

## Реализация стратегии импортозамещения продукции на российских промышленных предприятиях

© 2009 Е.В. Волкодавова

доктор экономических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

В статье рассматриваются факторы и виды, а также направления реализации стратегии импортозамещения промышленной продукции на российских предприятиях с использованием оптимизационной модели на основе измерения потенциала рынка.

*Ключевые слова:* промышленная продукция, стратегия импортозамещения, потенциал рынка, оптимизационная модель.

В настоящее время доля импорта в себестоимости промышленной продукции довольно высока. Это объясняется не только обеспечением повышения конкурентоспособности экспортной продукции, но и возросшими требованиями инновационной составляющей внутреннего рынка. В связи с этим развитие импортозамещения становится особенно актуальным, поскольку именно оно позволит избежать напряженности, возникающей вследствие необходимости использования при изготовлении промышленной продукции импортных изделий, компонентов и услуг, в то время как отечественные предприятия не получают потенциальных заказов на изготовление продукции, требующихся для выхода из кризисной ситуации.

Таким образом, исследование возможностей организации промышленного производства с учетом целесообразности вытеснения отдельных видов импортной продукции и гармоничного его замещения отечественными аналогами является крайне актуальным вопросом для современной российской экономической науки.

Проблема возможности и экономической целесообразности замещения импортной продукции отечественными аналогами многоаспектна и включает в себя уровень качества, который в состоянии обеспечить отечественные предприятия, сложности с нахождением рынков сбыта, необходимость защиты внутреннего рынка от иностранной конкуренции и др.

В экономической литературе импортозамещение рассматривается как модель интеграции страны в систему мирохозяйственных связей, ориентированная на экономический рост государства. Эта модель международной торговли, основанная на идее промышленного импортозамещения, во главу угла ставит развитие внутреннего рынка промышленных товаров.

Промышленное импортозамещение провозглашалось в качестве одной из целей экономи-

ческого развития в теоретических моделях, разработанных такими представителями неокейнсианской школы, как Х. Ченери, М. Бруно, А. Страуг, Н. Картер.

Теория и методология импортозамещения исследовались в трудах современных отечественных и зарубежных ученых. В частности, американский экономист П. Линдерт рассматривает влияние импортозамещающего роста на изменение международных условий торговли. Российские ученые внесли свой вклад в разработку теоретических и методических основ развития эффективного импортозамещения. В трудах А. Киреева обосновываются преимущества и механизм импортозамещающего роста. П.А. Кадочников оценивает влияние макроэкономических процессов на развитие импортозамещения. Л.Р. Исмагилова рассматривает направления и механизм развития импортозамещающих производств в масштабах региона. Д.Н. Зайцев предлагает организацию производства импортозамещающей продукции как направление экономического развития региона. С.И. Редько представляет импортозамещение отдельных товарных групп как фактор обеспечения экономической безопасности страны. А.П. Терехов анализирует проблемы конкурентоспособности импортозамещающей продукции промышленных предприятий.

Стратегия импортозамещения - это рассчитанная на перспективу система мер, обеспечивающая достижение намеченных предприятием целей по объемам и структуре импортозамещения для повышения эффективности его деятельности.

Выработка стратегии осуществляется на уровне управления промышленным предприятием и основана на решении следующих задач:

- анализ рыночных тенденций;
- анализ положения предприятия среди конкурентов на различных рынках;
- оценка его возможностей и ресурсов;

- разработка стратегических целей предприятия;
- подготовка детальных оперативных планов, программ и бюджетов;
- оценка деятельности на основе определенных критериев с учетом намеченных целей и планов.

Применительно к российским промышленным предприятиям можно выделить три варианта стратегии импортозамещения:

1) стратегия внутриориентированного импортозамещения - освоение внутренних рынков промышленных товаров;

2) стратегия внешнеориентированного импортозамещения - нацеленность на продвижение российских изделий на мировой рынок;

3) стратегия смешанного импортозамещения - реализация импортозамещающей продукции как на внутреннем, так и на внешнем рынке в различных пропорциональных соотношениях.

Стратегия внутриориентированного импортозамещения предполагает развитие импортозамещающих производств с целью освоения только внутреннего рынка. В этой ситуации предприятия замещают используемые импортные комплектующие отечественными аналогами и реализуют продукт на внутреннем рынке.

