МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ВАЩЕНКО ТЕТЯНА ВОЛОДИМИРІВНА

УДК 005.932:005.21(043.3)

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Суми – 2015

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Сумському державному університеті Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: кандидат економічних наук, доцент
Шипуліна Юлія Сергіївна,
Сумський державний університет,
доцент кафедри маркетингу та управління
інноваційною діяльністю.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Михайлова Любов Іванівна,
Сумський національний аграрний університет,
завідувач кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності та євроінтеграції;

кандидат економічних наук
Крамської Дмитро Юрійович,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
доцент кафедри організації виробництва
та управління персоналом.

Захист відбудеться «02» жовтня 2015 року о 11^{00} год. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 55.051.01 Сумського державного університету за адресою: 40007, м. Суми, вул. Римського-Корсакова, 2, корпус М, ауд. 412.

Із дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Сумського державного університету (40007, м. Суми, вул. Римського-Корсакова, 2).

Автореферат розісланий «31» серпня 2015 року.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради Є. І. Нагорний

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Промисловий комплекс є визначальним для економіки будь-якої країни. Зовнішньополітична ситуація в Україні призвела більшість промислових підприємств до стадії занепаду та банкрутства. Низький рівень менеджменту щодо процесів стратегічного управління промислових підприємств, відсутність протекціонізму з боку держави вимагають від управлінської ланки прийняття новітніх стратегічних кроків швидкого та ефективного розвитку занедбаних виробничих потужностей для виготовлення продукції, здатної конкурувати та бути затребуваною на європейському ринку. Саме цей вектор покращання економічного стану держави є перспективним, адже через вплив політичної ситуації необхідно переорієнтовувати вітчизняних виробників на пошук європейських партнерів. Одним з альтернативних напрямів є формування стратегії імпортозаміщення, тобто переорієнтація виробництва на власні сили, забезпечення процесу модернізації виробничих потужностей та створення конкурентоспроможного продукту для задоволення потреб споживачів.

Над проблемою виходу вітчизняних підприємств із кризового стану, розробленням ефективних стратегій їх розвитку працювали такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: С. С. Гаркавенко, В. Г. Герасимчук, І. З. Должанський, І. В. Дунаєва, Д. Н. Зайцев, С. М. Ілляшенко, Л. Р. Ісмагілова, П. А. Кадочніков, Н. Картер, А. П. Кірєєв, А. Ф. Комілов, Ф. Котлер, Д. Ю. Крамської, Н. В. Куденко, Ж. Ламбен, П. Ліндерт, А. А. Мазаракі, Л. І. Михайлова, М. Портер, С. І. Редько, О. П. Терехов, Р. А. Фатхудінов, Х. Ченері, Л. В. Шинкарук та інші. Їх праці широко висвітлюють питання стратегічного розвитку промислових підприємств, проте умови сьогодення вимагають удосконалення класичних підходів відповідно до сучасних бізнес-процесів.

Усе більшої актуальності набуває розвиток промислового сектору на засадах імпортозаміщення. Проте це питання не має широкого висвітлення у вітчизняній літературі. Деякі аспекти імпортозаміщення розглядають такі вчені, як: А. Я. Ельянов, Я. А. Жаліло, В. В. Зарянкін, Ю. В. Кіндзерський, Н. В. Коваленко, Т. М. Мельник, С. М. Пазізіна, Л. І. Федулова, М. М. Якубовський та інші. Але їх праці присвячені більшою мірою реалізації процесу імпортозаміщення на державному рівні. Натомість рівень промислових підприємств розглядається лише частково. Висока залежність вітчизняних виробників від стану політичної та економічної ситуацій у державі, насиченість внутрішнього ринку імпортом вимагають від підприємств адаптації та розроблення новітніх стратегій розвитку.

Актуальність зазначених вище питань, їх важливість і практична значущість для підвищення результативності діяльності промислових підприємств обумовили вибір теми дисертаційного дослідження, його мету та завдання.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тематика дисертаційного дослідження відповідає державним бюджетним, господарсько-договірним темам, а також ініціативним дослідженням Сумського державного університету. Дисертант брала участь як співавтор у виконанні цих тем і програм, підготовці відповідних звітів, зокрема таких фундаментальних наукових тем: «Фундаментальні основи формування механізмів забезпечення інноваційного розвитку економічних систем» (№ ДР 0109U008930), де автором запропоновано основні напрями діяльності машинобудівної галузі з огляду на нестійкий стан економіки України; «Дослідження маркетингового середовища та інфраструктури промислових

підприємств» (№ ДР 0112U008149), де проаналізовано передумови маркетингової інтеграції інноваційної діяльності підприємств машинобудівної галузі України; «Механізми формування ринково-орієнтованих стратегій інноваційного прориву» (№ ДР 0112U008148), де автором визначено етапи формування та реалізації стратегії імпортозаміщення промислових підприємств.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є розроблення та наукове обґрунтування організаційно-економічних засад формування стратегії імпортозаміщення на машинобудівному підприємстві. Відповідно до поставленої мети було визначено такі завдання:

- уточнити понятійний апарат теорії стратегічного управління підприємством на засадах імпортозаміщення;
- визначити місце стратегії імпортозаміщення в системі класифікації маркетингових стратегій;
- дослідити проблеми та перспективи використання імпортозаміщення вітчизняними виробниками машинобудівної галузі з метою підвищення їх конкурентоспроможності;
- сформувати можливі напрями розвитку промислового підприємства на засадах імпортозаміщення;
- визначити етапи формування стратегії імпортозаміщення та принципи управління товарним портфелем на засадах імпортозаміщення;
- удосконалити методичні підходи до вибору об’єкта впровадження стратегії імпортозаміщення на промисловому підприємстві;
- обґрунтувати вибір напряму реалізації стратегії імпортозаміщення для промислового підприємства;
- розвинути схему елементів механізму управління стратегією імпортозаміщення промислового підприємства.

Об’єктом дослідження є процес формування стратегії імпортозаміщення на промисловому підприємстві.

Предметом дослідження є економічні відносини, що виникають під час управління стратегічним розвитком промислового підприємства на засадах імпортозаміщення.

Методи дослідження. Методологічною основою дисертаційного дослідження є діалектичний метод наукового пізнання, системний підхід, фундаментальні положення сучасної економічної теорії і теорії міжнародної торгівлі, маркетингу, сучасні концепції управління інноваційною діяльністю, законодавчі та нормативні документи щодо врегулювання господарської діяльності підприємств, праці вітчизняних і зарубіжних учених, присвячені проблематиці прийняття господарських рішень. Для розв’язання поставлених завдань у процесі дослідження були використані такі методи: логічного аналізу – для узагальнення теоретичних засад формування та реалізації стратегічного управління підприємством на засадах імпортозаміщення; порівняння та групування – для опрацювання статистичних даних; системного аналізу – для визначення впливу факторів підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств; графічний метод – для подання результатів емпіричних досліджень у наочній формі; експертних оцінок – під час визначення пріоритетних напрямів реалізації стратегії імпортозаміщення; маркетингового аналізу – для аналізу впливу

факторів зовнішнього середовища, аналізу успіху підприємства у галузі, визначення сильних і слабких сторін підприємства, ринкових можливостей та загроз; економіко-математичного аналізу – для вибору напряму реалізації стратегії імпортозаміщення на підприємстві.

