

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

УДК 005:338.45:658.8

DOI: 10.15587/2313-8416.2018.143473

ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ ТА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЕКСПОРТУ ПІДПРИЄМСТВА НА ШЛЯХУ ДО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

© Т. В. Ващенко

Низький рівень менеджменту щодо процесів стратегічного управління вітчизняних підприємств потребують прийняття інноваційних стратегічних кроків швидкого та ефективного їх розвитку. З одного боку формування стратегії імпортозаміщення, а саме переорієнтація виробництва на власні сили, забезпечення процесу модернізації виробничих потужностей та створення конкурентоспроможного продукту для задоволення потреб споживачів та з іншого – диверсифікація експорту, що є заходами антикризового менеджменту та новітнім напрямом стабільного економічного розвитку вітчизняних підприємств

Ключові слова: імпортозаміщення, диверсифікація експорту, інновації, антикризовий менеджмент, стратегічний розвиток, потенціал підприємства

1. Вступ

На сучасному етапі індустріалізації промисловості більшість підприємств України постали перед проблемою неефективного використання засобів виробництва продукції, що залишилися ще з часів планової економіки.

Більшість промислових підприємств не мають чітких стратегічних завдань. Для них характерне інтуїтивне прийняття рішень та планування системи збуту і, як наслідок, занепад головних вітчизняних підприємств.

Саме такий стан галузі в цілому обумовлює необхідність формування новітніх підходів до реалізації стратегічних завдань підприємств.

Стратегічне управління відіграє вирішальну роль у діяльності підприємства, а саме:

– в умовах загострення конкурентної боротьби стратегічна орієнтація діяльності підприємства є одним з вирішальних факторів виживання та процвітання;

– стратегічне планування (як функція стратегічного управління) дозволяє адекватним чином відреагувати на фактори невизначеності і ризику, властиві зовнішньому середовищу.

Для того, щоб організація найкращим чином реагувала на вплив зовнішнього середовища, її система управління має бути побудована на обґрунтованих принципах [1].

2. Літературний огляд

Вченими визначено базові стратегічні напрями розвитку підприємства. Широко відомими є стратегії, які залежать від місця, що займає підприємство на ринку (цінове лідерство, продуктове лідерство та лі-

дерство в ніші) та стратегії, сформульовані на основі матриці «товар-ринок», залежно від ступеня новизни ринку і товару (проникнення на ринок, розвитку продукції, розвитку ринку та диверсифікації) [2, 3].

Над проблемами антикризового менеджменту підприємства, розробленням ефективних стратегій їх розвитку працювало багато науковців. Було досліджено питання ефективного поєднання стратегії та тактики маркетингу [4]. Розглядалися питання впливу імпортозаміщуючого зростання на зміну міжнародних умов торгівлі [5]; промислове імпортозаміщення проголошувалося в якості однієї з цілей економічного розвитку в теоретичних моделях [6]. Значної уваги наділено проблемі управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці та маркетинговим аспектам управління інноваційним розвитком [7]. Деякі праці присвячені формуванню інтеграційної стратегії підприємства на засадах імпортозаміщення [8]. З точки зору зовнішньо-економічної діяльності проведено оцінку динаміки вектор-структури експорту продукції машинобудування вітчизняними підприємствами [9]. Є певні наробки щодо перспектив розвитку підприємств саме в умовах кризи [10] та розроблено заходи щодо формування інноваційно-сприятливого середовища на підприємстві [11]. Їх праці широко висвітлюють питання стратегічного розвитку промислових підприємств, проте умови сьогодення вимагають удосконалення класичних підходів відповідно до сучасних бізнес-процесів.

3. Мета та задачі дослідження

Мета дослідження – виокремити перспективні інноваційні шляхи стратегічного розвитку вітчизня-

них підприємств в умовах євроінтеграції та високої конкурентної боротьби.

Для досягнення мети були поставлені наступні задачі:

1. Дослідити теоретичні та практичні напрацювання, що стосуються стратегії розвитку підприємства.

2. Виокремити варіанти реалізації стратегії імпортозаміщення промислового підприємства.

3. Запропонувати найбільш реальний для України вектор експортоорієнтованого розвитку вітчизняного виробництва.

4. Визначити умови ефективного впровадження диверсифікації експорту.

