питання щодо економічного стану ринку ЛФМ в Україні пропонуємо порівняти сумарний обсяг імпорту та експорту продукції лакофарбового виробництва. Беручи до уваги раніше зазначений у роботі факт того, що розгалужена сегментація асортименту ЛФМ не дозволяє розглянути всі види ЛФМ в одному векторі, досліджуваним об'єктами було обрано найпоширеніші продукти

лакофарбового виробництва у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД, а саме:

- 3206 – Інші барвникові матеріали
- 3208 - Фарби та лаки, розчинені у неводному середовищі
- 3209 - Фарби та лаки, розчинені у водному середовищі
- 3210 – інші фарби та лаки
- 3211 – готові сикативи
- 3212 - Пігменти для виробництва фарб; інші барвники, фольга
- 3214 - Замазки, мастики, шпаклівки, суміші для фасадів, стін тощо

Тож, за визначеними товарними групами ЛФМ проаналізуємо загальний обсяг експорту та імпорту на основі даних Фіскальної державної служби України [63]. У табл.2.3 наведено розрахунку сумарного експорту та імпорту у кількісних показниках (тонн).

Таблиця 2.3 – Розрахунок сумарного експорту та імпорту у кількісному вимірі, тонн, 2014-2019 рр.

Рік	Код	3206	3208	3209	3210	3211	3212	3214
	Назва товару	Інші барвникові матеріали	Фарби та лаки, розчинені у неводному середовищі	Фарби та лаки, розчинені у водному середовищі	Інші фарби та лаки	Готові сикативи	Пігменти для виробництва фарб; інші барвники, фольга	Замазки, мастики, шпаклівки, суміші для фасадів, стін тощо
2014	Імпорт	7916	27861	13374	1356	418	3469	227180
	Експорт	100453	5623	2270	44	7	167	24172
2015	Імпорт	8611	14420	10412	1156	338	3682	106359
	Експорт	34315	4785	1967	85	1	109	10884
2016	Імпорт	13444	20399	11970	1430	237	3727	156876
	Експорт	32939	3896	1840	44	0	50	11112
2017	Імпорт	14010	25895	15597	1353	224	3252	148068
	Експорт	36493	4096	2329	13	1	49	14815
2018	Імпорт	14605	24314	14359	1172	236	3290	175528
	Експорт	39262	4444	2320	53	1	46	15686
2019	Імпорт	13616	24098	13202	1271	263	2347	171111
	Експорт	38896	3990	2450	34	1	64	17995

Джерело: розроблено автором на основі [22].

Відповідно до даних у табл. 2.3 можемо зробити висновок, що імпорт лакофарбових матеріалів займає суттєву частку внутрішнього ринку продукції даної сфери діяльності. Як бачимо, незначні покращення збільшення експорту

все ж таки є у сегменті продукції для фасадів та обробки стін. Проте визначити позитивну тенденцію до змін показників назвати поки що важко. Така ситуація підтверджується відсутністю систематичного аудиту та формалізації статистичних даних щодо обліку виробництва ЛФМ продукції. Наступний кроком у дослідженні українського ринку ЛФМ є аналіз сумарного експорту та імпорту у вартісних показниках тис. дол. США [63] (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – розрахунок сумарного експорту та імпорту у вартісному вимірі, тис. дол. США, 2014-2019 рр.

Рік	Код	3206	3208	3209	3210	3211	3212	3214
	Назва товару	<i>Інші барвникові матеріали</i>	<i>Фарби та лаки, розчинені у неводному середовищі</i>	<i>Фарби та лаки, розчинені у водному середовищі</i>	<i>Інші фарби та лаки</i>	<i>Готові сикативи</i>	<i>Пігменти для виробництва фарб; інші барвники, фольга</i>	<i>Замазки, мастики, шпаклівки, суміші для фасадів, стін тощо</i>
2014	Імпорт	28141	80221	34870	5906	1470	58551	86273
	Експорт	204294	9560	2712	91	31	831	6790
2015	Імпорт	23794	51935	22441	4687	1175	29593	55579
	Експорт	51334	7404	1681	136	10	692	3169
2016	Імпорт	34517	61108	26564	5451	1086	23697	68776
	Експорт	47115	6290	1750	99	4	376	3588
2017	Імпорт	40435	74058	31753	5442	1228	23147	78690
	Експорт	63972	6420	2245	30	9	415	4201
2018	Імпорт	45354	82609	32087	5437	1491	28362	88185
	Експорт	77259	7930	2469	148	13	387	5897
2019	Імпорт	39074	77783	27835	5405	1509	17724	84961
	Експорт	77368	7029	2571	123	14	781	7072

Джерело: розроблено автором на основі [22].

Таким аналіз дозволяє дослідити фінансові кошти, які отримує держава від експорту продукції національного виробництва та які кошти витрачаються на використання іноземних товарів. Крім того, дослідження даної інформації дозволить визначити основний попит населення на різні групи товарів та у

майбутньому застосовувати ці дані для формування стратегії імпортозаміщення закордонних товарів національними. Саме відповідність пропозиції до запитів попиту дасть можливість вдало реагувати на необхідність споживачів. За даними в таблиці можемо сказати, що за барвниковими матеріалами спостерігається тенденція зменшення кількості споживання іноземних товарів. Аналогічна ситуація присутня у групі товарів пігментів та ВД фарб.

Отже, в цілому, попит на покриття сприяє розвитку ділової активності в світі. Багато гравців на ринку лакофарбових матеріалів (ЛФМ) відомі сильним взаємозв'язок між економічним розвитком країни та рівнем життєдіяльності населення. Як правило, в період економічного процвітання країни та її регіони мають позитивні значення виробництва ЛФМ.

На сьогоднішній день у сегменті ЛФМ тисячі місцевих регіональних компаній та мультинаціональних корпорацій і кожна з них намагається пристосуватися до нових економічних, соціальних та екологічних умов ведення бізнесу для утримання власних позицій та сприяння розвитку виробництва [65, 32].

Отже, ринок ЛФМ в Україні є малорозвиненим проте має потенційні можливості подальшого розвитку. Підтвердженням можливості ефективного розвитку є велика кількість виробників ЛФМ, що свідчить про конкурентне середовище розвитку галузі. Також важливим є те, що ресурсне забезпечення лакофарбової галузі та технологічні можливості виробництва дозволяють мати провідну частку виготовленої продукції на вітчизняному ринку.

Визначивши тенденцію розвитку національного ринку ЛФМ можемо зробити висновок, що імпорт на внутрішньому ринку займає велику частку всієї пропозиції у даній галузі. Саме тому виникає необхідність пошуку способів та методів реабілітації вітчизняного виробництва для підвищення рівня якості виробництва, заохочення попиту споживачів та покращення позицій виробника як на національному, так і на міжнародному ринку.

2.2 Місце ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» у системі національних та зарубіжних бізнес-гравців ЛФМ

Лакофарбова галузь України є сучасною та новітньою у розрізі технологічного та виробничого процесу. Так, виробництво лакофарбових продуктів в Україні відбувається на більш ніж 150 підприємствах. Проєте зазначимо, що обсяги 15 найбільших виробників займають частку більше 75% всієї лакофарбової продукції в Україні [13]. Одним з провідних лідерів-виробників лакофарбових матеріалів є ТОВ «ВП «ПОЛІСАН». Саме тому проведемо детальний аналіз специфіки діяльності цього підприємства.

Компанія ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» є одним з провідних виробників ЛФМ. Основними продуктами виробництва є лакофарбові матеріали на органорозчинній та водорозчинній основі. Компанія має широкий асортимент продукції, яку постачає споживачам на рівні роздрібної та оптової торгівля. Компанія випускає продукцію під торговими марками «Maxima», «Farbex», «Delfi» та «DekART» [64].

Основною метою Товариства є здійснення виробничо-господарської діяльності та отримання прибутку. Предмет діяльності компанії зазначено на схемі (рис. 2.5).

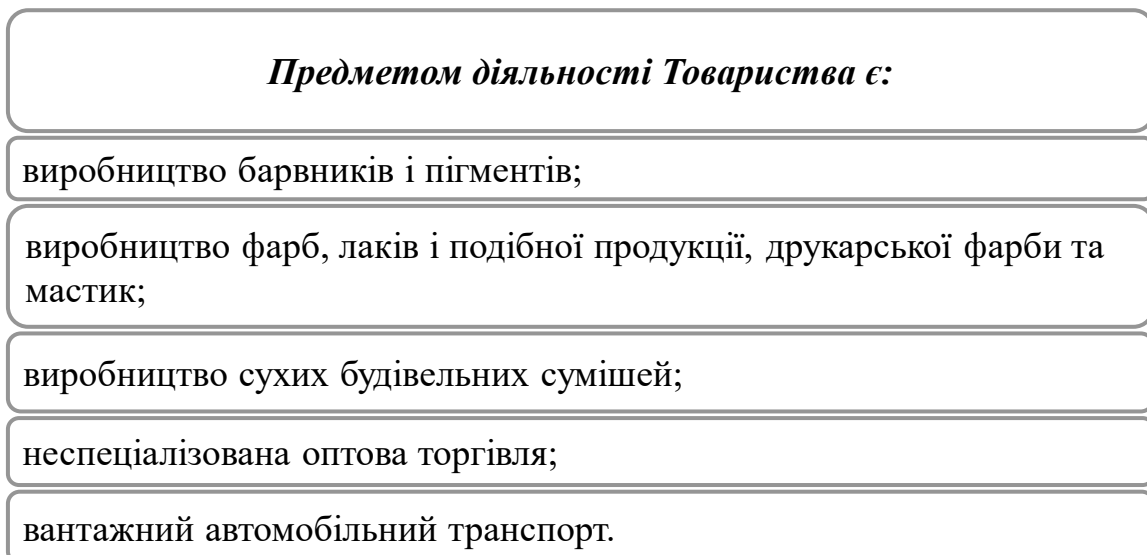


Рисунок 2.5 Предмет діяльності «ТОВ «ВП ПОЛІСАН»

Для того, щоб оцінити ефективність економічної діяльності підприємства розглянемо основні економічні показники. Зазначимо, що обрані показники мають найкраще відображати реальний стан економічного стану підприємства з урахуванням всіх особливостей існування компанії. Саме тому було обрано, на наш погляд, найдоцільніші показники для дослідження (табл 2.5).