Інформаційною базою дисертації є нормативні та законодавчі акти державних органів управління, офіційні статистичні дані, матеріали звітності досліджуваних підприємств, публікації вітчизняних і зарубіжних авторів, ресурси Інтернет.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у такому:

вперше:

– запропоновано науково-методичні засади формування вектора стратегічного розвитку промислового підприємства на засадах імпортозаміщення, що базується на використанні матриці, побудованої в координатах «частка групи в товарному портфелі підприємства» та «ступінь пріоритету напряму реалізації стратегії імпортозаміщення», які дозволяють підвищити ступінь обґрунтованості прийняття управлінських рішень у мінливих зовнішніх умовах;

удосконалено:

– визначення поняття «стратегія імпортозаміщення промислового підприємства», як системного підходу, спрямованого на зменшення питомої ваги імпортних матеріалів, сировини та комплектуючих у складі готової продукції підприємства для підвищення ступеня адаптації до змін ринкових умов, зниження ступеня ризику, забезпечення більш повного завантаження власних потужностей та підвищення ефективності виробництва, що поглиблює теоретичні засади стратегічного управління підприємством на основі маркетингу;

– науково-методичний підхід до аналізу доцільності застосування стратегії імпортозаміщення та вибору об’єкта її впровадження, який на відміну від існуючих базується на поєднанні оцінювання мікро- та макросередовища промислового підприємства та використанні методу аналізу ієрархій, що дає можливість обирати найкраще з рішень, ураховуючи множину критеріїв, що здійснюють різноспрямований вплив на них;

– науково-методичний підхід до формування стратегії імпортозаміщення на промисловому підприємстві на основі поетапного ітераційного вибору перспективних напрямів його розвитку з урахуванням на відміну від існуючих підходів наявного техніко-економічного стану, факторів ринкового середовища, міри ринкового ризику та додаткової дохідності інвестицій, що забезпечує вибір найбільш привабливих проектів для їх реалізації;

дістало подальшого розвитку:

– класифікація маркетингових стратегій, яка передбачає виокремлення класифікаційної ознаки «за напрямом трансформації структури комплектуючих готової продукції», що дозволяє визначити місце стратегії імпортозаміщення серед маркетингових стратегій та деталізувати напрями її реалізації;

– елементи організаційно-економічного механізму управління стратегією імпортозаміщення промислового підприємства у частині уточнення етапів та інструментів її формування на основі ієрархії принципів і функцій стратегічного управління на засадах імпортозаміщення, а також методичних підходів до визначення об’єкта її впровадження з метою раціоналізації системи організаційно-управлінських

заходів переходу від імпортоорієнтовної до експортоорієнтовної моделі функціонування підприємства.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що теоретичні та методичні положення, висновки і рекомендації дисертаційної роботи доведені до рівня практичних розробок, які сприяють підвищенню ефективності стратегічного управління діяльністю підприємств на засадах імпортозаміщення.

Запропоновані науково-методичні та практичні результати дисертаційного дослідження щодо розроблення, прийняття та реалізації маркетингових та управлінських рішень були впроваджені у практичну діяльність промислових підприємств Сумської області: 1) науково-методичні положення поетапного вибору напрямів реалізації стратегії імпортозаміщення – у діяльність АТ «Сумський завод «Насосенергомаш», м. Суми (акт № 43/2-1474 від 28 січня 2015 р.); 2) науково-методичний підхід щодо прийняття управлінського рішення про доцільність застосування стратегії імпортозаміщення, вибір пріоритетних напрямів впровадження та обґрунтування економічної доцільності її реалізації на ПАТ «Сумське НВО ім. М. В. Фрунзе», м. Суми (акт № 111.6-15 від 5 лютого 2015 р.).

Матеріали дисертаційного дослідження (теоретичні, методичні та практичні авторські розробки) впроваджені у навчальний процес Сумського державного університету (акт № 1 від 2 лютого 2015 р.). Теоретичні і практичні положення дисертації використовуються у навчальних курсах дисциплін «Стратегічний маркетинг», «Товарна інноваційна політика», «Промисловий маркетинг».

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаною науковою працею. Сформульовані та науково обґрунтовані авторські положення, висновки та пропозиції дозволяють вирішувати важливе науково-прикладне завдання щодо формування та реалізації стратегії імпортозаміщення на сучасних промислових підприємствах. Висновки і рекомендації, що виносяться на захист, одержані автором самостійно. Особистий внесок автора у наукових працях, опублікованих у співавторстві, зазначено в списку публікацій.

Апробація результатів дисертації. Основні положення, висновки та рекомендації дисертаційної роботи доповідалися на науково-практичних конференціях, форумах різних рівнів, у тому числі: III Міжнародній науково-практичній конференції викладачів, аспірантів і студентів «Маркетинг на міжнародних ринках товарів і послуг: глобальні аспекти» (м. Донецьк, 2012 р.); Міжнародних науково-практичних конференціях «Економічні проблеми сталого розвитку» (м. Суми, 2012–2014 рр.); VI–VIII Міжнародних науково-практичних конференціях «Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу» (м. Суми, 2012–2014 рр.); IV Міжнародній науково-практичній конференції «Міжнародна стратегія економічного розвитку регіону» (м. Суми, 2013 р.); III Міжнародній науково-практичній конференції «Економіка та менеджмент: перспективи розвитку» (м. Суми, 2013 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Фінансово-економічні напрями розвитку менеджменту, обліку та аудиту» (м. Одеса, 2014 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Фінансові аспекти розвитку економіки: теорія, методологія, практика» (м. Львів, 2014 р.).

Публікації. Основні результати дисертаційного дослідження опубліковано у 20 наукових працях (16 із них належать особисто автору), у тому числі 6 статей у

наукових фахових виданнях України (з них 3 публікації включено до міжнародних наукометричних баз); 2 підрозділи у колективних монографіях; 1 стаття в інших наукових виданнях України (публікація включена до міжнародних наукометричних баз); 11 публікацій у збірниках матеріалів конференцій. Загальний обсяг публікацій за темою дисертації становить 6,02 друк. арк., із них особисто дисертанту належить 5,29 друк. арк.

Структура та обсяг роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 185 найменувань, 4 додатків. Загальний обсяг дисертації – 233 сторінки, у тому числі основного тексту 173 сторінки, 54 таблиці на 21 сторінці, 48 рисунків на 18 сторінках, додатки на 34 сторінках, список використаних джерел на 21 сторінці.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертаційної роботи, сформульовано мету, завдання, об’єкт та предмет дослідження, розкрито наукову новизну, теоретичне та практичне значення одержаних результатів.

У першому розділі **«Передумови використання стратегії імпортозаміщення у конкурентному середовищі промислових підприємств»** уточнено та поглиблено сутність поняття «стратегія імпортозаміщення промислового підприємства», а саме як системного підходу, спрямованого на зменшення питомої ваги імпортних матеріалів, сировини та комплектуючих у складі готової продукції підприємства, що дає можливість підвищити ступінь адаптації до змін ринкових умов, знизити ступінь ризику, забезпечити повніше завантаження власних потужностей та підвищити ефективність виробництва.

Визначено місце стратегії імпортозаміщення промислового підприємства в системі класифікації маркетингових стратегій. Доповнено класифікаційну ознаку «за напрямом трансформації структури комплектуючих готової продукції», згідно з якою виділяють стратегію імпортозаміщення та стратегію орієнтації на імпортні комплектуючі у складі готової продукції (табл. 1).

Удосконалено структурно-логічну схему класичного підходу до процесу стратегічного управління підприємством на засадах імпортозаміщення у частині виокремлення нових функцій формування стратегії, що стосуються переходу на імпортозаміщення, а саме: аналізу доцільності застосування стратегії імпортозаміщення; попереднього вибору об’єкта впровадження та обґрунтування напряму її реалізації, що в загальному вигляді дозволяє сформувати стратегію імпортозаміщення промислового підприємства.