Особенностями данной стратегии являются следующие:

- отсутствие необходимости ориентироваться на требования зарубежных рынков по качеству продукции может привести к стагнации инновационной деятельности и НИОКР на уровне предприятий;

• с точки зрения национальной экономики данная стратегия ведет к консервации отставания, прежде всего в сфере технологического и научно-технического сотрудничества, и препятствует появлению в хозяйстве отраслей-локомотивов, обеспечивающих достижение мирового уровня прогресса;

• структурная распыленность и диверсификация обуславливают огромные потери экономики в масштабе предприятий и производств. В перспективе осуществления подобного импортозамещения потребность в импорте в масштабе национальной экономики не уменьшается, а наоборот, возрастает.

Вторая стратегия внешнеориентированного развития импортозамещения предполагает замещение импортных комплектующих и деталей в экспортных изделиях.

Особенность данной стратегии заключается в следующем:

- высокая степень открытости хозяйственной жизни внешнему миру;

• необходимость постоянно отслеживать прогрессивные общемировые тенденции развития отрасли;

• необходимость реализации НИОКР и инноваций в соответствии с требованиями зарубежных рынков с целью поддержания конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе, что требует постоянного вложения значительных ресурсов;

• необходимость достижения роста конкурентоспособности национальных отраслей на емком внутреннем рынке с последующим продвижением национальных товаров на мировой рынок.

Реализация данной стратегии в условиях России представляется более перспективной.

Однако с учетом специфики отраслевых рынков и региональных производств возможна реализация смешанной стратегии импортозамещения. В этом случае предприятие, исходя из наличия располагаемых ресурсов, определяет приоритетные направления развития импортозамещения для последующего освоения внешних рынков, на которые потребуются наибольшие вложения ресурсов, с одновременным развитием менее ресурсоемкого импортозамещения для внутреннего рынка.

Особенности смешанного типа стратегии заключаются в следующем:

• возможность рационального распределения объемов ресурсов, необходимых для реализации импортозамещения по внутреннему и внешнему направлениям;

• возможность снижения себестоимости как экспортируемых изделий, так и изделий, ориентированных на реализацию на внутреннем рынке.

Выяснение стратегического направления развития импортозамещения и определение мероприятий, реализация которых необходима для достижения стратегических целей, сводятся к выявлению ряда ключевых параметров: количества и качества импортозамещающей продукции и целевых рынков, на которые будет направлена импортозамещающая продукция.

Факторы выбора того или иного стратегического направления развития импортозамещения на разных предприятиях и отраслях различны, однако их можно подразделить на две большие группы: внешние неконтролируемые факторы и внутренние контролируемые факторы. К внешним неконтролируемым факторам относятся: рыночные факторы (потенциал внутренних и внешних рынков, ценовая эластичность спроса на товар, конкуренция в отрасли); система государственного регулирования экспортно-импортных операций (уровень защищенности внутренних рынков; уровень стимулирования экспорта).

Уровень спроса на товар на том или ином рынке характеризует востребованность товара, а следовательно, привлекательность и потенциал рынка для предприятия с точки зрения наращивания объемов реализации продукции.

Еще одним важнейшим фактором выбора стратегии импортозамещения является эластичность спроса по цене на данный товар на данном рынке, т.е. увеличение спроса на товар вследствие снижения его цены при импортозамещении, которое характеризует коэффициент эластичности спроса по цене на импортозамещающую продукцию (формула (1)).

$$E_{d_{u/3}}^P = \frac{\Delta Q}{Q} \div \frac{\Delta P}{P}, \quad (1)$$

где  $\Delta Q$  - процентное изменение величины спроса при изменении цены вследствие импортозамещения, рассчитывается по формуле (2);

- процентное изменение цены вследствие импортозамещения, рассчитывается по формуле (3).

$$\Delta Q = \frac{Q_{u/3} - Q}{(Q_{u/3} + Q)/2} \cdot 100, \quad (2)$$

где  $Q$ ,  $Q_{u/3}$  - величина спроса до и после изменения цены вследствие импортозамещения, соответственно.

$$\Delta P = \frac{P_{u/3} - P}{(P_{u/3} + P)/2} \cdot 100, \quad (3)$$

где  $P$ ,  $P_{u/3}$  - начальная и новая цена продукции без импортозамещения и с импортозамещением, соответственно.