4. Актуалізація імпортозаміщення та диверсифікації експорту вітчизняних підприємств

Виробничі потужності сучасних машинобудівних підприємств використовуються не повно з причини обмеженості збуту основної продукції. Цей фактор впливає на витрати виробництва та ціну останньої. У таких умовах підприємствам машинобудівної галузі необхідно знаходити нові вигідні напрями для диверсифікації своєї діяльності.

У статті розглянуто сектор В2В, де підприємство при виготовленні промислового продукту залежне від багатьох чинників, особливо від постачальників сировини та комплектуючих. Підприємства з неповним виробничим циклом знаходяться в зоні залежності від інших промислових підприємств, тому прийняття рішення стосовно впровадження новітніх стратегій інноваційного розвитку має бути обґрунтованим та фундаментальним, враховувати ризики та сценарії розвитку подій з урахуванням всіх мікро- та макрочинників.

Підприємства, що прагнуть стабільного інноваційного розвитку без впливу зовнішніх обмежень мають збалансувати у своїй діяльності фактори впливу на створення конкурентоспроможного товару, а саме: виробничо-технічна база, сучасні технології, кадри, взаємозв'язок між підприємствами галузі в рамках внутрішнього ринку.

Одним з альтернативних напрямів реалізації потенціалу промислових підприємств є варіант впровадження імпортозаміщення саме у виробничій сфері шляхом витіснення імпортованих комплектуючих зі складу готової продукції. Процес управління товарною політикою промислового підприємства потребує глибокого аналізу існуючої ситуації для прийняття рішення про будь-які зміни в процесі управління асортиментним рядом та послугами суб'єкта господарювання. Особливо це є актуальним на рівні стратегічного планування.

Стратегія імпортозаміщення ґрунтується на тенденціях науково-технічного прогресу, реалізація

якої дозволить зробити істотний внесок у розвиток промислового сектору та послужити підґрунтям виходу з занепаду галузі машинобудування. Формування і реалізація стратегії імпортозаміщення є запорукою підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Тому дане питання набуває з кожним днем все більшої актуальності.

Нестійкі зовнішні умови, що пов'язані з нестабільною політичною та економічною ситуацією в країні, низькою платоспроможністю замовників продукції, значним податковим навантаженням, залежністю вітчизняного виробника від імпортованих поставок та коливань валютних курсів тощо, у яких підприємство здійснює свою господарську діяльність, є передумовою вибору стратегії імпортозаміщення як інструменту захисту та підвищення його конкурентоспроможності на внутрішньому й зовнішньому ринках. Автором виділено напрями реалізації стратегії імпортозаміщення, які рекомендовано застосовувати у випадку, коли підприємство розглядає імпортозаміщення як стратегічний вектор розвитку (рис. 1) [12].

Зайняття стійких позицій на внутрішньому ринку, ефективна система управління розвитком підприємства, модернізація виробничих потужностей, розвиток замкнених виробничих циклів, зниження залежності від валютних коливань та бюрократичного навантаження з боку держави в процесі здійснення своєї діяльності є визначальними факторами формування та реалізації стратегії імпортозаміщення на промисловому підприємстві.

Першопричиною вибору напрямку розвитку підприємства, підвищення його конкурентоспроможності з метою максимізації прибутку підприємства є вплив зовнішнього середовища на галузь та суб'єкт господарювання. Зовнішня система мотивації передбачає підтримку з боку держави, що виражається в системі податкових стимулів, наявності цільових програм, пільговому наданні кредитів, тощо для розвитку бізнесу на засадах імпортозаміщення з метою оптимізації зовнішньоторговельного балансу, захисту внутрішнього ринку та вітчизняного виробника, розвитку експортного потенціалу промисловості.

Класичні моделі стратегічного планування у жорстких умовах конкуренції та при мінливості зовнішнього середовища не дають векторів для підприємства, рухаючись за якими воно зможе досягти необхідних результатів. Тому, важливим стало доопрацювання базових стратегій з урахуванням сучасних процесів.

Новітні підходи до процесу виробництва конкурентоспроможної продукції дозволяють промисловим підприємствам адаптуватися до мінливих умов макросередовища та, в перспективі, вийти на міжнародні ринки збуту.



Рис. 1. Напрями реалізації стратегії імпортозаміщення промислового підприємства

В першу чергу диверсифікація діяльності промислового підприємства дає можливість у формуванні замкнутого циклу виробництва та підвищення конкурентоспроможності продукції та комплектуючих, що випускається підприємством, через здатність до варіації, контролю якості та собівартості. Така стратегія є взаємопов'язуючою, тобто дозволяє знизити ціну продукції та збільшити прибутки.