Узагальнено зарубіжний досвід реалізації імпортозаміщення, це дозволило виділити дві моделі розвитку економіки країни та визначити імпортозаміщення як підґрунтя для розвитку експортоорієнтовної діяльності, що, у свою чергу, дасть можливість оптимізувати зовнішньоторговельний баланс та покращити економічну ситуацію в цілому, що є привабливим для надходження інвестицій.

За результатами проведеного аналізу показників діяльності галузі машинобудування України та перспектив її розвитку виявлено необхідність системної державної підтримки програми протекціонізму вітчизняного виробника, що свідчить про актуальність імпортозаміщення. Ще одним спонукальним мотивом

до налагодження власного виробництва з метою захисту внутрішнього ринку та підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств є підписання угоди з Європейським Союзом, оскільки вітчизняні виробники машинобудівної галузі не зможуть імпортувати матеріали, сировину та комплектуючі з країн, де не діють стандарти ЄС. Натомість, низький технологічний рівень вітчизняної продукції машинобудування призводить до такого негативного наслідку, як висока залежність національної економіки від імпорту високотехнологічної продукції.

Таблиця 1 – Класифікація маркетингових стратегій (фрагмент)

Класифікаційна ознака	Групування маркетингових стратегій за класифікаційною ознакою
1. Залежно від терміну реалізації:	− довгострокові; − середньострокові; − короткострокові
2. Залежно від стадії життєвого циклу товарів фірми:	− на стадії впровадження товару на ринок; − на стадії зростання; − на стадії насичення ринку; − на стадії спаду
…	…
11. Залежно від ступеня сегментації ринків збуту фірми:	− недиференційований маркетинг; − диференційований маркетинг; − концентрований маркетинг
12. За напрямом трансформації структури комплектуючих готової продукції:	− ***стратегія імпортозаміщення:*** ▪ *виробництво комплектуючих для задоволення власних потреб;* ▪ *виробництво комплектуючих на продаж;* ▪ *закупівля комплектуючих на внутрішньому ринку;* ▪ *збереження існуючої структури комплектуючих готової продукції;* ▪ *комбінація кількох напрямів;* − ***стратегія орієнтації на імпортні комплектуючі у складі готової продукції***

Складність виробництва з кожним десятиліттям істотно зростає, вимагаючи від підприємств спрямованих на успіх залучення до виробництва високотехнологічного обладнання та кваліфікованих кадрів. Очевидно, що необхідним є розвиток науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт. Тому держава повинна підтримувати вітчизняного виробника на етапах його розвитку на засадах імпортозаміщення.

У другому розділі **«Організаційно-методичні засади формування стратегії імпортозаміщення на вітчизняних промислових підприємствах»** на основі глибини трансформації складу комплектуючих готової продукції виділено декілька перспективних напрямів розвитку промислового підприємства на засадах імпортозаміщення (рис. 1).

Рисунок 1 – Напрями реалізації стратегії імпортозаміщення промислового підприємства

Розроблено науково-методичні засади формування стратегії імпортозаміщення на рівні підприємства як стратегії перспективного розвитку вітчизняного виробника. На рисунку 2 наведена блок-схема алгоритму формування стратегії імпортозаміщення, що передбачає поетапний аналіз та перевірку отриманих результатів для прийняття ефективних управлінських рішень стосовно переорієнтації діяльності підприємства з метою забезпечення його самостійності, конкурентоспроможності та прибутковості.

На першому етапі формування стратегії імпортозаміщення за результатами якісного аналізу виявляють доцільність застосування стратегії імпортозаміщення. Для цього використовують методичний підхід, який ґрунтується на поєднанні трьох методів комплексного стратегічного аналізу зовнішнього середовища промислового підприємства, що дозволяє на основі SWOT провести аналіз сильних та слабких сторін галузі промисловості та визначити можливості й загрози реалізації імпортозаміщення, на підставі PEST-аналізу визначити величину впливу факторів ринкового середовища на діяльність промислового підприємства з метою визначення перспектив імпортозаміщення, на основі SPACE-аналізу визначити вектор розвитку промислового підприємства на засадах імпортозаміщення.

На другому етапі відбувається оцінювання техніко-економічного стану підприємства та вибір об’єкта впровадження стратегії імпортозаміщення. Методичний підхід передбачає поєднання інструментів методу модифікованої матриці БКГ, що базується на внутрішній інформації підприємства, та методу аналізу ієрархії, підсумковим результатом якого є значення глобального пріоритету розглянутих сценаріїв за всіма критеріями з урахуванням їх значущості.

На третьому етапі проводиться вибір напряму реалізації стратегії імпортозаміщення та обґрунтування ефективності його застосування. Розроблений науково-методичній підхід передбачає поєднання інструментів теорії портфельних інвестицій Марковіца, що ґрунтується на визначенні оптимального портфеля акцій для інвестора з урахуванням формалізованого вигляду понять «дохідність» та «ризик», але адаптованого до бази аналізу – групи товарного портфеля промислового підприємства. Вибір товарних груп, у межах яких доцільно реалізовувати стратегію імпортозаміщення, ґрунтується на розрахунку величини міри ринкового ризику (R_m) та коефіцієнта додаткової дохідності на одиницю ризику інвестицій (K_{AI}).