К внутренним факторам, которые предприятие может контролировать, относятся:

- ресурсы предприятия (инвестиционные ресурсы, производственные мощности, технологии, наличие квалифицированных кадров);
- система менеджмента предприятия (миссия компании, система стратегических целей и задач, система менеджмента качества).

Стратегия внешнеориентированного развития импортозамещения предполагает высокую степень открытости хозяйственной жизни внешнему миру, позволяя постоянно отслеживать прогрессивные общемировые тенденции развития. Целью ставится достижение роста конкурентоспособности национальных отраслей на емком внутреннем рынке с последующим продвижением национальных товаров на мировой рынок. Реализация данной стратегии в условиях России представляется более перспективной.

Однако с учетом специфики отраслевых рынков и региональных производств представляется возможной реализация смешанной стратегии

импортозамещения комбинированно по внутреннему и внешнему направлению с разделением по различным товарным группам или качественным характеристикам товаров в одной товарной группе.

Реализация импортозамещающей стратегии возможна на двух этапах функционирования предприятия:

- на этапе производства продукции;
- на этапе реализации готовой продукции.

На этапе производства импортозамещающими элементами могут выступать:

- сырье;
- материалы;
- комплектующие;
- оборудование;
- услуги сторонних организаций, к которым предприятие прибегает в процессе проектирования и производства продукции (консалтинг, инжиниринг, маркетинговые исследования).

На этапе реализации объектом импортозамещения является само готовое изделие (услуга).

На обоих этапах возможно взаимодействие предприятия с внутренним и внешним рынками: на этапе реализации готового продукта - это поставка на внутренний или зарубежный рынок продукции; на этапе производства - поставка оборудования, технологий, материалов с внутреннего или зарубежного рынка.

Резервом повышения эффективности деятельности предприятия на стадии производства служит импортозамещение отдельных или нескольких элементов изделия (сырье, детали, комплектующие, оборудование, технологии, услуги сторонних организаций, к которым прибегает предприятие в ходе производства продукции).

Реализация импортозамещающей стратегии промышленных предприятий возможна по двум основным направлениям, заданным миссией предприятия:

- с акцентом на инвестиционный спрос;
- с акцентом на стимулирование потребительского спроса.

Главным источником инвестиционного спроса в настоящее время являются отрасли-экспортеры: именно они обладают ресурсами, достаточными для перевооружения производства, тем более что потребность в нем давно назрела.

Основными отраслями, где могут быть размещены заказы промышленных компаний, на наш взгляд, выступают машиностроение, черная металлургия, энергетика и транспорт. Решающая часть средств придется на долю машиностроения, где сконцентрируются заказы нефтегазовых компаний, энергетиков, транспортников, металлургов и т.д. А это способно дать мультиплика-

тивный эффект от вложенных средств, поскольку, чтобы выполнять полученные заказы, машиностроительные компании будут, в свою очередь, выступать заказчиками для других производителей.

Предлагаемый алгоритм реализации импортозамещения на промышленном предприятии представлен на рисунке.

объемов реализации импортозамещающей продукции.

Потенциал рынка характеризуется уровнем спроса на товар. Под потенциалом рынка понимается количество продукции, которое можно реализовать на рынке при заданном уровне цены в пределах временного интервала планирования с учетом инфляции на данный вид товара на



Рис. Алгоритм реализации импортозамещения на промышленном предприятии

Для предприятий, планирующих осуществление импортозамещения, важнейшими мероприятиями, определяющими стратегическое направление реализации импортозамещающей продукции (на внутренний рынок, на внешний рынок или стратегию смешанной реализации на внутренний и внешний рынок в различных пропорциональных соотношениях), являются:

- анализ рыночной конъюнктуры (уровень спроса на продукцию, наличие конкурентов, уровень качества продукции конкурентов и т.д.)

- оценка на основе результатов анализа рыночной конъюнктуры потенциала внутреннего и внешнего рынка с точки зрения наращивания

протяжении временного интервала планирования. Потенциал внутреннего рынка предлагается рассчитывать по формуле (4):

$$P_{внутр}^i = Q_{t\_внутр}^i \cdot P_{внутр}^i \cdot \left( 1 + \frac{I_{t\_внутр}^i}{100} \right), \quad (4)$$

где  $P_{внутр}^i$  - потенциал внутреннего рынка по товару  $i$ , тыс. руб.;

$Q_{t\_внутр}^i$  - объем товара  $i$ , реализуемый на внутреннем рынке на протяжении временного интервала  $t$ , шт.;

$P_{внутр}^i$  - цена товара  $i$  на внутреннем рынке на момент оценки, тыс. руб.;

$I_{t\_внутр}^i$  - прогнозная величина инфляции для товара  $i$  на внутреннем рынке, рассчитанная для временного интервала планирования  $t$ , %.