Таблиця 2.5 – Показники економічної діяльності підприємства, 2015-2020 рр.*

Показник	Рік					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	384252,00	466308,00	588807,00	686807,00	785089,00	856538,00
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	293417,00	367354,00	465602,00	521532,00	557115,00	558600,00
Валовий прибуток (+), збиток (-) тис. грн	90835,00	98954,00	123205,00	165275,00	227974,00	297938,00
Чистий прибуток (+), збиток (-) тис. грн	7814,00	11940,00	8629,00	11831,00	92130,00	10822,00
Рентабельність, %	2,66	3,25	1,85	2,27	1,64	1,94

Джерело: складено автором на основі [64]. **Ошибка! Источник ссылки не найден.**

Наведені дані у таблиці 2.5 підтверджують стійкий економічний рівень підприємства, яке спроможне нарощувати обсяги виробництва та покращувати свої економічні результати. Так, можемо спостерігати збільшення в 2019 р. порівняно з 2015 р. показника чистого доходу на 400837 тис. грн. Звернемо увагу, що цей показник з кожним роком має позитивну тенденцію, а отже, говорить про те, що ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» має дієву економічно ефективну стратегію розвитку підприємства. Пояснюється це й тим, що чистий дохід від реалізації продукції у 2020 році становив 856538,00 тис. грн, що є на 9 % більше ніж у минулому періоді. Збереження позитивної динаміки під час всесвітнього кризису підтверджує висунуті твердження про ефективність економічної діяльності підприємства.

Собівартість реалізації зміналась на 0,27% до 558 600 тис. грн. за поточний період з 557 115 тис. грн. у попередньому періоді, що означає збільшення показника. Причиною цього є нестабільні ціни на ринку сировини, які виникли під час пандемії. Валовий прибуток компанії збільшився до 297 938 тис. грн за поточний період з 227 974 тис. грн. У 2019 році, що на 30,69 % більше.

Значних змін зазнав сировинний ринок як національний так і міжнародний. ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» є суб'єктом міжнародної діяльності, тому гостро відчуває всі кризові зміни у міжнародному бізнес-середовищі [64].

Відповідно до визначеного аналізу підприємства, пропонуємо розрахувати коефіцієнти економічної ефективності компанії ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» станом на 2020 рік на основі фінансової звітності підприємства [1]. Дані для розрахунків наведені в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 – Вихідні дані для розрахунку показників економічної ефективності ТОВ «ВП «ПОЛІСАН», 2020 р.

Показник	Значення , тис. грн
Чистий дохід	856538
Баланс	648590
Чистий прибуток	10822
Власний капітал	121111
Основні засоби	112304
Кредиторська заборгованість	69582
Дебіторська заборгованість	125266

Перш за все розпочнемо з дослідження показника ділової активності, який віддзеркалює раціональність використання фінансових ресурсів підприємства. Для того, щоб оцінити ділову активність розраховуються коефіцієнти: оборотності, строк погашення заборгованостей та фондівіддача [42].

Для дослідження ділової активності розраховуються Коефіцієнт оборотності активів. Даний коефіцієнт визначається як ефективність використання підприємством всіх наявних ресурсів не зважаючи на джерела їх залучення і обчислюється за формулою (2.1):

$$K_{\text{оборот.актив.}} = \frac{\text{Виручка}}{\text{Середньорічна вартість активів}} \quad (2.1)$$

$$K_{\text{оборот.актив.}} = \frac{856538}{\frac{(457570 + 589078)}{2}} = \frac{856538}{523324} = 1,64$$

Даний показник характеризує ефективність використання наявних на підприємстві ресурсів. Наступним розрахуємо коефіцієнт оборотності (КЗ). Зазначений коефіцієнт показує швидкість обертання кредиторської заборгованості (КЗ) підприємства за період та розраховується за формулою (2.2):

$$P_{\text{оборот.КЗ}} = \frac{\text{Виручка}}{\text{Середньорічна вартість КЗ}} \quad (2.2)$$

$$P_{\text{оборот.КЗ}} = \frac{856538}{\frac{(45525 + 93639)}{2}} = \frac{856538}{69582} = 12,31$$

Разом з коефіцієнтом оборотності кредиторської заборгованості доцільно розрахувати коефіцієнт оборотності ДЗ. Саме за допомогою цього показника можна дізнатися швидкість обертання ДЗ підприємства за період, та розраховується за формулою (2.3):

$$P_{\text{оборот.ДЗ}} = \frac{\text{Виручка}}{\text{Середньорічна вартість ДЗ}} \quad (2.3)$$

$$P_{\text{оборот. ДЗ}} = \frac{856538}{\frac{(118140 + 132392)}{2}} = \frac{856538}{125266} = 6,84$$

Термін погашення дебіторської заборгованості пропонуємо розрахувати як відношення тривалості звітного періоду до коефіцієнта оборотності ДЗ і дорівнює середньому періоду погашення ДЗ підприємства. Термін погашення КЗ розраховується аналогічним чином, результати розрахунків наведено в таблиці 2.7.

Коефіцієнт фондівдачі пояснює ефективність використання ОС підприємства і його можна розрахувати як відношення чистої виручки від реалізації продукції до середньорічної вартості основних засобів (ОЗ) (2.4):

$$K_{\text{фондовіддачі}} = \frac{\text{Виручка}}{\text{Середньорічна вартість ОС}} \quad (2.4)$$

$$K_{\text{фондовіддачі}} = \frac{856538}{112304} = 7,63$$

Коефіцієнт оборотності власного капіталу визначає ефективність використання власного капіталу (ВК) підприємства. Даний показник можна розрахувати шляхом відношення чистої виручки від РП (робіт, послуг) до середньорічної величини ВК підприємства (2.5):

$$K_{\text{оборот.ВК}} = \frac{\text{Виручка}}{\text{Середньорічна вартість ВК}} \quad (2.5)$$

$$K_{\text{оборот.ВК}} = \frac{856538}{121304} = 7,06$$

Отже, отримані результати пропонуємо формалізувати у вигляді загальної таблиці з показниками (табл. 2.7).

Таблиця 2.7. Аналіз та оцінювання основних показників ділової активності, 2020 р.

Коефіцієнт	Показник
Коефіцієнт оборотності активів	1,64
Коефіцієнт оборотності КЗ	12,31
Коефіцієнт оборотності ДЗ	6,84
Строк погашення КЗ	29
Строк погашення ДЗ	53
Коефіцієнт фондівдачі	7,63
Коефіцієнт оборотності ВК	7,06

Таким чином, за результатами розрахованих показників зазначимо, що у системі конкурентного середовища серед інших виробників лакофарбових матеріалів дуже важливо мати потенціал ділової активності підприємства та тримати його на високому рівні. Саме така стратегія дозволить мати лідируючі позиції серед конкурентів.

Наступним критерієм оцінки економічної ефективності підприємства є показники рентабельності. Найбільш поширеною та історично, однією з перших моделей аналізу прибутковості та оцінки ефективності діяльності підприємства вважається модель Дюпон (DuPont). Дана модель широко застосовується в аналізі фінансових коефіцієнтів для визначення потенціалу компанії та її ефективності. Спочатку методика DuPont використовувалась для оцінки ефективності використання активів. Цільовим показником двофакторної моделі був коефіцієнт рентабельності активів (ROA), який мав наступний вигляд (формула 2.5):

$$ROA = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{виручка}} \times \frac{\text{виручка}}{\text{активи}} \quad (2.5)$$

$$ROA = \frac{10822}{856538} \times \frac{856538}{589078} = 0,020$$

На практиці найбільш поширеною стала трьохфакторна модель Дюпон, яка полягає у використанні коефіцієнт рентабельності власного капіталу, як інтегрального показника оцінки ефективності діяльності з використанням коефіцієнта обороту активів. Трьохфакторна модель має наступний вигляд (2.6):

$$ROE = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{виручка}} \times \frac{\text{виручка}}{\text{активи}} \times \frac{\text{активи}}{\text{власний капітал}} \quad (2.6)$$

$$ROE = \frac{10822}{856538} \times \frac{856538}{589078} \times \frac{589078}{121111} = 0,020 \times 4,86 = 0,10$$

Трьохфакторна модель Дюпон показує залежність показника рентабельності від впливу фінансової, фінвестиційної та операційної діяльності.