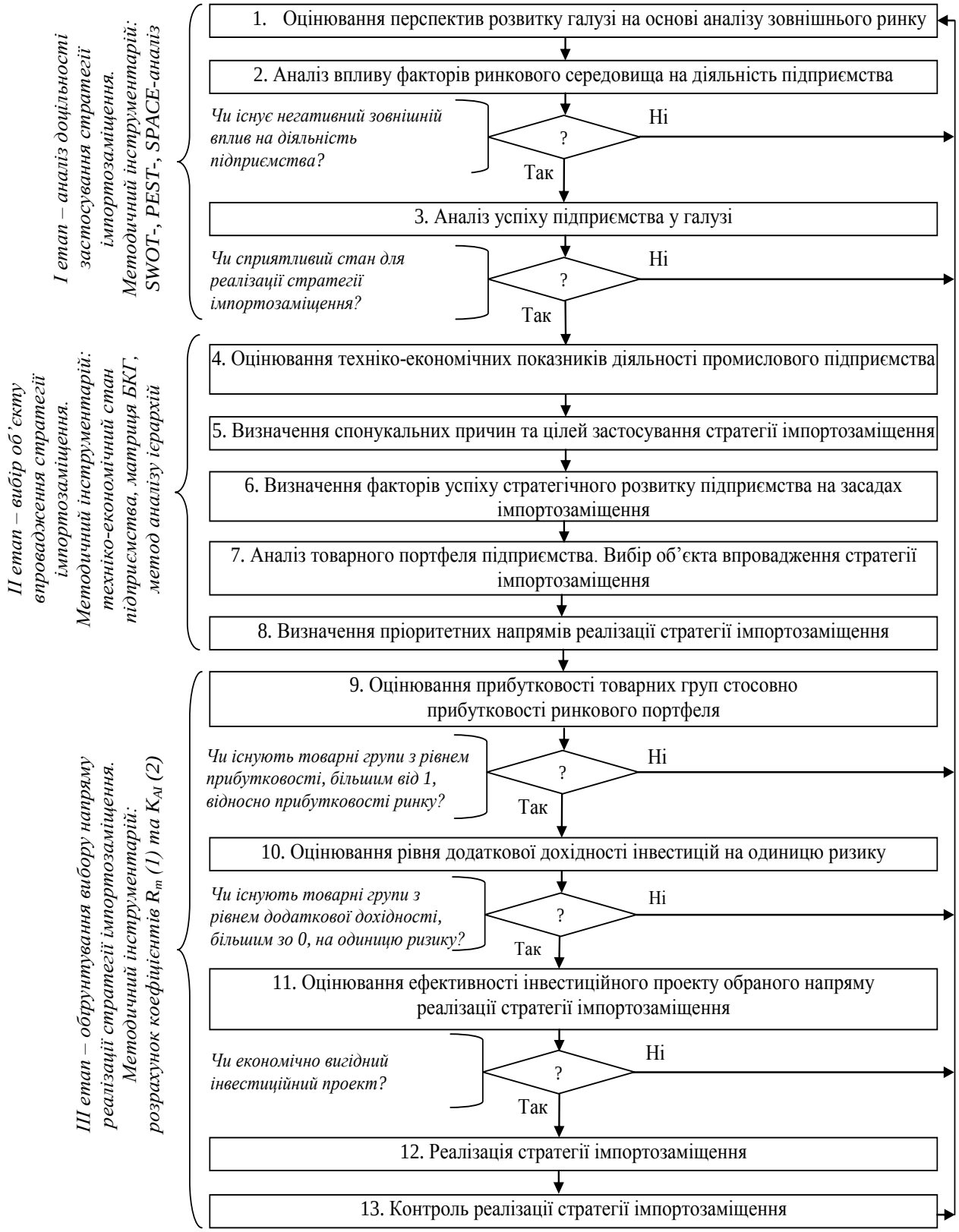

Рисунок 2 – Блок-схема алгоритму формування стратегії імпортозаміщення промислового підприємства

Із метою визначення міри ринкового ризику, тобто ризику товарної групи стосовно ринку, запропоновано, ґрунтуючись на методиці визначення коефіцієнта Бета, визначити відношення темпу приросту товарної групи до темпу приросту ринку

взагалі. Цей показник дасть можливість перевірити перспективність вкладення інвестицій в ту чи іншу товарну групу.

$$R_m = \frac{Cov\,(R_g, R_s)}{Var\,(R_s)}, \quad (1)$$

де R_m – міра ринкового ризику; $Cov\,(R_g,R_s)$ – коваріація між темпом приросту обсягів реалізації товарної групи (R_g) і темпом приросту обсягу реалізованої продукції ринкового сектору (R_s); $Var\,(R_s)$ – дисперсія темпу приросту обсягу реалізованої продукції ринкового сектору.

Якщо коефіцієнт R_m >1, то це свідчить про те, що за умов зростання ринку товарна група зростає швидше, якщо $R_m \leq 1$, то товарна група не відповідає ринковим вимогам.

Ґрунтуючись на підході розрахунку коефіцієнта Шарпа, проводиться аналіз додаткової дохідності на одиницю ризику інвестованих коштів для кожної з груп товарного портфеля промислового підприємства з метою визначення саме тієї групи (груп), дохідність якої (яких) буде більшою за нуль. Розрахунок коефіцієнта здійснюється на основі даних про темпи приросту обсягів реалізації групи у товарному портфелі та облікової ставки НБУ. Класична формула коефіцієнта Шарпа набере іншого вигляду під час аналізу товарних груп підприємства:

$$K_{AI} = \frac{R_g - R_f}{\sigma_p}, \quad (2)$$

де K_{AI} – коефіцієнт додаткової дохідності на одиницю ризику інвестицій; R_g – темп приросту товарної групи; R_f – безризикова відсоткова ставка; σ_p – стандартне відхилення темпу приросту товарного портфеля.

Запропоновано для вибору напряму реалізації стратегії імпортозаміщення на промисловому підприємстві використовувати матрицю, що графічно представлена на рисунку 3. Матриця вибору напряму реалізації стратегії імпортозаміщення будується на основі даних про:

1) частку групи в товарному портфелі підприємства (w_i). До розгляду обираються товарні групи із зони матриці БКГ – «Зірки» та «Дійні корови». Товарні групи, що потрапили до зон «Собаки» та «Важкі діти», додатково перевіряються за двома показниками (R_m, K_{AI}), але до матриці вони не потрапляють;

2) ступінь пріоритету (P_i) напряму реалізації стратегії імпортозаміщення за методом аналізу ієрархій.

Попередньо, під час відбору даних для побудови матриці, потрібно враховувати обмеження граничних значень показників:

− міри ринкового ризику $(R_m > 1)$. Може набувати як від'ємного, так і додатного значення. Для побудови матриці ми розглядаємо випадок, коли міра ринкового ризику більша від 1, адже інвестора цікавить лише та товарна група, темп приросту якої більший від темпу приросту ринку взагалі;

− коефіцієнта додаткової дохідності на одиницю ризику інвестицій *($K_{AI} > 0$).* Під час побудови матриці до уваги береться ситуація, коли додатковий дохід на одиницю ризику більший від 0.

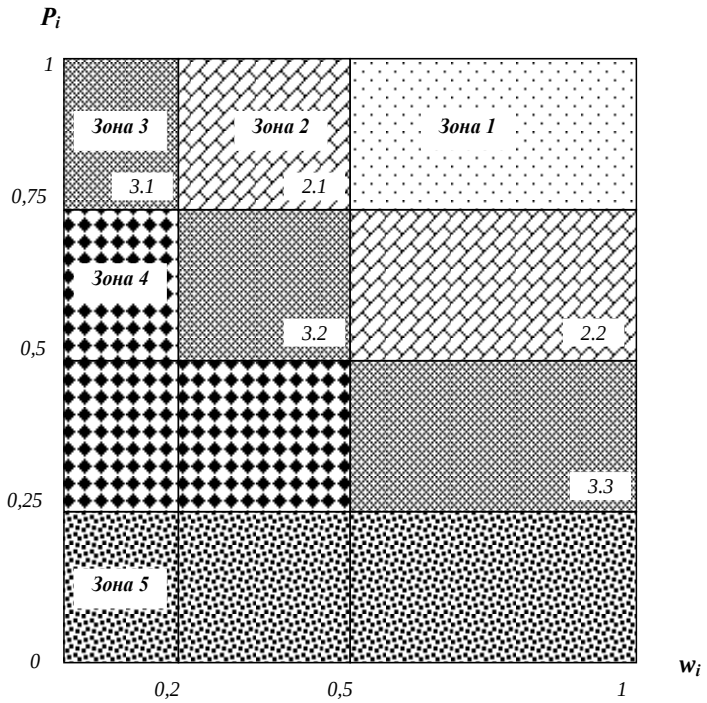

Рисунок 3 – Матриця вибору напряму реалізації стратегії імпортозаміщення

Таким чином, згідно з матрицею вибору напряму реалізації стратегії імпортозаміщення виділяємо п’ять зон, за якими можна обирати напрям реалізації стратегії імпортозаміщення на промисловому підприємстві, де осі координат характеризують змінні w_i та P_i. А значення $R_m > 1$, $K_{AI} > 0$ на осях не відкладаємо, беремо до уваги лише значення, що перевищують критичний поріг допустимості.

На основі даних про частку групи в товарному портфелі, значення глобального рангу напряму реалізації стратегії імпортозаміщення, диверсифікацію товарного портфеля, спеціалізацію та розмір промислового підприємства управлінською ланкою на основі матриці ухвалюється рішення про вибір напряму реалізації стратегії імпортозаміщення.

Перша зона – підприємство вузькоспеціалізоване, відповідає інноваційному розвитку, розробленню агресивних новітніх стратегій та інтенсивному розвитку; аналізована товарна група має значну частку у продуктовому портфелі підприємства; високе значення глобального рангу. Напрям реалізації стратегії імпортозаміщення: виробництво комплектуючих для задоволення власних потреб із перспективою переходу на виробництва комплектуючих на продаж.

