

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Р. В. Жариков

*ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический
университет», г. Тамбов, Россия*

Рецензент д-р экон. наук, профессор Н. В. Злобина

Ключевые слова: импортозамещение; инновации; кластер; продовольственные товары; стратегии.

Аннотация: Приведена классификация стратегий развития перерабатывающего предприятия: по уровню управления, направленности стратегии фирмы, возрасту рынка и товара, характеру воздействия и развития, выбору направления деятельности, отношению к маркетингу, сфере деятельности. Такая детальная классификация позволила выбрать для предприятия по переработке сельскохозяйственной продукции в качестве инновационной деловую (продуктивно-технологическую) стратегию, а среди частных стратегий экономической стратегии – товарную, что отвечает поставленной руководством страны задаче – формированию инновационной экономики.

В настоящее время сельское хозяйство страны работает в условиях санкций, поэтому импортозамещение стало главной задачей отечественного сельскохозяйственного производства. Новые условия предполагают выбор стратегии развития предприятий по переработке сельскохозяйственной продукции, которая может осуществляться в рамках стратегий, обеспечивающих ей инновационный тип развития и способствующих постоянному лидерству на рынке: получению высокой прибыли, устойчивому финансовому положению, а также конкурентному преимуществу продукции [1]. На выбор типа стратегии влияет множество факторов внешней и внутренней среды.

Сколько ситуаций на рынке, столько может быть и типов стратегий фирм, работающих на этом рынке. Рассмотрим ряд типовых стратегий, наиболее применяемых различными организациями. Типы стратегических планов будут различаться по основным признакам, что позволит их классифицировать:

– по уровню управления: корпоративная; деловая; функциональная; операционная;

Жариков Роман Викторович – доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономический анализ и качество», e-mail: shriad@mail.ru, ТамбГТУ, г. Тамбов, Россия.

- направленности стратегии фирмы: технологическая; продуктовая;
- возрасту рынка и товара: глубокого проникновения; расширения рынка; разработки нового товара; диверсификации;
- характеру воздействия: наступления (атакующая); обороны; отступления;
- характеру развития: ограниченного роста; роста; сокращения; сочетания указанных стратегий по видам деятельности;
- выбору направления деятельности: дифференциации; стоимостного лидерства; концентрации;
- отношению к маркетингу: массовая; товарно-дифференцированная; целевая; оперативная; тотальная и др.;
- сфере деятельности: экономическая; финансовая; инвестиционная.

В зависимости от сферы деятельности экономическая стратегия подразделяется на реализуемую:

1) во внешней сфере: товарная; ценообразование; взаимодействие фирмы с рынками производственных ресурсов; поведение кластера на рынках денег и ценных бумаг; снижение транзакционных издержек; внешнеэкономической деятельности;

2) внутренней среде: снижение производственных издержек; инвестиционная деятельность; стимулирование персонала; предотвращение банкротства; улучшение благосостояния работников и развитие доверительных отношений; публичная ответственность и имидж предприятий; высокий уровень производительности труда на базе технической эффективности и научных исследований и разработок.

Социальная стратегия направлена внутрь фирмы – это повышение социального статуса работников фирмы, улучшение условий труда.

Инвестиционная стратегия предусматривает вложения в инновационное развитие фирмы: внедрение новых товаров; новых технологий; повышение квалификации работников (вложения в человеческий фактор); совершенствование структуры и системы управления.

Самым продолжительным этапом стратегического процесса является реализация стратегии – претворение в жизнь той стратегии, которую выбрало руководство [2]. В условиях модернизации экономики на инновационной основе предприятиям по переработке сельскохозяйственного сырья в условиях импортозамещения необходимо выбирать деловую (продуктивно-технологическую) стратегию, а среди частных стратегий экономической стратегии – товарную и ценообразования. Предприятие обязано постоянно работать над обновлением своей продукции, все новые разработки должны содержать новые решения (новшества); параллельно должны осваиваться новые технологии ее производства [3].

Реализация стратегии делает необходимым принятие системы, используемой для управления организацией и определяющей ценообразование, какие подразделения будут нести ответственность и за что, какие информационные системы понадобятся для контроля за выполнением реализации стратегии, какая потребуется переподготовка рабочей силы и др.

Стратегический план разрабатывается для идеальной ситуации, однако реальность может в большей или меньшей степени отличаться от нее. Поэтому важным элементом любого стратегического плана является разработка варианта действий при ситуации, когда такие отличия станут

слишком велики. Такой вариант применяется в случае необходимости реагировать на важные изменения во внешней среде, которые реально могут возникнуть.