Беручи до уваги значення всіх досліджуваних показників, можна з впевненістю зробити висновок, що ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» є прибутковим та рентабельним підприємством. Враховуючи сучасні умови бізнес-середовища як на національному рівні, так і на міжнародному ведення успішної економічної діяльності вимагає впровадження додаткових інструментів та методів у загальну стратегію розвитку підприємства.

Для більш детального дослідження місця ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» на ринку ЛФМ пропонуємо проаналізувати діяльність підприємств ат аперспективи його розвитку за допомогою методу SWOT-аналізу. Відповідно до особливостей ведення економічної діяльності у галузі ЛФМ побудували матрицю можливостей підприємства (табл.2.8). Дана матриця взаємозв'язків будується виходячи із оцінки внутрішнього стану ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» та досліджень зовнішнього оточення. Наведемо по два приклади зв'язків в кожному блоці.

Таблиця 2.8 – Матриця взаємозв'язків SWOT-аналізу для ТОВ «ВП «ПОЛІСАН»

	<u>Можливості (О):</u>	<u>Загрози (Т):</u>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вихід на новий ринок 2. Попит на нову продукцію 3. Попит в інших регіонах 4. Збільшення експорту 5. Імпортозаміщення товарів 6. Підвищення якості продукції 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Втрата частки ринку за рахунок появи конкурентів 2. Втрата товарів при транспортуванні. 3. Наявність підробок. 4. Можливе зниження цін на ринку. 5. Природні фактори. 6. Зміна тенденцій попиту
<u>Сильні сторони (S):</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Якісна сертифікована продукція; 2. Широка відомість марки; 3. Виважена управлінська система; 4. Потужний логістичний центр; 5. Значні обсяги виробництва ЛФМ. 	<i>«СІМ» (сильні сторони і можливості).</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Широка відомість марки – попит на нову продукцію; 2. Якісна сертифікована продукція – вихід на новий ринок (машинобудування, суднобудування, будівництво) 	<i>«СІЗ» (сильні сторони і загрози).</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Потужний логістичний центр – Втрата товарів при транспортуванні; 2. Широка відомість марки – Наявність підробок
<u>Слабкі сторони (W):</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Велика частка імпортованого подібного товару; 2. Необхідність розширення каналів збуту, а також сегментів ринку; 3. Невелика кількість ексклюзивного асортименту продукції; 4. Високі оперативні витрати. 	<i>«СЛМ» (слабкі сторони і можливості).</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Імпортозаміщення товарів – Велика частка імпортованого товару у процесі виробництва; 2. Збільшення експорту – Необхідність розширення каналів збуту, а також сегментів ринку. 	<i>«СЛЗ» (слабкі сторони і загрози).</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Високі оперативні витрати – Можливе зниження цін на ринку; 2. Втрата частки ринку за рахунок появи конкурентів – необхідність розширення каналів збуту, а також сегментів ринку.

Джерело: створено автором

За результатами аналізу виявлено основні негативні причини, що впливають на діяльність компанії. Проведений SWOT-аналіз дає можливість виявити та запобігти ризикам, які чекають на фірму при розширенні її діяльності. Отже, на прикладі розглянутого підприємства можна зробити

висновок, що виробництво ЛФМ є сучасним сектором вітчизняної хімічної промисловості, який характеризується наявністю сильних перспективних ознак для розвитку та має ресурсний потенціал.

3. Економічне обґрунтування ефективності стратегії імпортозаміщення на підприємстві

3.1 Формування стратегії імпортозаміщення

Досліджуючи ринок ЛФМ України було з'ясовано, що імпорт лакофарбової продукції на внутрішньому ринку має значну частку серед загального обсягу пропозиції товарів.

Таким чином, виникає необхідність у формуванні економічно ефективної стратегії імпортозаміщення. Під імпортозаміщенням розуміють державну або підприємницьку політику, спрямовану на раціоналізацію імпорту товарів та послуг за допомогою стимулювання вітчизняних виробників аналогічних продуктів, створення на території країни нових підприємств, у тому числі й за участю іноземного капіталу для організації випуску продукції, яка раніше імпортувалася. Імпортозамінна промислова політика передбачає забезпечення внутрішнього ринку країни переважно на основі розвитку національного виробництва, часто з використанням високого рівня протекціоністського захисту (ліцензій, імпортних тарифів, квот), а також інших інструментів. Світовий досвід показує, що для формування успішної стратегії імпортозаміщення необхідні дві базові умови: ємний внутрішній ринок та значні внутрішні сировинні та фінансові ресурси.

Фактори вибору стратегічних напрямків розвитку імпортозаміщення в різних компаніях і галузях є різними, але їх можна поділити на дві групи. До зовнішніх неконтрольованих факторів належать ринкові сили (попит на внутрішній і зовнішній ринки, конкуренція в галузі), система державного регулювання експортно-імпортних операцій (рівень захисту внутрішніх ринків, рівень просування експорту). Внутрішніми факторами, що застосовуються до ресурсів підприємства, є (інвестиційні ресурси, виробничі потужності, технології, кваліфіковані працівники), система управління

підприємством. На підприємстві імпортозаміщення може бути організоване в одному з двох напрямків: перехід на використання наявних на ринку вітчизняних аналогів, організація вітчизняного виробництва імпортозамінних елементів. Найважливішою умовою імпортозаміщення є здатність забезпечити якість і впізнаваність вітчизняних аналогів на внутрішніх та зовнішніх ринках, особливо на ринках за кордоном

Ефективність імпортозаміщення на етапі виробництва визначається ефектом результуючої економії ресурсів у грошовому вираженні для використання у виробництві імпортозамінного елемента виходячи з обсягу виробництва в межах часового та витрати на організацію його виробництва. Найважливішим напрямком розвитку імпортозаміщення має стати розміщення виробництва імпортозамінної продукції на базі діючих підприємств.

Саме тому виникає нагальне питання у формуванні дієвої та економічно вигідної стратегії імпортозаміщення у галузі ЛФМ. Лакофарбова індустрія вимагає особливого підходу у виборі стратегії імпортозаміщення оскільки виробничий процес ЛФМ зазнає впливу великої кількості факторів. До таких факторів можна віднести:

- суттєва імпортна залежність сировинних компонентів ЛФМ, яка вразлива до будь-яких структурних змін міжнародної діяльності;
- політична стабільність країни, яка є провідним елементом у створенні комфортного бізнес-середовища для безперервного та успішного функціонування підприємств;
- економічні показники розвитку країни;
- рівень добробуту населення, зокрема, платоспроможність та здатність купувати ЛФМ продукцію;
- розвиток будівельної, автомобільної, суднобудівельної та інших галузей, які є цільовими перспективними сегментами використання ЛФМ;
- зміни у розбудові інфраструктури та благоустрою територіальних одиниць країни;

- швидка динаміка зміни дизайнерських рішень у ремонтних роботах.

Враховуючи вищезазначені фактори під час формування стратегії імпортозаміщення можливо мінімізувати ризики, які можуть викинути через зміну одного з чинників, що впливають на виробничу діяльність. Ще одним важливим кроком у формуванні стратегії імпортозаміщення є розробка механізму. Механізм формування стратегії імпортозаміщення – це спосіб комплексного підходу до виокремлення основних етапів побудови успішного розвитку подій. Графічно механізм формування стратегії імпортозаміщення можна показати у вигляді схеми (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 Механізм формування стратегії імпортозаміщення

Джерело: сформовано автором на основі [72].

Даний механізм включає в собі вісім елементів, кожен з яких відповідає за отримання певного результату у досягненні поставленої мети – побудови стратегії імпортозаміщення ЛФМ. Так, аналіз міжнародного та національного ринку досліджуваної галузі дозволить виокремити основних гравців галузі ЛФМ, сформулювати цілі та завдання їх виробництва, проаналізувати сегменти споживачів. В результаті аналізу міжнародного та національного ринку ЛФМ можемо чітко сформулювати перспективні напрямки розвитку та визначити гострі проблеми.

Наступним етапом є розробка стратегії імпортозаміщення, яка включає в себе дві послідовні дії: вибір способів реалізації стратегії та процес реалізації

елементів стратегії. Саме цей етап є наймасштабнішим та важливим, адже він має на меті напрям подальшого розвитку та діяльності підприємства у розрізі оновленої стратегії виробництва, збуту, маркетингової діяльності тощо. Таким чином, способи реалізації стратегії імпортозаміщення можна розглядати як зовнішній – відмова від імпортованих товарів на державному рівні шляхом заборони ввозу іноземних товарів та обмеживши їх розповсюдження на вітчизняному ринку; внутрішній – поступова заміна імпортованих товарів на товари вітчизняного виробництва з поступовим заміщенням їх на ринку без втрати якості та за наявності економічно обгрунтованої вартості; змішаний – поєднання двох способів у раціональних пропорціях за умови підтримання державної політики країни та збереження виробничого потенціалу підприємств. У розрізі дослідження саме лакофарбової галузі вибір способу реалізації стратегії імпортозаміщення, перш за все, буде базуватися на виробничих потужностях вітчизняних виробників та ресурсному забезпеченні виробництва. На наш погляд, на сьогоднішній день найдієвішим способом є внутрішній, який максимально врахує перспективні можливості розвитку галузі ЛФМ. Процес реалізації обраного способу базується на визначенні провідних інструментів та суб'єктів застосування імпортозаміщення.