Друга зона – вид підприємства подібний до першого, але наявний диверсифікований портфель. Напрям реалізації стратегії імпортозаміщення для аналізованої товарної групи: квадрант 2.1 – виробництво комплектуючих для задоволення власних потреб; квадрант 2.2 – виробництво комплектуючих для задоволення власних потреб із перспективою переходу на виробництва комплектуючих на продаж.

Третя зона – підприємство має можливості для реалізації стратегічних кроків на засадах імпортозаміщення, ринок нестабільний, але є можливості для розвитку. Квадрант 3.1 – аналізована товарна група має малу частку у продуктовому портфелі підприємства, але на думку експертів вона є високоперспективною на ринку. Напрям реалізації стратегії імпортозаміщення: виробництво комплектуючих на продаж. Квадрант 3.2 – аналізована товарна група має велику частку у продуктовому портфелі підприємства та позитивне ставлення експертів, яке ще розподіляється й на інші товарні групи. Необхідно порівнювати аналізовану групу з іншими щодо вибору економічно вигідного напряму реалізації стратегії імпортозаміщення. Напрям реалізації стратегії імпортозаміщення: виробництво комплектуючих для задоволення власних потреб за умов наявності необхідних інвестицій або ж закупівля комплектуючих на внутрішньому ринку. Квадрант 3.3 – товарна група має велику частку у портфелі, але довіра експертів низька. Необхідно порівнювати з іншими групами щодо вибору економічно вигідного напряму реалізації стратегії імпортозаміщення. Напрям реалізації стратегії імпортозаміщення: закупівля комплектуючих на внутрішньому ринку або збереження існуючої структури комплектуючих готової продукції.

Четверта зона – підприємство фінансово нестабільне, частка групи товарного портфеля мала, проте перспективи її розвитку на думку експертів існують. Напрям реалізації стратегії імпортозаміщення: закупівля комплектуючих на внутрішньому ринку, що дозволить знизити собівартість продукції, яку виготовляють.

П’ята зона – підприємство фінансово нестабільне, товарний портфель неефективний. Якщо на ринку є потреба в аналізованій продукції, а підприємство зацікавлене в даній товарній групі, то можливе зниження собівартості продукції за рахунок закупівлі комплектуючих на внутрішньому ринку. В іншому випадку застосування стратегії імпортозаміщення є нераціональним і потребує або застосування інших маркетингових стратегій розвитку, або взагалі припинення виробництва аналізованої групи товарів.

Саме визначення перспективних та прибуткових груп товарного портфеля підприємства забезпечує ефективне інвестування коштів у розвиток обраного напряму. А вже для точних розрахунків економічного ефекту від реалізації стратегії імпортозаміщення необхідно розробити проект відповідно до обраного напряму за допомогою аналізу товарного портфеля та оцінити складові інвестиційного проекту за такими показниками: чистою приведеною вартістю (NPV), терміном окупності (PP), внутрішньою нормою прибутковості (IRR), індексом рентабельності (прибутковості) (PI).

У третьому розділі **«Практичні аспекти управління стратегією імпортозаміщення на машинобудівному підприємстві»** визначено організаційно-економічні засади управління стратегією імпортозаміщення, проведено аналіз доцільності застосування та вибір об’єкта її реалізації на АТ «Сумський завод «Насосенергомаш», здійснено економічне оцінювання інвестиційного проекту обраного напряму стратегії імпортозаміщення відповідно до групи товарного портфеля підприємства.

Схема елементів організаційно-економічного механізму управління стратегією імпортозаміщення подана на рисунку 4.

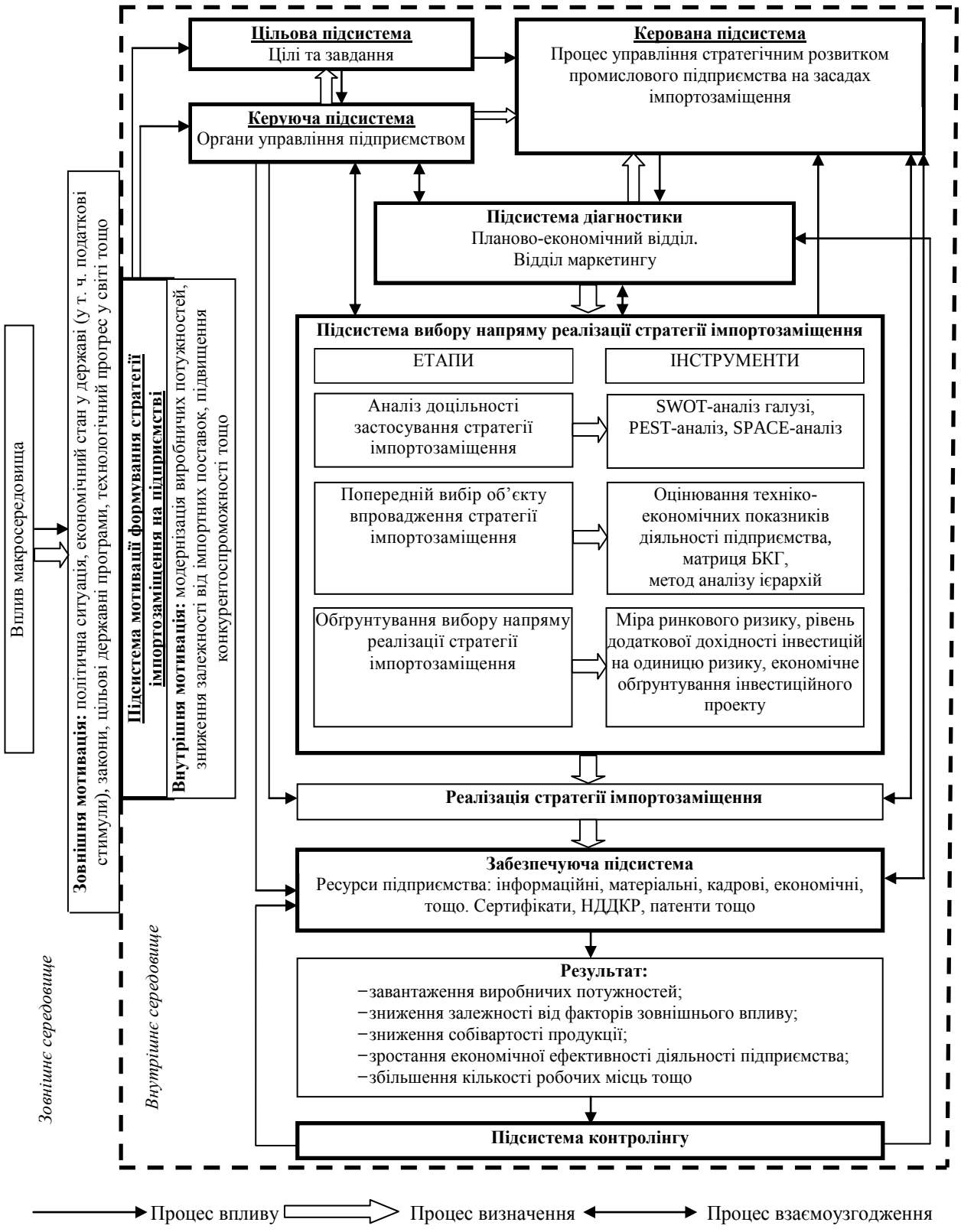

Рисунок 4 – Схема елементів організаційно-економічного механізму управління стратегією імпортозаміщення промислового підприємства

З метою практичної апробації результатів дисертаційного дослідження було проведено відповідні розрахунки для АТ «Сумський завод «Насосенергомаш». Виконаний SWOT-аналіз перспектив розвитку галузі машинобудування дозволяє

стверджувати про необхідність залучення інвестиційних ресурсів для модернізації виробничих потужностей. На основі комплексного аналізу стану галузі машинобудування визначено, що інновації, інвестиції та маркетинг – забезпечувальні підсистеми успішного розвитку вітчизняних промислових підприємств. Згідно з проведеним PEST-аналізом можна зробити висновки, що АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» повинне найбільшу увагу приділити аналізу і прогнозуванню ситуації в політичній та економічній сферах зовнішнього середовища діяльності підприємства, особливо в умовах нестабільності та невизначеності у державі. За результатами SPACE-аналізу визначено, що АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» має достатні фінансові ресурси та економічний потенціал, а конкурентоспроможність дає можливість реалізовувати новітні стратегічні підходи до управління підприємством.