Для розвитку вітчизняної економіки застосування стратегій диверсифікації підприємствами машинобудівної галузі має велике значення. Новітні стратегії диверсифікації виробництва є інструментом руху капіталу між галузями в рамках однієї держави, забезпечення імпортозаміщення, створення умов демонополізації економічних процесів, створення нових робочих місць, розвитку самого виробництва та оптимізації галузей промислового значення, створення замкнутих циклів виробництва в рамках вітчизняної економіки, зниження ризиків економічного та політичного дисбалансу у світі, залучення інвестицій, необхідних для створення промислових груп та технологічних комплексів. Головними етапами процесу стратегічного управління є:

- визначення бізнесу та місії організації;
- розроблення довгострокової і короткострокової мети;
- розроблення стратегії;
- реалізація стратегії;
- оцінювання та контроль виконання стратегії, коригування попередніх етапів.

Іншим альтернативним напрямом реалізації потенціалу промислових підприємств є диверсифікація експорту. З проблемою подолання залежності від сировинного експорту стикаються багато країн з різним рівнем економічного розвитку. Яскравий приклад – це Венесуела. До 2014 г. основним джерелом надходження грошових коштів у економіку країн були історично високі ціни на нафту і, відповідно, високі доходи, які отримувала країна від її продажу. При цьому уряд не проводив політики диверсифікації експорту, не направляв доходи, отримані від продажу нафти, на розвиток обробної промисловості. У підсумку країна, у якої 96 % експорту складає нафта, стикається з величезними проблемами в період стрімкого зниження цін на нафту на світовому ринку. Бюджетний дефіцит склав 20 % ВВП [13]. Доступ до зовнішніх джерел фінансування був обмежений, і державний борг став зростати. Приватний сектор повністю припинив свою інвестиційну діяльність, споживання з боку приватного сектору різко скоротилося. На сьогоднішній день, Венесуела повністю випала з системи міжнародних економічних відносин.

Сировинна експортна орієнтація обмежує країну у розвитку в інших галузях та концентрує ресурси на добувному секторі. Макроекономічна нестабільність негативно впливає на інвестиційний імідж країни та кількість реалізованих інвестиційних проектів з іноземними інвесторами. У зв'язку з цим розширення експортного кошику сприяє зниженню коливань цін за рахунок різноманітних шляхів отримання експортної виручки.

Так само до теоретичної основи проблеми диверсифікації експорту можна віднести ендогенну модель зростання, запропонованої японським економістом Кімінорі Мацуяма. Ця модель робить акцент на позитивний вплив ефекту «навчання в процесі виробництва» на етапах створення продукту з високою доданою вартістю. Саме в обробній промисловості спостерігається перетікання знань та технологій, що їх слід адаптувати за потребами самих різних галузей.

Також модель описує різні шляхи, які проходить економіка в процесі розвитку експортної диверсифікації. Спочатку, як правило, розвиваються легка промисловість, сільське господарство та добувний сектор. На певній стадії свого розвитку країна починає перенаправляти отримані доходи від продажу сировини на зовнішньому ринку та залучені інвестиції в машинобудування, автомобільну та електронну промисловість, комп'ютерні технології [14].

Яскравим прикладом такої трансформації є Малайзія. Основу диверсифікації Малайзії становила промисловість, що фінансується за рахунок доходів від продажу сировини. Важливо відзначити, що даний процес став стрімко розвиватися не на хвилі зниження світових цін на сировину, а на підставі довгострокової стратегії розвитку економіки країни починаючи з 1957 року, одразу після отримання незалежності від Англії. Учась іноземних інвестицій в Малайзії спочатку сприяли розвитку сільського господарства, а потім перенаправлялись в обробну промисловість і в сферу високих технологій.

Говорячи про диверсифікацію, варто підкреслити, що досить часто мова йде не тільки про розширення експортних товарних статей, але і про диверсифікацію географічних напрямків. Наприклад, у експорті Швейцарії доля ЄС знизилася з 61,0 % у 2008 році до 56,9 % в 2011 році [3]. Це виникло під впливом політики переорієнтації та диверсифікації експорту в бік азійських ринків, а також ринків країн ближнього Сходу.