Сьомий етап механізму включає в себе результати впровадження стратегії імпортозаміщення, які можна отримати. Результатами є досягнення або не досягнення поставлених стратегічних цілей підприємства, галузі чи держави, на які була націлена стратегія імпортозаміщення. Заключним етапом механізму формування стратегії імпортозаміщення є оцінка економічної ефективності отриманих результатів. Даний етап формує остаточний висновок щодо необхідності продовження вдосконалення сформованої стратегії, оцінює зміни та динаміку економічних показників, з'ясовує доцільність використання нових способів досягнення економічних благ для галузі ЛФМ. Отже, на основі опису механізму формування стратегії імпортозаміщення пропонуємо побудувати модель стратегії імпортозаміщення ЛФМ (рис.3.2), яку можна застосовувати на підприємствах

українських виробників лакофарбової промисловості для отримання більшої частки визнаності на внутрішньому ринку України серед споживачів, а також посилити свої позиції на міжнародному ринку шляхом збільшення експортних операцій.

Сформована авторами стратегія імпортозаміщення поєднує у собі визначені функції, завдання та способи реалізації стратегії. Кожен з цих елементів розглядається у розрізі трьох рівнів – державного, галузевого та споживчого. Така форма розподілу на рівні дозволить комплексно охопити всі можливі групи впливу на галузь лакофарбової промисловості. Наведні варіанти та заходи щодо реалізації стратегії імпортозаміщення на державному, галузевому та споживчому мають вагоме значення для досягнення загальної мети газузі ЛФМ – збільшення частки вітчизняного виробництва. Дана мета вимагає, на наш погляд, максимальної концентрації на особливостях кожного з рівнів стратегії, адже тільки комплексний підхід дозволить отримати максимальний економічний ефект від застосування даного методу покращення національного виробництва.



Рисунок 3.2 – Модель стратегії імпортозаміщення лакофарбової промисловості

Джерело: створено автором

Таким чином, основними принципами реалізації імпортозамінної промислової політики в галузі ЛФМ є:

- стимулювання внутрішнього попиту на промислові підприємства, включаючи «субсидії» цін та системи громадського порядку;
- довгострокова діяльність, що дозволяє залучати довгострокові інвестиції;
- збереження високого ступеня відкритості економіки;
- розвиток співпраці з іноземними партнерами у сферах технологічного обміну, наукового співробітництва та створення передових технологій виробництва.
- державна підтримка конкурентоспроможної промислової продукції та її виробників.

Можна зробити висновок, що імпортозамінна промислова політика є інструментом підвищення конкурентоспроможності національної економіки та забезпечення стійкого національного виробництва вітчизняних товарів.

3.2 Оцінка ефективності імпортозаміщення у галузі ЛФМ

Стратегія імпортозаміщення є складним економічним процесом, який вимагає ґрунтовного підходу до її створення та впровадження. Цілком очевидно, що фронтальне імпортозаміщення неможливе та неефективне. Також майже очевидно, що в економіці є сегменти, зміцнення яких дасть відчутний системний ефект для вирішення завдання імпортозаміщення. Відповідно, практичне вирішення завдання імпортозаміщення багато в чому пов'язане з виявленням таких локальних місць.

На основі проведеного дослідження щодо формування стратегії імпортозаміщення пропонуємо визначити ефективність даної стратегії для галузі лакофарбової промисловості. Аналіз ринку ЛФМ показав, що статистична база показників лакофарбової промисловості має безліч недоліків. Одна з головних причин такої ситуації це некоректні об'єднання категорій хімічної промисловості та їх відношення до лакофарбової продукції. Так, Державна фіскальна служба України подає інформацію щодо експорту та імпорту продукції ЛФ у розрізі декількох кодів УКТЗЕД. До таких продукцій належить фарби на розчинній та нерозчинній основі, пігменти, сухі суміші та допоміжні матеріали, клеї і сикативи [22]. Державна служба статистики України показує статистичні дані щодо органічних та неорганічних фарб [21]. Звіти Української асоціації лакофарбових виробників дозволяє отримати більш розгорнуту інформацію, проте, ця інформація знаходиться на платних платформах та немає вільного доступу для користувачів. Зважаючи на невизначеність вибору категорій та створення однієї форми внесення даних по досліджуваній галузі, авторами було обрано чотири показники за кодами УКТЗЕД, які мають питому вагу у галузі лакофарбової промисловості, а саме(табл. 3.1) :

- 3208 – Фарби та лаки, розчинені у неводному середовищі;
- 3209 – Фарби та лаки, розчинені у водному середовищі;
- 3210 – Пігменти для виробництва фарб;
- 3212 – інші барвники, фольга

Використовуючи дані щодо експорту та імпорту продукції даних товарних груп, а також загального обсягу виробництва лакофарбової продукції вітчизняними виробниками можемо оцінити ефективність впровадження стратегії імпортозаміщення у досліджуваній галузі. Для цього розрахуємо показник оцінки рівня імпортованої продукції за формулою 3.1:

$$L = \frac{\sum Im(3208, 3209, 3210, 3212)}{Q_{\text{вир}} - \sum Ex(3208, 3209, 3210, 3212) + \sum Im(3208, 3209, 3210, 3212)} * 100\%, \quad (3.1)$$

де

$$\sum Im(3208, 3209, 3210, 3212) - \text{загальний експорт обраних товарних груп ЛФМ};$$

$$Q_{\text{вир}} - \text{кількість виробленої продукції у Україні (за певний рік);}$$

$$\sum Ex(3208, 3209, 3210, 3212) - \text{загальний експорт обраних товарних груп ЛФМ}$$

Перш за все, цей показник дозволить з'ясувати частку імпортного виробництва на внутрішньому ринку України, що дає зрозуміти ступінь імпортозалежності даної галузі виробництва. Аналіз проведений за період 2014-2019 років, що дозволить проаналізувати динаміку та зміну показника. Таким чином, дані для розрахунку показника наведено у таблиці. (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Показники для розрахунку ступеня імпортозалежності лфкофарбової галузі виробництва, тис. т

Рік	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Обсяг виробництва ЛФМ продукції (вітчизняні виробники)</i>	253,40	228,40	198,00	208,80	216,40	213,90	219,00
<i>Зміна обсягу виробленої продукції порівняно з попереднім періодом</i>		-25,00	-30,40	10,80	7,60	-2,50	5,10
<i>Імпорт</i>							
<i>Фарби та лаки, розчинені у неводному середовищі</i>	27 861,00	14 420,00	20 399,00	25 895,00	24 314,00	24 098,00	
<i>Фарби та лаки, розчинені у водному середовищі</i>	13 374,00	10 412,00	11 970,00	15 597,00	14 359,00	13 202,00	
<i>Інші фарби та лаки</i>	1 356,00	1 156,00	1 430,00	1 353,00	1 172,00	1 271,00	
<i>Пігменти для виробництва фарб; інші барвники, фольга</i>	3 469,00	3 682,00	3 727,00	3 252,00	3 290,00	2 347,00	
<i>Обсяг імпорту ЛФМ</i>	46 060,00	29 670,00	37 526,00	46 097,00	43 135,00	40 918,00	
<i>Експорт</i>							
<i>Фарби та лаки, розчинені у неводному середовищі</i>	5623,00	4785,00	3896,00	4096,00	4444,00	3990,00	
<i>Фарби та лаки, розчинені у водному середовищі</i>	2270,00	1967,00	1840,00	2329,00	2320,00	2450,00	
<i>Інші фарби та лаки</i>	44,00	85,00	44,00	13,00	53,00	34,00	
<i>Пігменти для виробництва фарб; інші барвники, фольга</i>	167,00	109,00	50,00	49,00	46,00	64,00	
<i>Обсяг експорту ЛФМ</i>	8104,00	6946,00	5830,00	6487,00	6863,00	6538,00	

Джерело: розроблено автором на основі [22].

Зазначений показник формується завдяки відношенню значення імпорту до суми загального виробництва продукції з урахуванням показника імпорту. зауважимо, що показник експорту продукції у даній інтерпретації формули ми віднімаємо для того, щоб отримати коректні дані щодо кількості імпортованої продукції у лакофарбовій газулі України. Таким чином, отримані дані свідчать про невисокий відсоток імпорту у загальному використанні ЛФМ порівнюючи з іншими галузями хімічної промисловості. Як згадувалось раніше в роботі, замінити імпорт ЛФМ на внутрішньому ринку країни неможливо, оскільки іноземні виробники мають більш розвинені технологічні можливості, що дозволяє виготовляти унікальну продукцію, на яку буде попит і на українському ринку.

Проте, зважаючи на потенціал досліджуваної галузі, можемо стверджувати, що частку вітчизняного виробництва ЛФМ можливо покращити в середньому на 3-7 %, що дасть можливість вітчизняним виробникам мати більш стійкі позиції на ринку товарів та послуг. Отже, отриманні результати розрахунків наведено в таблиці (табл.3.3).

Таблиця 3. 3 – Обсяг імпорту лакофарбових матеріалів в Україні, %

Рік	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Фарби та лаки, розчинені у неводному середовищі</i>	11,13	6,94	9,09	10,89	10,44	10,08
<i>Фарби та лаки, розчинені у водному середовищі</i>	5,59	5,04	5,49	6,80	6,38	5,75
<i>Фарби та лаки, всього</i>	17,30	13,43	15,65	18,03	17,30	16,14

Джерело: розроблено автором на основі [22].