Аналіз товарного портфеля для АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» за матрицею БКГ дає чітке уявлення про те, що товарна група, до якої доцільне застосування стратегічних кроків – це «Відцентрові насоси» (рис. 5). Її частка у товарному портфелі становить 86,1 % і належить до зони «Зірки». Проте перспективною може бути ще одна товарна група – «Запчастини». Не зважаючи на те, що її частка в товарному портфелі становить 12,4 %, вона забезпечує надання сервісних послуг, що є важливим для насосного виробництва. Зона, до якої потрапила ця група, – це «Важкі діти». Реалізувавши маркетингові заходи, вона може перейти до зони «Зірки».

Рисунок 5 – Матриця БКГ для АТ «Сумський завод «Насосенергомаш»

Визначено, що для АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» перспективними є два напрями реалізації стратегії імпортозаміщення, а саме: виробництво комплектуючих для задоволення власних потреб (значення глобального пріоритету 0,5) та виробництво комплектуючих на продаж (значення глобального пріоритету 0,33). Проведено розрахунки для обґрунтування вибору напряму реалізації стратегії імпортозаміщення, результати яких подано в табл. 2.

Таблиця 2 – Результуючі показники оцінювання товарного портфеля для АТ «Сумський завод «Насосенергомаш», 2013 р.

Група товарного портфеля	Частка групи в товарному портфелі	Темп приросту товарної групи R_g	Ризик σ_p	Міра ринкового ризику R_m	Коефіцієнт додаткової дохідності K_{AI}
Відцентрові насоси	86,10 %	0,58	1,00	2,426	0,38
Вакуумні насоси	1,39 %	0,08	0,32	0,779	–0,37
Вільно-вихрові насоси	0,13 %	0,13	0,56	1,279	–0,12
Занурювальні насоси	0,03 %	–0,17	0,63	–0,282	–0,58
Запчастини	12,35 %	0,19	0,06	0,040	–0,04
Товарний портфель	100,00 %	0,52	0,87	1,950	0,38

Можна зробити висновок, що товарний портфель у цілому має значення $R_m > 1$, а саме 1,95. Це свідчить про те, що він зростає швидше за ринок. У підприємства є всі передумови для підвищення конкурентоспроможності та ефективного розвитку за рахунок заміщення імпорту в складі готової продукції. Напрям реалізації стратегії імпортозаміщення відповідає квадранту 2.2 матриці (рис. 3) – виробництво комплектуючих для власних потреб із перспективою переходу на виробництво комплектуючих на продаж.

Оцінивши ефективність інвестиційного проекту, дійшли висновку, що проект із заміни імпортних комплектуючих у структурі готової продукції (нафтові відцентрові насоси) на комплектуючі власного виробництва є прибутковим, а саме: рентабельність становила 16,5 % (або 19 800,00 тис. грн), термін окупності – 4 роки при обсязі інвестицій 120 000,00 тис. грн.

ВИСНОВКИ

Інтегральним результатом дисертаційного дослідження є вирішення важливого науково-прикладного завдання щодо формування та наукового обґрунтування теоретико-методичних основ управління стратегією імпортозаміщення промислових підприємств із метою підвищення їх конкурентоспроможності на внутрішньому ринку та в перспективі – на європейському.

Найбільш вагомі результати роботи дозволили зробити такі висновки теоретико-методичного та практичного характеру:

1. Узагальнення досвіду різних країн стосовно практики застосування імпортозаміщення для оновлення внутрішньої економіки дозволило визначити проблеми та перспективи реалізації імпортозаміщення вітчизняними виробниками машинобудівної галузі. Визначення раціональних мотивів формування та реалізації стратегії імпортозаміщення на рівні управління розвитком підприємства дозволяє сформувати більш чітко місію та завдання випереджального розвитку промислового підприємства у нестійких зовнішніх умовах.

2. Уточнено понятійний апарат теорії стратегічного управління підприємством на засадах імпортозаміщення, що дозволило визначити сутність поняття «стратегія імпортозаміщення промислового підприємства» та місце запропонованої стратегії в системі класифікації маркетингових стратегій, а саме за класифікаційною ознакою «за напрямом трансформації структури комплектуючих готової продукції».

3. Сформовано науково-методичний підхід до визначення доцільності

застосування стратегії імпортозаміщення, що базується на поєднанні оцінювання мікро- та макросередовища промислового підприємства та використанні методу аналізу ієрархій, що дозволяє обирати найкраще з рішень, ураховуючи множину критеріїв, які здійснюють різноспрямований вплив на них. Це дає можливість визначити можливі напрями розвитку промислового підприємства на основі їх поетапного ітераційного вибору, етапи формування стратегії імпортозаміщення та принципи управління товарним портфелем на засадах імпортозаміщення.

4. Розвинено схему елементів механізму управління стратегією імпортозаміщення промислового підприємства, яка передбачає проведення поетапної діагностики вибору напряму реалізації стратегії імпортозаміщення під впливом зовнішньої та внутрішньої мотивації розвитку підприємства, що дає можливість раціоналізувати систему організаційно-управлінських заходів.

5. Обґрунтовано використання матриці, побудованої в координатах «частка групи в товарному портфелі підприємства» та «ступінь пріоритету напряму реалізації стратегії імпортозаміщення», визначеного за методом аналізу ієрархій для вибору вектора стратегічного розвитку промислового підприємства на засадах імпортозаміщення, що дозволяє за зонами матриці визначитися з напрямом розвитку підприємства на засадах імпортозаміщення.

6. З метою визначення ефективного та прогресивного розвитку промислового підприємства визначено поетапний ітераційний відбір перспективних груп товарного портфеля за критеріями «міра ринкового ризику» та «коефіцієнт додаткової дохідності на одиницю ризику інвестицій». Розрахунок цих показників дає можливість обирати інвестиційно привабливий проект з урахуванням ризику мінливого ринкового середовища, темпів зростання груп товарного портфеля стосовно ринку. Прийняття найкращого рішення забезпечить економічну вигоду для власників підприємства та інвесторів.

7. Результати проведеного аналізу діяльності промислових підприємств Сумської області, їх техніко-економічного стану дозволили визначити АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» як одне з типових великих промислових підприємств машинобудівної галузі. Результати SWOT-аналізу галузі машинобудування, PEST-аналізу та SPACE-аналізу підприємства дозволяють стверджувати про доцільність застосування стратегії імпортозаміщення на АТ «Сумський завод «Насосенергомаш». На основі матриці БКГ та отриманих результатів дослідження за методом аналізу ієрархій визначено товарну групу відцентрових нафтових насосів як перспективну в рамках реалізації напряму стратегії імпортозаміщення – виробництво комплектуючих для задоволення власних потреб. Проведено економічне оцінювання ефективності інвестиційного проекту, яке показує, що проект прибутковий, а саме рентабельність становила 16,5 % (або 19 800,00 тис. грн), термін окупності – 4 роки при обсязі інвестицій 120 000,00 тис. грн.