Величину потенциала внешнего рынка в денежном выражении предлагается рассчитывать по формуле (5):

$$P_{внешн}^i = Q_{т\_внешн}^i \cdot P_{внешн}^i \cdot \left( 1 + \frac{I_{т\_внешн}^i}{100} \right) \times K_{вал} \cdot i_{т\_вал}, \quad (5)$$

где  $P_{внешн}^i$  - потенциал внешнего рынка по товару  $i$ , тыс. руб.;

$Q_{т\_внешн}^i$  - объем товара  $i$ , реализуемый на внешнем рынке на протяжении временного интервала  $t$ , шт.;

$P_{внутр}^i$  - цена товара  $i$  в иностранной валюте на внешнем рынке на момент оценки, тыс. долл. (тыс. евро);

$I_{т\_внешн}^i$  - прогнозная величина инфляции для товара  $i$  на внешнем рынке, рассчитанная для временного интервала планирования  $t$ , %;

$K_{вал}$  - курс рубля по отношению к иностранной валюте на момент оценки;

$i_{т\_вал}$  - прогнозный индекс изменения курса рубля по отношению к иностранной валюте для временного интервала планирования  $t$ .

Необходимость учета цены товара в данном случае объясняется тем, что на рынках разных стран на аналогичные товары цены могут быть различны в силу конъюнктурных особенностей рынков и особенностей развития национальных экономик. В ходе оценки потенциала внешнего рынка по тому или иному товару необходимо учитывать влияние изменения курса национальной валюты по отношению к иностранной. Учет влияния инфляции является особенно важным при оценке рыночного потенциала на долгосрочную перспективу.

Сравнивая расчетные величины потенциала внутреннего и внешнего рынков по тому или иному товару для определенного временного интервала планирования, предприятие может определить привлекательность внутреннего и внешнего рынков с точки зрения импортозамещения в стратегическом плане.

Исходя из стратегии и целевого направления импортозамещения, а также из специфики отрасли и предприятия формируется модель развития импортозамещения, реализация которой возможна для трех вариантов организации импортозамещения:

- на основе собственных ресурсов и (или) технологий;
- на основе международной кооперации с образованием (или без образования) юридического лица;
- на основе импортных ресурсов и (или) технологий.

Проблема закупки импортных материалов, комплектующих, технологий сегодня актуальна для многих промышленных предприятий-экспортеров. Доля импортных комплектующих может составлять до 40% и более в себестоимости экспортной продукции, например, в машиностроительной и станкостроительной отраслях. Но это необходимое условие эффективного экспорта на рынки дальнего зарубежья, где конкуренция по технической, экологической, технологической и экономической составляющим продукции сегодня не всегда преодолима для отечественного производителя. Поэтому, прибегая к сертифицированным импортным комплектующим, российские производители обеспечивают гарантированные поставки конкурентоспособной продукции на рынки дальнего зарубежья, где требования к качеству велики. Несмотря на однородность конкурентной среды производителей промышленной продукции, требования к ее качеству возрастают, и как следствие, могут возрасти объемы импорта комплектующих и для экспортных поставок. Импорт может вызвать резкое повышение себестоимости экспортной продукции. В этом случае отечественные производители должны взять курс на последовательное импортозамещение материалов и комплектующих, и в первую очередь для обеспечения деятельности промышленных предприятий. Производство импортозамещающих материалов и комплектующих следует размещать на российских предприятиях.