Відповідно до отриманих результатів, можемо зробити висновок, що частка імпорту фарб та лаків розчинених, у неводному середовищі більша ніж частка фарб та лаків, розчинених у водному середовищі – 11 % та 6% відповідно. Перш за все це спричинено попитом на окремі види продукції декоративних та промислових спрямовувань. Загальна частка імпортованої

ЛФМ продукції становить близько 15%. Так, у 2015 році цей показник був найменшим – 13 %, а у 2017 році найвищим – 18%. Проте різких змін у динаміці зазначеного показника немає, що свідчить про стійке національне виробництво, яке здатне задовольнити потреби населення.

Наступним показником, який доречно розрахувати у розрізі даного дослідження для оцінки ефективності впровадження стратегії імпортозаміщення це показник насиченості внутрішнього ринку вітчизняною продукцією. Розрахувати його можна за такою формулою 3.2:

$$L = \frac{Q_{\text{заг}}}{Q_{\text{заг}} - Ex + Im + Si} \quad (3.2)$$

де

L – насиченість ринку вітчизняними товарами;

Q_{заг} – обсяг виробленої продукції у галузі ЛФМ;

Ex – експорт продукції ЛФМ;

Im – імпорт продукції ЛФМ;

Si – зміна обсягу виробництва відповідно до минулого періоду.

Таким чином, даний показник дозволяє отримати дані щодо можливості українських виробників задовольнити потреби населення. Одержані результати наведено у таблиці (табл. 3.4).

Таблиця 3.4 – Ступінь насиченості українського ринку лакофарбових матеріалів продукцією вітчизняних виробників, %, 2014-2019 рр.

Рік	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Насиченість ринку вітчизняними товарами	0,86	0,90	0,87	0,84	0,85	0,86

Джерело: розроблено автором на основі [22].

Як бачимо з отриманих результатів український ринок досить насичений продукцією вітчизняних виробників. Так, рівень насиченості сягає близько 85 %, що є високим показником серед галузей хімічної промисловості. Це пояснюється тим, що наявний ресурсний та виробничий потенціал дозволяє

виробляти продукцію у необхідному обсязі. Проте, необхідно звернути увагу на те, що виробництво лакофарбових матеріалів у сировинному питанні є імпортозалежним і змінити саме це є майже неможливим, оскільки виготовлення багатьох сировинних компонентів на території України є неможливим через брак ресурсів та виробничих можливостей.

На сьогоднішній день ситуація з переміщенням товарів ускладнилася та має деякі проблеми логістичного та виробничого характеру, а це може спричинити ускладнення роботи багатьох вітчизняних виробників. Відповідно до вищезазначеного, виникає необхідність у розгляді питання імпортозаміщення іноземної продукції національними виробниками. Збільшення обсягу продукції, виготовлення унікальної та новітньої продукції, відповідність тенденціям та потребам споживачів це основні елементи та умови впровадження стратегії імпортозаміщення, які може реалізувати підприємство.

3.3 Рекомендації щодо впровадження стратегії імпортозаміщення на підприємстві ТОВ «ВП «ПОЛІСАН».

Розглядаючи ефективність впровадження розробленої стратегії імпортозаміщення у галузі ЛФМ на прикладі ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» зазначимо, що ця компанія є перспективним суб'єктом економічної діяльності, який має потенціал у сфері лакофарбової промисловості. Відповідно до проведеного раніше у роботі дослідження економічної діяльності та профілю компанії зазначимо, що ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» має всі можливості для реалізації стратегії імпортозаміщення.

Застосування даної стратегії надасть підприємству можливість посилити свої конкурентні позиції серед інших вітчизняних та міжнародних гравців на внутрішньому ринку товарів ЛФМ. Отримання позитивних економічних

результатів завдяки стратегії імпортозаміщення можливе при умові розвитку та покращення певних процесів та елементів діяльності підприємства. До таких можна віднести:

1. Виробничий потенціал підприємства. У розрізі даного фактору необхідно зауважити на тому, що виробничі потужності підприємства відіграють ключову роль у будь-якій стратегії покращення економічного розвитку компанії. Так, ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» будує новий виробничий цех, який планує запуститися в найближчі часи та нарощувати виробництво випуску продукції. Така перспектива дозволяє робити висновки про можливість практичної реалізації стратегії імпортозаміщення шляхом збільшення обсягів виготовлення продукції.

2. Технологічний рівень виробництва. Розробка нових рецептур, форм тавидів лакофарбової продукції дозволить мати індивідуальні особливості в асортименті та підвищувати інтерес споживачів до новітніх та якісних продуктів. ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» має власну лабораторію та спеціалістів, які працюють над вдосконаленням та розробкою технологічних карт продукції. Дуже важливо, що робота над хімічними та фізичними властивостями продукції відбувається одразу на виробництві. Така практика дозволяє контролювати якість продукції. Необхідною умовою розвитку технологічного процесу даного підприємства є сучасні тенденції споживчого рівня, на які потрібно встигати реагувати. Зарубіжні виробники, частіше всього, швидше починають виробляти нові продукти, а тому користуються потитом. Саме тому є необхідність модернізації товарної лінійки продукції відповідно до запитів споживачів. Можливо, орієнтують на західні побажання та намагатися спрогнозувати потребу у певних товарах.

3. Кваліфікація персоналу. ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» налічує велику кількість працівників, які проходять два етапи співбесід та випробувальний термін перед отриманням посади. Такий підхід дозволяє обрати зацікавлених та освічених робітників, які своїми знаннями спроможні підвищити ефективність виробничого процесу забезпечити його безперервність в роботі.

Важливим є бути зацікавленим та вмотивованим при роботі, адже це надає чималий відбиток на виробництво.

Впровадження стратегії імпортозаміщення потребує застосування всіх ресурсів виробничого процесу. Відповідно до наведених рекомендацій щодо впровадження стратегії імпортозаміщення на рівні підприємства необхідно розрахувати її ефективність у розрізі зазначених умов. Для прикладу розглянемо варіант, оснований на використанні виробничого потенцілу компанії. Так, розрахуємо Обсяг виготовленої продукції на підприємстві з урахуванням того, що компанія буде новий виробничий цех, що дозволить підвищити продуктивність і, як результат, збільшити обсяг виробництва. ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» на даний момент має два цехи один з яких виробляє 7 000 т продукції (неводної), а інший – 12 000 т продукції (водної). Припустимо, що новий цех (водний) продукції матиме виробничі можливості на 45% більше ніж був, що відповідно збільшить обсяг виготовленої продукції.

Доречним є зазначити, що виконуючи ще одну з умов впровадження стратегії імпортозаміщення – технологічний рівень виробництва, продукція, яка буде виготовлятися, буде за новими рецептурами та не матиме аналогів на українському ринку. Саме це дозволить мати додатковий попит на продукцію. Таким чином розрахуємо економічний ефект за допомогою співвідношення загального обсягу товарів ЛФМ вітчизняних виробників та частку ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» у ньому до впровадження стратегії імпортозаміщення та після користуючись даними табл. 3.3.

Спочатку розрахуємо обсяг виробленої продукції за умови підвищення виробничих потужностей (формула 3.3):

$$12 + (12 * 0,45) = 12 + 5,4 = 17,4 \text{ тис. т} \quad (3.3)$$

Отже, обсяг можливо виробленої продукції у 2022 році 17,4 тис. т продукції (водної). Відповідно до цього загальний обсяг виготовленої лакофарбової продукції в Україні також збільшиться на 5,4 тис. т , тобто

порівнюючи з 2019 р. (останні дані, які наведено в магістерській роботі), де обсяг ЛФМ дорівнював 219 тис. т у 2022 році за умови стратегії імпортозаміщення та виробничих потужностей обсяг станговитиме (формула 3.4):

$$219+5,4=224,4 \text{ тис. т} \quad (3.4)$$

Наступним розрахуємо частку ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» на українському ринку серед інших вітчизняних виробників. Так, користуючись математичною пропорцією можемо розрахувати даний показник (табл. 3.5):

Таблиця 3.5 – Розрахунок економічної ефективності імпортозаміщення на підприємстві, %

2019 р.	2022 р.
219 тис.т – 100%	224,4 тис.т – 100%
19 тис. т – X %	24,4 тис. т – X %
X= 9%	X= 11%

Джерело: розроблено автором .