Розроблена система теоретичних підходів та методичних інструментів є основою ефективного формування стратегії імпортозаміщення в системі стратегічного менеджменту промислових підприємств. Застосування авторських рекомендацій і теоретико-методичних підходів щодо формування поетапного визначення оптимальних напрямів реалізації стратегії імпортозаміщення за критерієм ризик/результат і з урахуванням техніко-економічного стану

промислового підприємства дозволяє обґрунтовано та формальними процедурами управляти його діяльністю на засадах імпортозаміщення.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Підрозділи монографій

1. Кисіль Т. В. Маркетингова інтеграція інноваційної діяльності підприємств машинобудівної галузі України / Т. В. Кисіль // Інновації і маркетинг – рушійні сили економічного розвитку : монографія / за ред. д-ра. екон. наук., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми : ТОВ «ДД «Папірус», 2012. – С. 492–497.

2. Ващенко Т. В. Імпортозаміщення як напрямок стратегічного розвитку промислового підприємства: практичні аспекти реалізації / Т. В. Ващенко // Маркетингові аспекти управління інноваційним розвитком : монографія / за ред. д-ра. екон. наук., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми : ТОВ «ДД «Папірус», 2014. – С. 71–83.

Статті у наукових фахових виданнях України

3. Кисіль Т. В. Основні напрямки діяльності машинобудівної галузі з огляду на нестійкий стан економіки України / Т. В. Кисіль // Економічний аналіз : Збірник наукових праць. – 2012. – Вип. 11, ч. 4. – С. 103–106.

4. Кисіль Т. В. Стратегія імпортозаміщення як перспективний напрямок розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємств машинобудівної галузі [Електронний ресурс] / Т. В. Кисіль // Ефективна економіка. – 2013. – № 12. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2603&p=1.

5. Кисіль Т. В. Теоретичні засади використання стратегії імпортозаміщення на промислових підприємствах / Т. В. Кисіль // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 1. – С. 64–71. (Випуск журналу входить до міжнародних наукометричних баз: Index Copernicus Journals Master List (Польща, http://www.indexcopernicus.com/); Российский индекс научного цитирования (Росія, http://elibrary.ru/) та міжнародних баз реферування: Ultrich's Periodicals Darectory (http://ulrichsweb.com), Directory of Open Access Journals – DOAJ (http://www.doaj.org/) та ін.).

6. Кисіль Т. В. Передумови прийняття рішення про впровадження політики імпортозаміщення на промисловому підприємстві / Т. В. Кисіль // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки. – 2014. – Вип. 5, ч. 2. – С. 105–108.

7. Кисіль Т. В. Впровадження стратегії імпортозаміщення промислових підприємств / Ю. С. Шипуліна, Т. В. Кисіль // Економічний форум. – 2014. – № 3. – С. 214–220. *Особистий внесок: запропонована схема впровадження стратегії імпортозаміщення, що передбачає поетапний аналіз та перевірку отриманих результатів для прийняття ефективних управлінських рішень.* (Випуск журналу входить до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus Journals Master List (Польща, http://www.indexcopernicus.com/)).

8. Ващенко Т. В. Обґрунтування вибору напрямку реалізації стратегії імпортозаміщення на підприємстві машинобудівної галузі / Ю. С. Шипуліна, Т. В. Ващенко // Технологічний аудит та резерви виробництва. – 2015. – № 1/6 (21). – С. 37–42. *Особистий внесок: обґрунтовано організаційно-економічні засади вибору напрямку реалізації стратегії імпортозаміщення на промисловому підприємстві.* (Випуск журналу входить до міжнародних наукометричних баз: Index Copernicus Journals Master List (Польща, http://www.indexcopernicus.com/), Российский индекс научного цитирования (РИНЦ,

http://elibrary.ru/) та міжнародних баз реферування: Ultrich's Periodicals Darectory (http://ulrichsweb.com), Directory of Open Access Journals – DOAJ (http://www.doaj.org/) та ін.).

Статті в інших наукових виданнях України

9. Kysil T. Import Substitution as a Means of Image Forming: Prospects Forecast of Industrial Enterprises in Ukraine / Anna Rosokhata, Tatyana Kysil, Anna Kolodka // Economics & Sociology. – 2014. – Vol. 7, No 2. – P. 123–135. *Особистий внесок: запропоновано структуру потенціалу інноваційного розвитку, методику його оцінювання та умови витіснення імпортних комплектуючих зі складу готової продукції.* (Випуск журналу входить до міжнародних наукометричних баз: Scopus (Нідерланди, http://www.scopus.com/), CAB Abstracts – ISI Thomson Reuters (Сполучені Штати Америки, http://thomsonreuters.com/), Index Copernicus Journals Master List (Польща, http://www.indexcopernicus.com/) та ін.).

Матеріали наукових конференцій

10. Кисіль Т. В. Шляхи підвищення конкурентоздатності підприємства в умовах глобалізації / Ю. С. Шипуліна, Т. В. Кисіль // Маркетинг на міжнародних ринках товарів і послуг : глобальні аспекти : збірник тез доповідей учасників ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції викладачів, аспірантів і студентів, м. Україна-Словаччина, 21–23 лютого 2012 р. – Донецьк : Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2012. – Т. 3. – С. 78–80. *Особистий внесок: виділено фактори підвищення конкурентоспроможності підприємства з урахуванням особливостей сучасного ринкового середовища.*

11. Кисіль Т. В. Управління товарною політикою промислових підприємств з урахуванням вектору розвитку промислового сектору України / Т. В. Кисіль // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 20-річчю наукової діяльності факультету економіки та менеджменту СумДУ, м. Суми, 3–5 квітня 2012 р. – Суми : СумДУ, 2012. – Т. 5. – С. 52–53.

12. Кисіль Т. В. Маркетингова товарна політика та інновації промислового підприємства / Т. В. Кисіль // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей VI Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 27–29 вересня 2012 р. – Суми : ТОВ «ДД «Папірус», 2012. – С. 121–123.

13. Кисіль Т. В. Бізнес-інкубатор – погляд у майбутнє / Т. В. Кисіль // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О. Ф., м. Суми, 24–26 квітня 2013 р. – Суми : СумДУ, 2013. – Т. 2. – С. 89–91.

14. Кисіль Т. В. Імпортозаміщення як перспективний напрямок розвитку промислових підприємств / Т. В. Кисіль // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 26–28 вересня 2013 року. – Суми: ТОВ «ДД «Папірус», 2013. – С. 128–129.

15. Кисіль Т. В. Машинобудівний сектор як базовий напрямок підвищення економічної активності країни / Т. В. Кисіль // Міжнародна стратегія економічного розвитку регіону : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 3–5 вересня 2013 р. – Суми : СумДУ, 2013. – С. 139–140.

16. Кисіль Т. В. Засоби підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства / Т. В. Кисіль // Економіка та менеджмент : перспективи розвитку :

матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 6–8 вересня 2013 р. – Суми : СумДУ, 2013. – С. 171–173.

17. Кисіль Т. В. Оптимізація маркетингової діяльності промислових підприємств в сучасних ринкових умовах / Т. В. Кисіль // Фінансово-економічні напрями розвитку менеджменту, обліку та аудиту : збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції, м. Одеса, 21–22 березня 2014 р. – Одеса : ЦЕДР, 2014. – Ч. 1. – С. 42–44.