5. Результати дослідження та обговорення

На сьогоднішній день розробляються різні державні програми, спрямовані на розвиток обробної промисловості, залучення знань і технологій, поліпшення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва. Диверсифікація експорту – дуже тривалий і складний процес, який вимагає проведення кардинальних реформ. Спочатку необхідно вирішити проблеми недофінансування галузей обробної промисловості, відсутності або незначного обсягу інвестицій в людський капітал. Одним з важливих компонентів процесу диверсифікації є розвиток високотехнологічного виробництва, починаючи з імпорту капіталоемної продукції та переходу до поступового заміщення її на українські аналоги, які не поступаються за якістю іноземним оригіналам. Мова йде на про про-

текціонізм з боку держави, а про створення сприятливих умов для розвитку експортного потенціалу підприємств малого та середнього бізнесу, на стимулювання інвестиційної діяльності не тільки з боку іноземних інвесторів, але і з боку національних.

Можна говорити про те, що диверсифікація експорту – це не антикризові програми, а новий курс економічного розвитку країни, від якого відхилитися вже не можна. Важливо враховувати перспективи розвитку не лише підприємств, що мають власні виробничі потужності. Не варто оминати увагою високотехнологічні товари та послуги. На сьогодні спостерігається зростання ринку ІТ. Експортний потенціал ІТ-рішень та цифрових технологій досить високий. Однак, цей ринок може стримувати високі транзакційні витрати, пов'язані з виходом на зарубіжні ринки, а також відсутність компетенцій у керівників компаній щодо продажів у сегменті B2G. Але ці питання буде детально досліджено у наступних публікаціях.

6. Висновки

Необхідно відзначити, що у диверсифікації експорту існує багатий зарубіжний досвід, що відображає втілення теорії в практику, як це досліджено в статті. Але все це принесе певні результати, якщо:

1. Буде вирішено проблему дисбалансу розподілу фінансових ресурсів між секторами економіки.

2. Всі зміни і програми повинні бути сформульовані в рамках єдиної концепції розвитку, в тому числі стійкого економічного та соціального розвитку.

3. Буде реалізовано стратегію імпортозаміщення на промислових підприємствах, що дасть поштовх для міжгалузевого обміну всередині країни, залучення коштів у розвиток виробництва та модернізації технологій тощо.

4. Вже після зміцнення позицій вітчизняних підприємств необхідно застосовувати експортоорієнтовні стратегії діяльності, а саме диверсифікацію експорту – що найбільш реальним напрямом розвитку.

Фінансування

Робота виконана за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної теми «Механізм управління знаннями в системі інноваційного розвитку господарюючих суб'єктів», (№ ДР 0117U002255).

Література

1. Пересадько Г. О. Управління стратегіями диверсифікації промислових підприємств: дис. ... канд. екон. наук. Суми: СумДУ, 2008. 254 с.
2. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2005. 715 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление. Москва: Экономика, 1989. 520 с.
4. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 800 с.
5. Линдерт П. Х. Экономика мирохозяйственных связей / ред. Иванова О. В. Москва: Прогресс, 1992. 514 с.
6. Chenery H., Straut A. Foreign Assistance and Economic Development // American Economic Review. 1966. Vol. 56. P. 679–733.
7. Маркетингові аспекти управління інноваційним розвитком: монографія / ред. Ілляшенко С. М. Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2014. 480 с.
8. Мазаракі А. А., Босовська М. В. Теоретичні та методологічні засади формування інтеграційної стратегії підприємств // Бізнес інформ. 2013. № 7. С. 299–308.

9. Михайлова Л. І., Слабоспицька О. Ю. Оцінка динаміки вектор-структури експорту продукції машинобудування вітчизняними підприємствами // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 2. С. 164–172.
10. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. Москва: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. 892 с.
11. Шипуліна Ю. С. Організаційно-економічні передумови формування інноваційно-сприятливого середовища на підприємстві // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 3. С. 100–113. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_3_100_113.pdf
12. Ващенко Т. В. Організаційно-економічні засади формування стратегії імпортозаміщення промислового підприємства: автореф. ... канд. економічних наук. Суми: СумДУ, 2015. 20 с.
13. Золотова Е. В. Особенности развития сектора электроэнергетики в Боливарианской Республике Венесуэла // Интернет-журнал «Науковедение». 2017. Т. 9, № 2. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/60EVN217.pdf>

*Рекомендовано до публікації д-р екон. наук Божкова В. В.
Дата надходження рукопису 26.07.2018*

Ващенко Тетяна Володимирівна, кандидат економічних наук, асистент, кафедра маркетингу та управління інноваційною діяльністю, Сумський державний університет, вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, Україна, 40007
E-mail: t.kisil321@gmail.com