Відповідно до розрахунків можемо стверджувати, що при зростанні виробничі потужності у розрізі впровадження стратегії імпортозаміщення за умови випуску унікальної конкурентоспроможної продукції, яка зможе замінити імпортні товари даної категорії ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» зможе збільшити частку власної продукції на вітчизняному ринку ЛФМ на 2%. Такий показник є досить суттєвим зважаючи на кількість гравців на національному ринку виробників лакофарбової продукції. Тож, результати розрахунків економічної ефективності впровадження стратегії імпортозаміщення обраною компанією наведено в таблиці (табл. 3.6)

Таблиця 3.6 – Визначення ефективності стратегії імпортозаміщення за показником виробничих потужностей підприємства ТОВ «ВП ПОЛІСАН», тис. т

	<i>Обсяг фарб та лаків, розчинених у неводному середовищі</i>	<i>Обсяг фарб та лаків, розчинених у водному середовищі</i>	Обсяг виробництва ЛФМ продукції (вітчизняні виробники)	Частка ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» серед вітчизняних виробників
До впровадження стратегії імпортозаміщення	7	12	219	9%
після впровадження стратегії імпортозаміщення	7	17,4	224,4	11%

Наступним оцінимо економічний ефект від впровадження стратегії імпортозаміщення для ТОВ «ВП ПОЛІСАН». Пропонуємо обрати показник рентабельності (ROE), розрахований у попередніх розділах для порівняння. Так, на основі таблиці 2.6 та формули 2.6 розрахуємо новий показник рентабельності за умови збільшення частини ринку та обсягу виробничих потужностей. Вважаємо доцільним з'ясувати як зміниться чистий дохід після впровадження стратегії імпортозаміщення на підприємстві та за умови цього розрахувати зміни в рентабельності. Собівартість 1 т продукції у загальному визначенні 29 400 грн. Тож, 5,4 т продукції (об'єм виробництва, який прогнозовано буде виробляти підприємство у розрізі впровадження стратегії імпортозаміщення) дорівнюють 158 000 грн виручки. Відповідно до цього розрахуємо ймовірну рентабельність підприємства за формулою 2.6:

$$ROE = \frac{10822}{1014538} \times \frac{1014538}{589078} \times \frac{589078}{121111} = 0,019 \times 1,73 \times 4,86 = 0,11$$

За рахунок збільшення виручки на 158 000 грн можемо побачити збільшення рентабельності на 1 %. Такий результат є досить непоганим, адже можемо спрогнозувати позитивні зміни і у інших показниках, які зможуть позитивно вплинути на показник рентабельності підприємства. Таким чином, можна стверджувати про ефективність стратегії імпортозаміщення.

Отже, у підсумку зазначимо, що стратегія імпортозаміщення на рівні підприємства є дієвим способом покращення діяльності та отримання економічно ефективних результатів як для підприємства, так і для держави в цілому. Завдяки стратегії імпортозаміщення продукції на вітчизняному ринку українські виробники шукають шляхи покращення виробничих можливостей та пошук ідей та розробки конкурентоспроможної продукції для витіснення іноземних виробників. Якщо підприємство має необхідні для цього умови та ресурси, це є ефективним способом нарощування виробництва та збільшення частки власної продукції на національному ринку країни.

ВИСНОВКИ

1. Розглянули зовнішньоекономічну діяльність країни як запоруку формування сучасної стратегії розвитку. Участь країни у міжнародних відносинах на світовому рівні дозволяє національним виробникам отримати ресурси для модернізації та покращення виробничої діяльності. Залучення додаткових економічних, соціальних та людських ресурсів дозволить розвирити сфери виробництва та забезпечити населення якісною продукцією. Ще одним позитивним результатом міжнародної діяльності є наявність каналів збуту надлишкових ресурсів та результатів виробничої діяльності. Обсяг експорту є важливим елементом підтримки державного економічного розвитку та покращення платіжного балансу.

2. Дослідили характерні риси відкритості економічної системи держави. Визначили, що Україна має високий ступінь відкритості економіки. Про це свідчить кількість експортних та імпорتنих операцій та обсягу експорту та імпорту відповідно. Зроблено висновки, що Україна веде активну міжнародну діяльність у різних галузях економічної, соціальної та політичної діяльності. З'ясована необхідність у раціональному державному регулюванні обсягів продуктів зовнішньоекономічної діяльності, а саме імпорتنих операцій для контролю іноземних виробників на національному ринку.

3. Визначили сутність імпортозаміщення як основи розбудови національного конкурентного ринку товарів. За необхідності регулювання імпортової стратегії було обрано один з методів стимулювання вітчизняних виробників та збереження національної безпеки країни, шляхом заміщення використання товарів і послуг іноземних виробників – вітчизняними.

4. Провели дослідження функціонування ринку лакофарбових матеріалів на міжнародному та національному рівні. Галузь лакофарбових матеріалів у розрізі хімічної промисловості України є досить привабливою для розвитку та має перспективи до майбутнього розгалуження економічної

діяльності. Світовий ринок ЛФМ пропонує розширений асортимент хімічної продукції та має визнання серед всіх країн світу. Найуспішніші підприємства виготовляють якісну продукцію та є надійними партнерами у системі зовнішньоекономічних відносин. В Україні найбільша частка ринку ЛФМ належить близько 15 виробникам.

5. Визначити місце ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» у системі національних та зарубіжних бізнес-гравців ЛФМ. З'ясували, що підприємство є одним з провідних компаній виробників лакофарбової продукції в Україні. ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» є успішним та економічно розвинутим підприємством про що свідчать результати економічної діяльності, висвітлені у щорічних звітах, а також обсяги виготовленої та реалізованої продукції для національних та зарубіжних споживачів.

6. Сформували раціонально-функціональну стратегію імпортозаміщення на підприємстві. В ході дослідження було визначено необхідність у виборі ефективного методу регулювання та збалансування імпортової діяльності підприємств України для спонукання виробництва вітчизняних виробників. Одним з таких методів є імпортозаміщення. Стратегію імпортозаміщення запропонували розглянути у розрізі трьох рівнів: державного, галузевого та споживчого. Такий вимір дозволить максимально розглянути чинники впливу на імпортозаміщення, як способу підвищення обсягів виробництва за умов виготовлення конкурентних товарів та заміщення імпортованих товарів.

7. Розробили модель оцінки ефективності імпортової діяльності. Зазначена модель описує вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на імпортозаміщення та оцінює економічну ефективність від впровадження стратегії імпортозаміщення на підприємстві як для підприємства, та і для державного розвитку в цілому.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Amsden, A. (n.d.). From Heaven to Hell: a Tale of Two Empires in the Developing World. [World Bank]. wbcs005.worldbank.org. Retrieved from http://wbcs005.worldbank.org/search?q=cache:siteresources.worldbank.org/INTRANETTRADE/Resources/Internal-Training/Alice_Amsden.doc133
2. Awokuse, T. O. (2008). Trade openness and economic growth: Is growth export-led or import-led? *Applied Economics*, 40(2), 161–173. <https://doi.org/10.1080/00036840600749490>
3. Bhagwati J. In Defense of Globalization, New York: Oxford University Press, 2004, URL: https://www.researchgate.net/publication/274185673_In_Defense_of_Globalization
4. Dunning, J.H. (1993). The Prospects for Foreign Direct Investment in: Eastern Europe. Foreign Investments in Central and Eastern Europe. New York: St. Martin's Press [in English].
5. Elvin, D. (2008). An analysis of methods for identifying local import substitution opportunities to foster sustainable economies. Unpublished master's thesis, Department of Landscape Architecture and Regional Planning. University of Massachusetts Amherst
6. Irwin, D. A. (2021). The rise and fall of import substitution. *World Development*, 139. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.105306>
7. Karavayev T. Solventbased Paints Still Dominate // European Coatings Journal. — 2012. — Vol. 11. — P. 18—19.
8. Obi, J., Ibidunni, A. S., Tolulope, A., Olokundun, M. A., Amahian, A. B., Borishade, T. T., & Fred, P. (2018). Contribution of small and medium enterprises to economic development: Evidence from a transiting economy. *Data in Brief*, 18, 835–839. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2018.03.126>

8. Pedraza, J. M. (2021). The Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises and Its Role in the Economic Development of a Country. *Business and Management Research*, 10(1), 33. <https://doi.org/10.5430/bmr.v10n1p33>
9. The World Bank. World Bank date, URL: <https://data.worldbank.org/>.
10. Державна служба статистики України. Зовнішньоекономічна діяльність України, URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
10. UNCTAD. Values and shares of merchandise exports and imports, annual, URL: <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=101>.
11. Vijayasri G. V. The importance of international trade in the world, *International Journal of Marketing Financial Services and Management Research*. 2013, 9(2):111–9, URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/0c65/06f1ab891cb40206230f6d841cb7e11796a7.pdf>.
12. World's Top ten Paints Companies 2020 Annual Report. URL: <http://www.wpcia.org/news/World's%20Top%20ten%20Paints%20Companies%202020%20Annual%20Report.html>
13. WTO. International Trade and Market Access Data. International trade statistics, URL: <http://data.wto.org/>
14. Аніловська Г.Я. Відкрита економіка: проблеми економічної безпеки // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. -2009. — № 1. — С.36-47.
15. Асоціація Українських Виробників Лакофарбової Промисловості. URL: <https://auvlp.org.ua/search>
16. Базилевич В. Розвиток внутрішнього ринку в умовах глобалізації: тенденції та суперечності// Банківська справа. — 2004 . — №2. — С.7-13.
17. Бойцун О. І. Аналіз показників фінансової відкритості економіки країни //Фінанси України. — 2005. — № 5. — С.72-78.
18. Водно-дисперсионные ЛКМ индустриального назначения // Лакокрасочная промышленность. — 2012. — № 20(314). — С. 20

19. Даниленко О.Л. Відкрита економіка як передумова взаємодії внутрішнього і зовнішнього ринків [Електронний ресурс] / О.Л. Даниленко. — Режим доступу : http://www.rusnauka.com/ONG/Economics/2_danilenko%20o.Ldoc.htm. — 01.10.2009.

20. Даниленко О.Л. Відкрита економіка як передумова взаємодії внутрішнього і зовнішнього ринків [Електронний ресурс] / О.Л. Даниленко. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/ONG/Economics/2_danilenko%20o.l..doc.htm.

21. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

22. Державна фіскальна служба України. URL: <http://sfs.gov.ua/ms/f11>

23. Державний комітет статистики: ukrstat.gov.ua

24. Десять найкращих світових компаній, що займаються фарбуванням, річний звіт за 2020 рік. URL: <http://www.wpcia.org/news/World's%20Top%20ten%20Paints%20Companies%202020%20Annual%20Report.html>

25. Експорт та імпорт України [Електронний ресурс] // Мінфін. – 2016. — Режим доступу до ресурсу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/eximp/>.

26. Зовнішня торгівля України, основні країни-контрагенти. — Режим доступу: <http://www.customs.gov.ua/dmsu/control/cstat/f3/showstat>

27. Іленко, Є. Ю., Сушак, М. Б., Стешенко, П. М. (2020). Вирішення задачі мінімізації ризиків імпортозаміщення в процесі заводського ремонту військової авіаційної техніки в умовах особливого періоду. *Збірник Наукових Праць Харківського Національного Університету Повітряних Сил*, (3(65)), 43–49. <https://doi.org/10.30748/zhups.2020.65.06>

28. Караваєв Т., Калуга Н., Сім'ячко О. Структура та динаміка ринку лакофарбових матеріалів в Україні. URL: [tr.knute.edu.ua/files/2018/01\(25\)/08.pdf](http://tr.knute.edu.ua/files/2018/01(25)/08.pdf)

29. Караваєв Т.А. Ринок лакофарбових матеріалів в Україні / Т.А. Караваєв // Покраска профессиональная. — 2012. — №6. — С. 34–36.
30. Ковенл Т.В. Аналіз роботи підприємств та нафтохімічної промисловості України у 2007 році. Основні тенденції та прогнози розвитку // Хімічна промисловість України. - 2008. - №4. - С. 3-15.
31. Ковеня Т.В. Підсумки роботи хімічного комплексу України у 2008 році. Основні тенденції та прогнози розвитку галузі на 2009 рік // Хімічна промисловість України. - 2009. - №2. - С. 3-19.
32. Ковеня Т.В. Хімічна промисловість та хімічний ринок України у 2020 році: факти, оцінка стану, тенденції, прогноз. Аналітична записка. URL: http://nditekhim.com.ua/wp-content/uploads/2021/04/2020pidsumky_zakl..pdf
33. Козак Ю. Г., Логвінова Н. С., Притула Н. В. та інші Міжнародна торгівля : навч. посібник, 5-те вид., перероб. та доп., Київ: Центр учбової літератури, 2015, 272 с.
34. Козюк В. Вплив відкритості економіки на монетарну політику: емпіричний аналіз на прикладі країн ОЕСР // Вісник Національного банку України. — 2005. — № 7. — С. 50-54
35. Козюк В.В. Вплив відкритості економіки на характер зв'язку між інфляцією та безробіттям // Фінанси України. — 2007. — № 12. — С.17-26
36. Кулинич Р.О. Аналіз зовнішньоторговельної діяльності як один із чинників формування обсягу ВВП України / Р.О. Кулинич // Вісник Хмельницького інституту регіонального управління та права. — Хмельницький, 2003. — №1. — С. 216-227.
37. Лазебник Л.Л. Зовнішньоторгівельні чинники розвитку України. // Актуальні проблеми економіки. — 2003. — №6(24). — С.59-64.
38. Лист Ф. Национальная система политической экономии / Фридрих Лист; [пер. с немецкого под редакцией К.В.Трубникова, с его вступлением, примечаниями и биографическим очерком Ф. Листа]. – М.: Европа, 2005. – 452 с.
39. Лукашенко, А. (2020). СТРАТЕГІЯ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ ТА ЇЇ

МІСЦЕ В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ. European Scientific Platform Publishing. <https://doi.org/10.36074/11.12.2020.v1.41>

40. Мазаракі А.А., Босовська М.В. (2013). Теоретико-методологічні основи формування інтеграційної стратегії підприємств] Теоретико-методологічні основи формування інтеграційної стратегії підприємств. Бізнес інформ - Бізнес інформ, 7, 299-308

41. Мазаракі А.А., Мельник Т.М. (2012). Імпорт і перспективи імпортозаміщення в Україні. ВісникКНТЕУ - Вісник КНТЕУ, 6 (86), 5-15

42. Марченко А. Стратегія розвитку зовнішньоекономічної діяльності в період формування відкритої економіки (на прикладі України): Дис... канд. екон. наук: 08.05.01 / Київський національний економічний ун-т. — К., 2000. — 217 арк.

43. Матвеева В.Ю. Україна і СОТ: порівняльний аналіз митно-тарифного захисту [Електронний ресурс] / Матвеева В.Ю. — Режимдоступу: [http://www.donduet.edu.ua/docs/vestnik/2005/Vest_econom_4\(28\)_2005/per_econom/matveeva.doc](http://www.donduet.edu.ua/docs/vestnik/2005/Vest_econom_4(28)_2005/per_econom/matveeva.doc). — 01.10.2009. — Назва з екрану.

44. Мельник, Т.М. (2011) .Регулювання імпорту в умовах економічної кризи. Журнал європейської економіки - Журнал європейської економіки, 3 (10), 273-291

45. Меркель А.: Протекционизм тормозит рост мировой экономики [Електронний ресурс]: А. Меркель/ DeutscheWelle – 14.06.2012. – Режим доступу: www.dw.de/dw/article/0,,16023317,00.html

46. Новицький В. Регулятивні стратегії відкритих економічних систем і глобальна конкуренція за ресурси //Економіка України. — 2007. — № 7. — С. 4-13

47. Новицький В. Формування відкритої економіки України в умовах ринкових перетворень (коопераційна модель): Дис... д-ра екон. наук: 08.05.03 / Київський ун-т ім. Т.Г.Шевченка. — К., 1996. — 419 с.

48. О. А. Гіршман. «Політична економія імпортозамінної індустріалізації в Латинській Америці», *The Quarterly Journal of Economics* (лютий 1968 р.), с. 6.

49. Обсяг імпорту та експорту товарів за кодами УКТЗЕД. — Режим доступу: <http://www.customs.gov.ua/dmsu/control/cstat/f11/showstat>

50. Олефір В. К. Оцінка відкритості економіки України / В. К. Олефір // *Економічний вісник НТУУ «КПІ»* : збірник наукових праць. — 2012. — № 9. — С. 115–120. — Бібліогр.: 10 назв.

51. Осіпова Л. В. Формування ефективної моделі відкритої економіки України як виклик глобалізації // *Актуальні проблеми економіки*. — 2005. — № 6. — С. 15 — 24

52. Пахомов С.Ю. Формування відкритої економіки України і національна конкурентоспроможність. Дис.канд.наук. — К., 2004

53. Пейбро М. Международные экономические, валютные и финансовые отношения / Мишель Пейбро; [пер. с франц. / общ. ред. Н.С.Бабинцевой]. — М.: Прогресс, Универс, 1994. — 496 с.

54. Погоріла К. В., Воронцова А. С. Роль міжнародної торгівлі в економічному розвитку. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/76-2.pdf>

55. Проблеми формування відкритої економіки України: Збірник праць вчених / Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України / В.Є. Новицький (відп.ред.). — К. : Знання, 2008. — 44с.

56. Рудченко А.Ю., Нецора Т.Г., Мудрак Н.В., Тютюн М.Ф. Лакокрасочная промышленность Украины в зеркале статистики // *Украинский лакокрасочный журнал*. -2007. -№1-2.-С. 16-18.

57. Свидерский В.А. Состояние, структура и перспективы развития рынка лакокрасочной продукции в Украине / В.А. Свидерский, Т.А. Караваев // *Лакокрасочные материалы и их применение*. — 2010. — №9. — С. 8—16.

58. Семів С. Конкуентоспроможність підприємств споживчої кооперації в умовах відкритої економіки: Дис... канд. екон. наук: 08.05.01 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. — К., 2001. — 233 арк.
59. Серпухов М. Прихований протекціонізм як інструмент сучасної міжнародної торгівельної політики / М. Ю. Серпухов // Економіка розвитку (Economics of Development). – 2013 – № 4 (68). – С. 23-27.
60. Статистичний бюлетень Виробництво промислової продукції за видами в Україні за січень-грудень 2015 року. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
61. Степанов Е. А. Влияние внешней торговли на экономический рост национальной экономики, Вестник Челябинского государственного университета, 2013, № 32(323). Экономика. Вып. 42. С. 34-42, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-vneshney-torgovli-naekonomicheskiy-rost-natsionalnoy-ekonomiki.pdf>
62. Степанов Е. А. Внешняя торговля как фактор экономического роста в транзитивной экономике, Экономика, управление и инвестиции, 2013, № 1 (1), С. 45-61.
63. Суммарный объем импорта и экспорта отдельных подгрупп товаров по кодам УКТ ВЭД // Официальный сайт Государственной таможенной службы Украины // www.kmu.gov.ua/dmsu/control/cstat/f11/showslat. © <https://promvest.info/ru/obzoryi/sostoyanie-struktura-i-perspektivyirazvitiya-ryinka-lakokrasochnoy-produktsii-v-ukraine/>
64. ТОВ «ВП «ПОЛІСАН». *Офіційний сайт підприємства*. URL: <https://farbex.ua/ru/>
65. Украинский рынок лакокрасочных материалов: особенности бизнеса. URL: <https://commercialproperty.ua/cp-articles/ukrainskiy-rynok-lakokrasochnykh-materialov-osobennosti-biznesa/>
66. Федулова, Л.І. (2006). Перспективи інноваційного розвитку промисловості України : автореф. Економіка і прогнозування / Економіка і прогнозування, 2,58-76. Маркетинг та менеджмент інновацій, 2015, No. 3

<http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/> Розділ 4 Проблеми управління інноваційним розвитком

67. Федякина Л. Н. Международные экономические отношения, М. : Издательство Юрайт, 2016. 461 с. URL: <http://static.my-shop.ru/product/pdf/205/2047135.pdf>

68. Філіпенко А.С., Рогач О.І., Шнирков О.І. та ін. Світова економіка: Підручник. — К.: Либідь, 2006. — 582с.