18. Кисіль Т. В. Перспективи імпортозаміщення у підвищенні конкурентоспроможності машинобудівних підприємств / Т. В. Кисіль // Фінансові аспекти розвитку економіки: теорія, методологія, практика : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Львів, 28–29 березня 2014 р. – Львів : ЛЕФ, 2014. – Ч. 2. – С. 43–45.

19. Кисіль Т. В. Щодо проблем реалізації політики імпортозаміщення на вітчизняних підприємствах промислового сектору / Т. В. Кисіль // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О. Ф., м. Суми, 6–8 травня 2014 р. – Суми : СумДУ, 2014. – Т. 2. – С. 258–259.

20. Кисіль Т. В. Попередній аналіз доцільності впровадження стратегії імпортозаміщення / Т. В. Кисіль // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей VIII Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 25–26 вересня 2014 року. – Суми : ТОВ «ДД «Папірус», 2014. – С. 68–71.

АНОТАЦІЯ

Ващенко Т. В. Організаційно-економічні засади формування стратегії імпортозаміщення промислового підприємства. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Сумський державний університет, Суми, 2015.

Дисертація присвячена розвитку теоретичних та науково-методичних засад формування стратегії імпортозаміщення промислового підприємства.

У дисертації розглянуто передумови та механізм реалізації стратегії імпортозаміщення на рівні промислового підприємства. Сформульовано визначення поняття «стратегія імпортозаміщення промислового підприємства». Розвинено науково-методичні положення до визначення перспективних напрямів реалізації стратегії імпортозаміщення, що дозволяє обирати найкраще рішення з урахуванням множини критеріїв, що здійснюють різноспрямований вплив на них. Удосконалено науково-методичний підхід до поетапного вибору напрямів реалізації стратегії імпортозаміщення, що враховує темпи зростання ринку, ступінь ризику, очікуваний дохід та темпи зростання товарної групи стосовно ринку. Запропоновано організаційно-економічну схему впровадження стратегії імпортозаміщення. У результаті проведеного економічного аналізу товарної політики машинобудівного підприємства було визначено напрям реалізації стратегії імпортозаміщення з метою підвищення його конкурентоспроможності та проведено оцінювання ефективності інвестиційного проекту. Впроваджено процес формування, вибору та реалізації стратегії імпортозаміщення на промислових підприємствах Сумської області.

Ключові слова: експорт, імпорт, стратегічний розвиток підприємства, формування стратегії, стратегія імпортозаміщення, управління товарним портфелем, матриця, перспективний напрям.

АННОТАЦИЯ

Ващенко Т. В. Организационно-экономические основы формирования стратегии импортозамещения промышленного предприятия. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Сумский государственный университет, Сумы, 2015.

Диссертация посвящена развитию теоретических и научно-методических основ формирования стратегии импортозамещения промышленного предприятия.

В диссертации исследованы предпосылки и перспективы реализации импортозамещения отечественными производителями машиностроительной отрасли с учётом анализа опыта различных стран относительно практики применения импортозамещения для обновления экономики. Определены рациональные мотивы формирования и реализации стратегии импортозамещения на уровне предприятия, что позволяет сформировать более чётко миссию и задачи его эффективного управления в нестабильной внешней среде.

Уточнён понятийный аппарат теории стратегического управления предприятием, базирующегося на принципах импортозамещения, что позволило определить место стратегии импортозамещения в системе классификации маркетинговых стратегий, предусматривающей выделение классификационного признака «трансформация готовой продукции по удельному весу ее составляющих». Таким образом, выделены возможные направления развития промышленного предприятия с учётом вектора импортозамещения.

Предложенный научно-методический подход к определению целесообразности применения стратегии импортозамещения, базирующейся на сочетании оценки микро- и макросреды промышленного предприятия и использовании метода анализа иерархий, позволяет определить наилучшее из решений учитывая множество критериев, осуществляющих разнонаправленное влияние на них.

Усовершенствована схема элементов механизма управления стратегией импортозамещения промышленного предприятия, что предполагает проведение поэтапного итерационного исследования выбора направления реализации стратегии импортозамещения под влиянием внешней и внутренней мотивации развития предприятия с учётом вектора импортозамещения, что рационализирует организационно-управленческие решения на промышленном предприятии.

Разработана матрица выбора направления реализации стратегии импортозамещения, построенная в координатах «доля группы в товарном портфеле предприятия» и «степень приоритета направления реализации стратегии импортозамещения», определённая при помощи метода анализа иерархий. Согласно матрице возможно выделить пять зон выбора направления реализации стратегии импортозамещения на промышленном предприятии. Обосновано, что с целью определения стратегически эффективного направления развития промышленного предприятия целесообразно по принципу «воронки продаж» проводить поэтапный отбор перспективных групп товарного портфеля по критериям «степень рыночного

риска» и «коэффициент дополнительной доходности на единицу риска инвестиций». Анализ этих показателей даёт возможность определить инвестиционно привлекательный проект с учётом риска изменчивой рыночной среды и темпа роста групп товарного портфеля по отношению к рынку. Принятие обоснованного решения обеспечит экономическую выгоду для собственников предприятия и инвесторов.

Проведённый анализ деятельности нескольких промышленных предприятий Сумской области, а также их технико-экономического положения позволил определить АО «Сумский завод «Насосэнергомаш» как одно из типичных крупных промышленных предприятий машиностроительной отрасли. На основе модифицированной матрицы БКГ и значений глобального приоритета анализируемых направлений реализации стратегии импортозамещения определенных по методу анализа иерархий для АО «Сумский завод «Насосэнергомаш», выделено товарную группу центробежных нефтяных насосов как наиболее перспективную. Производство комплектующих для удовлетворения собственных потребностей обеспечит с учётом тенденций развития групп товарного портфеля и потребностей рынка эффективное и прогрессивное развитие предприятия.

Ключевые слова: экспорт, импорт, стратегическое развитие предприятия, формирование стратегии, стратегия импортозамещения, управление товарным портфелем, матрица, перспективное направление.

SUMMARY

Vashchenko T.V. Organizational and economic bases for import substitution strategy formation at the industrial enterprise. – Manuscript.

Thesis to gain a candidate degree in economic sciences of specialty 08.00.04 – economics and management of enterprises (by kinds of economic activity). – Sumy State University, Sumy, 2015.

The thesis deals with the development of theoretical, scientific and methodical bases for import substitution strategy formation at the industrial enterprise. The thesis considers conditions and mechanisms for implementation of the import substitution strategy of the industrial enterprise. The definition of the concept "import substitution strategy of the industrial enterprise" has been formulated. The scientific and methodical aspects to the definition of the perspective directions for the import substitution strategy have been developed, which allows you to choose the best solution, considering the set of criteria offering multidirectional impact on them. The scientific and methodical phased approach to the choice of the import substitution strategy, which takes into account the pace of the market growth, the risk, the expected revenue and the commodity group growth rate relative to the market, has been improved. The author has proposed organizational and economic implementation of the strategy of import substitution. As a result of the economic analysis of the engineering enterprise commodity policy, there was defined the import substitution strategy in order to enhance its competitiveness and to assess the effectiveness of the investment project. The process of formation, selection and implementation of the import substitution strategy of the Sumy region industry has been established.

Keywords: export, import, strategic development of the enterprise, strategy formation, strategy of import substitution, management of product portfolio, matrix, promising direction.

Підписано до друку 18.08.2015.
Формат 60х90/16. Ум. друк. арк. 1,1. Обл.-вид. арк. 0,9. Тираж 100 пр. Зам. № 801

Видавець і виготовлювач
Сумський державний університет,
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3062 від 17.12.2007.