Объемы импортозамещения по конкретному товару предлагается согласовывать в соответствии со следующей оптимизационной моделью:

$$x_i \in \Pi_i; \quad (6)$$

объем производства при каждом из вышеописанных вариантов импортозамещения находится в пределах рыночного спроса:

$$\underline{d}^c \leq x_i^c \leq \bar{d}^c,$$

$$\underline{d}^k \leq x_i^k \leq \bar{d}^k,$$

$$\underline{d}^u \leq x_i^u \leq \bar{d}^u; \quad (7)$$

ограничением в системе при каждом из вариантов организации импортозамещения является рас- полагаемое предприятием количество ресурсов:

$$\begin{aligned} x_1^c a_1^c + x_2^c a_2^c + \dots + x_n^c a_n^c &\leq A_c, \\ x_1^k a_1^k + x_2^k a_2^k + \dots + x_n^k a_n^k &\leq A_k, \\ x_1^u a_1^u + x_2^u a_2^u + \dots + x_n^u a_n^u &\leq A_u; \end{aligned} \quad (8)$$

критерием эффективности импортозамеще- ния является минимизация себестоимости:

$$c_1 x_1 + c_2 x_2 + \dots + c_n x_n \rightarrow \min, \quad (9)$$

где  $x_i$  - объем производства  $i$ -го вида продукции, шт.;  $d^c, d^k, d^u$  - спрос на импортозамещающую про- дукцию, произведенную на основе собственных ресурсов и (или) технологий, на основе между- народной кооперации с образованием (или без образования) юридического лица и на основе импортных ресурсов и (или) технологий, соот- ветственно, шт.;

$x^c, x^k, x^u$  - объем продукции, произведенной на основе собственных ресурсов и (или) техноло- гий, на основе международной кооперации с об- разованием (или без образования) юридическо- го лица, на основе импортных ресурсов и (или) технологий, соответственно, шт;

$A^c, A^k, A^u$  - имеющиеся у предприятия производ- ственные ресурсы для производства продукции на основе собственных ресурсов и (или) техно- логий, на основе международной кооперации с образованием (или без образования) юридичес- кого лица, на основе импортных ресурсов и (или) технологий, соответственно;

$c_i$  - себестоимость  $i$ -го вида продукции.

Планирование импортозамещения, производ- ство и реализацию импортозамещающей продук- ции на промышленном предприятии целесообраз- но осуществлять в рамках программы импортоза- мещения, принимаемой на уровне предприятия. Причем нижний предел диапазона импортозамеще- ния будет ограничен эффективностью импортоза- мещения. Это та доля элементов продукции, им- портозамещение которых приведет к снижению се- бестоимости изделия, достаточному для повыше- ния спроса на изделие. Последнее зависит от отрас- ли и ценовой эластичности спроса на изделие.

Верхний предел диапазона импортозамеще- ния будет ограничен долей импортных элемен-

тов в себестоимости изделия. В практической деятельности предприятий на верхний предел диапазона импортозамещения в разной степени в зависимости от отрасли накладывают свои ог- раничения физическое отсутствие на рынке оте- чественных аналогов импортных элементов или их неудовлетворительное качество. Например, в парфюмерно-косметической отрасли физически невозможно заменить импортные парфюмерные композиции и отдушки, используемые в произ- водстве косметической продукции, по причине отсутствия соответствующей отрасли как тако- вой в России.

Анализ динамики импорта самарских про- мышленных предприятий за 2003-2009 гг. по- зволяет сделать вывод о постоянном росте за- трат по импорту. Поэтому одним из вариантов эффективного хозяйствования предприятий про- мышленности должно стать последовательное импортозамещение. Организация производства импортозамещающей продукции "с нуля" в се- годняшних экономических условиях осложнена недостатком инвестиционных ресурсов, а также высокими барьерами с точки зрения фондое- мкости (что особенно касается высокотехнологич- ных производств), поэтому важнейшим направ- лением развития импортозамещения может и должно стать размещение производства импор- тозамещающей продукции на базе уже существу- ющих предприятий соответствующих отраслей. Проведенные исследования на промышленных предприятиях Самарской области позволяют сде- лать вывод, что организация процесса импорто- замещения носит фрагментарный характер; на предприятиях, осуществляющих импортозамеща- ющую деятельность, не имеется методологии ее оценки, не рассматриваются принципы органи- зации импортозамещения как бизнес-процесса, направления и модели реализации и критерии эффективности импортозамещения с точки зре- ния субъектов предпринимательства - промыш- ленных предприятий. В целом, полученная в ходе исследования положительная динамика эффек- тивности деятельности предприятий, применя- ющих импортозамещение, позволила сделать вывод, что реализация стратегии импортозамеще- ния создаст условия для дальнейшего разви- тия и повышения эффективности их производ- ства.

Поступила в редакцию 07.11.2009 г.