69. Холопов А. Глобализация и макроэкономическое равновесие //Мировая экономика и международные отношения. — 2005. — № 2. — С. 15-23

70. Холопов А. Макроэкономическая политика в открытой экономике с фиксированным валютным курсом //Мировая экономика и международные отношения. — 200 — № 4. — С. 47-58

71. Черепніна О.І. Взаємозумовленість трансформаційних процесів і розвитку світового господарства.// Актуальні проблеми економіки. — 2004. — №1(31). — С.92-99.

72. Шиманська, К. В., Бондарчук, В. В. (2021). Ефект Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС на вітчизняний імпорт та експорт. *Економіка, Управління Та Адміністрування*, (2(96)), 25–30. [https://doi.org/10.26642/ema-2021-2\(96\)-25-30](https://doi.org/10.26642/ema-2021-2(96)-25-30)

73. Якубовський, М.М. (2011). Реструктуризація промисловості як засіб подолання імпортової залежності економіки України. *Національне господарство України: теорія та практика управління* - 100-112

74. Яценко В. М. Грошовий обіг у відкритій економіці //Фінанси України. — 2006. — № 4. — С.92-98

75. Кобилецький В. Р. Онлайн-журнал «Financial Analysis online». URL: <https://www.finalon.com/slovník-ekonomichnikh-pokaznikov/337-pokaznik-rentabelnosti-aktiviv-pokaznik-rentabelnosti-pasiviv>

76. Економіка енергетики : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, І. М. Сотник. – Суми: Університетська книга, 2015. – 378 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/45315>

77. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. - Суми : Університетська книга, 2012. - 864 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80106>

78. Дяченко А. В., Карінцева О. І., Тарасенко С. В., Харченко М. О., Мазін Ю. О., Кисильова К. С. Формування інноваційного інструментарію економічної політики в умовах розвитку світової економічної кризи 2019-2020 рр. в Україні. Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 21-40. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85737>

79. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Фалько, К. С. Практичні засади підвищення ефективності логістичної діяльності сучасного підприємства. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2021. № 3. С. 127–136. DOI: 10.21272/1817-9215.2021.3-14 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86223>

80. Карінцева О.І., Дегтярєва І. Б., Харченко М.О., Долгошеєва О. І., Кіріл'єва А. В. Залучення іноземних інвестицій як інструмент забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку країни. Вісник СумДУ. Серія «Економіка», № 3' 2020. С. 199-211. DOI: 10.21272/1817-9215.2020.3-22 https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3_2020/22.pdf

81. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Пономарьова, Г. С. Підвищення ефективності бізнес-процесів на виробничому підприємстві // Механізм регулювання економіки. 2020. № 4. С. 58-69. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83754>

82. Мельник Л. Г., Карінцева О. І. (2021) Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721>

83. Мельник Л. Г., Карінцева О. І., Кубатко О. В., Сотник І. М., Завдов'єва Ю. М. Цифровізація економічних систем та людський капітал:

підприємство, регіон, народне господарство // Механізм регулювання економіки. 2020. № 2. С. 9-28. DOI:

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82236>

84. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових революцій. Сумський державний університет, с. 180.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>

85. Сотник І. (2018) Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / І. Сотник, Л. Таранюк. – Суми: Університетська книга, 2018. – 572 с.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114>

86. Экономика развития: учебное пособие / под ред. д.-ра экон. наук, проф. Л. Г. Мельника, канд. экон. наук А. Вик. Кубатко. Сумы : «Университетская книга», 2017. 352 с.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80184>

87. Karintseva O., Kharchenko M., Boon E.K., ...Melnyk V., Kobzar O.(2021). Environmental determinants of energy-efficient transformation of national economies for sustainable development.. J. International Journal of Global Energy Issues, 2021, 43(2-3), P. 262–274

<https://doi.org/10.1504/IJGEI.2021.115148>

88. Karintseva O. I., Yevdokymov A. V., Yevdokymova A. V., Kharchenko M. O., Dron V. V. Designing the Information Educational Environment of the Studying Course for the Educational Process Management Using Cloud Services. Механізм регулювання економіки. 2020. № 3. С. 87-97. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2020.89.07>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81759>

89. Kubatko, O. V., Chortok, Y. V., Honcharenko, O. S., Nechyporenko, R. M., & Moskalenko, I. M. (2019). Studying Features of Vehicle Type Selection by Trade and Logistics Enterprise. Mechanism of economic regulation. – 2019. – №3. – С. 73–82. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76448>

90. Melnyk L., Sommer H., Kubatko O., Rabe M., Fedyna S. (2020). The economic and social drivers of renewable energy development in OECD countries. *Problems and Perspectives in Management*, 18(4), 37-48. doi:10.21511/ppm.18(4).2020.04

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82719>

91. Melnyk L. H., Derykolenko O. M., Mazin Yu. O., Matsenko O. I., Piven V. S. Modern Trends in the Development of Renewable Energy: the Experience of the EU and Leading Countries of the World // *Механізм регулювання економіки*. 2020. № 3. С. 117-133. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81810>

92. Melnyk, L., Dehtyarova, I., Kubatko, O., Karintseva, O., & Derykolenko, A. (2019). Disruptive technologies for the transition of digital economies towards sustainability. *Economic Annals-XXI*, 179(9-10), 22-30. doi: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85476>

93. Melnyk, L., Matsenko, O., Dehtyarova, I. & Derykolenko, O. (2019). The formation of the digital society: social and humanitarian aspects. *Digital economy and digital society*. T. Nestorenko & M. Wierzbik-Strońska (Ed.). Katowice: Katowice School of Technology. [in Ukrainian]. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/74570>

94. Melnyk L.G., Kubatko O. (2017) The impact of green-innovations on environmental quality and energy resource consumption. *International economic relations and sustainable development : monograph / edited by Dr. of Economics, Prof. O. Prokopenko, Ph.D in Economics T. Kurbatova. – Ruda Śląska :Drukarnia i Studio GraficzneOmnidiumю 272 p. ISBN 978-83-61429-11-1*

95. The effects of the management of natural energy resources in the European Union / V. Voronenko, B. Kovalov, D. Horobchenko, P. Hrycenko // *Journal of Environmental Management and Tourism*. – Craiova: ASERS Publishing, 2017. – Vol. 8, Issue Number 7(23), P. 1410-1419. Available at: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/1777>

96. Veklych O., Karintseva O., Yevdokymov A., Guillamon-Saorin E.(2020). Compensation mechanism for damage from ecosystem services

deterioration: Constitutive characteristic. J. International Journal of Global
Environmental Issues, 19(1-3), P. 129–142

<https://doi.org/10.1504/IJGENVI.2020.114869>

ДОДАТКИ

Додаток А

SUMMARY

Kirilieva AV The effectiveness of the import substitution strategy as a factor in stimulating domestic producers. - Qualifying master's thesis. Sumy State University, Sumy, 2021

The peculiarities of the enterprise activity in the conditions of modern internal and external development environment are investigated in the work. The importance of regulation of import activity of the country is determined and import substitution is chosen as a factor of stimulation of domestic producers. The indicator of saturation of the LFM market with the products of domestic producers and the indicator of the number of imported products on the domestic market are calculated. An assessment of the effectiveness of the import substitution strategy for the company and recommendations for its implementation at the company.

The main purpose of the master's thesis is to assess the effectiveness of the implementation of the strategy of import substitution at the enterprise as a factor in stimulating domestic production in the paint industry.

Key words: production, import, import substitution, paints and varnishes, efficiency, import substitution strategy.

АНОТАЦІЯ

Кіріл'єва А. В. Ефективність стратегії імпортозаміщення як фактору стимулювання вітчизняного виробника. – Кваліфікаційна магістерська робота. Сумський державний університет, Суми, 2021 р.

У роботі досліджено особливості діяльності підприємства в умовах сучасного внутрішнього та зовнішнього середовища розвитку. Визначено важливість регулювання імпортою діяльністю країни та обрано імпортозаміщення як фактор стимулювання вітчизняних виробників. Розраховано показник насиченості ринку ЛФМ продукцією вітчизняних виробників та показник кількості імпортової продукції на внутрішньому ринку.

Проведено оцінку ефективності стратегії імпортозаміщення для підприємства та надано рекомендації щодо впровадження її на підприємстві.

Основна мета магістерської роботи полягає в оцінці ефективності впровадження стратегії імпортозаміщення на підприємстві як фактору стимулювання вітчизняного виробництва у галузі лакофарбової промисловості.

Ключові слова: виробництво, імпорт, імпортозаміщення, лакофарбові матеріали, ефективність, стратегія імпортозаміщення.