Для успеха внедрения принятой стратегии организация должна иметь определенную структуру, обеспечивающую максимальные возможности для ее реализации. Выработка структуры включает распределение ответственности за выполнение задач и прав на принятие решений в организации. Также необходимо решить, какую структуру должна иметь организация: горизонтальную или вертикальную (централизованное или децентрализованное принятие решений), какой квалификации должны быть ведущие специалисты, так как именно кадры определяют успешное внедрение и реализацию стратегии [4].

Реализация стратегии включает выбор организационного объединения и систем контроля, требует совместных действий и координации между различными подразделениями. Предложим внедрение кластерной структуры управления. При этом головным является перерабатывающее предприятие, а франчайзерами – поставщики сырьевых ресурсов. Организация должна решить, как лучше управлять действиями подразделений, входящих в кластер и ориентированных на инновационную деятельность [5]. При этом инновационная деятельность должна быть непрерывной.

В процессе реализации стратегии могут возникать следующие проблемы:

- несоответствие между стратегией и структурой, и их противодействие;
- нежелание управляющих менять стиль работы и приобретать новые навыки;
- несоответствие новым требованиям систем информации и связи и отсутствие адекватной оценки происходящим изменениям (группа высшего руководства организации не будет в полной мере владеть ситуацией);
- наличие изменений, которые, в свою очередь, содержат неопределенности и риск, они могут вызывать настороженность руководителей, нежелание брать ответственность за принятие рискованных решений на себя [6];
- несоответствие стратегическим целям развития управленческой структуры, действующих в пределах структурной схемы [7].

Стратегическое управление является непрерывным процессом, необходимо его отслеживать и проводить в определенные периоды оценку реализации. Важным условием является выбор соответствующих критериев, которые определяют насколько удачно выбрана стратегия с точки зрения стратегического анализа. Необходимо отметить ее осуществимость, то есть степень трудности и объем усилий для того, чтобы данная стратегия была применена на практике, а также ее приемлемость – определение того, в какой мере результаты применения конкретного стратегического варианта направлены на выполнение миссии организации и достижение ее целей [8].

Для реализации деловой продуктивно-технологической стратегии, позволяющей осваивать инновации, необходима кластерная структура экономики. Глобальная цель (миссия) перерабатывающего предприятия и основа для формирования стратегии развития на инновационной основе –

импортозамещение, чему способствует кластерная структура управления. Кластерная политика в управлении характеризуется тем, что центральное внимание уделяется укреплению взаимосвязей между экономическими субъектами – участниками кластера в целях упрощения доступа к новым технологиям, распределения рисков в различных формах совместной экономической деятельности, совместного использования знаний и основных фондов, ускорения процессов обучения за счет физических контактов специалистов мирового уровня.

Сельскохозяйственный кластер может быть организован по принципу франчайзинга, когда вокруг головного перерабатывающего предприятия объединяются малые (фермеры) и сельскохозяйственные предприятия, поставляющие свою продукцию на головное предприятие: сахарный, маслозаводы и мясокомбинаты и др. Создание таких кластеров способствует развитию малого и среднего бизнеса, так как малые и средние предприятия в этом случае имеют постоянные заказы и сбыт своей продукции.

Предприятия, входящие в кластер могут пользоваться общей производственной инфраструктурой (логистикой, производственными услугами и т.д.), а также инфраструктурой региона по месту расположения предприятия. В кластере предприятия остаются самостоятельными, но они имеют доступ к общему материальному, производственному, интеллектуальному, информационному, трудовому и финансовому потенциалам.

Импортозамещение уже дает свои результаты: Россия в 2014 г. закупила продовольствия в объеме 39,9 млрд долл. США; 2015 – 26,5; ожидаемое в 2016 г. – около 20. Оставшиеся средства направляются на развитие собственного сельского хозяйства в стране. Выпуск тракторов в 2015 г. увеличился на 85 %.

Таким образом, перманентная инновационная деятельность предприятия, обеспечивающая ему конкурентное преимущество на внутреннем и глобальном рынках, возможна при деловой (продуктивно-технологической) стратегии развития предприятия и соответствующей организационной структуре, позволяющей использовать потенциалы всех предприятий, входящих в кластер.

Список литературы

1. Джеффри, Дж. Ф. Конкурентные преимущества в денежном выражении [Электронный ресурс] / Дж. Ф. Джеффри, К. Г. Ричард – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 340 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43663> (дата обращения: 21.04.2017).

2. Брагин, Ю. В. Путь QFD : проектирование и производство продукции исходя из ожиданий потребителей / Ю. В. Брагин, В. Ф. Корольков. – М. : Экономика, 2003. – 240 с.

3. Калмыков, С. М. Организационно-экономическое обеспечение производства продукции сельского хозяйства : монография [Электронный ресурс] / С. М. Калмыков, И. Н. Успенская. – М. : Московский гуманитарный университет, 2014. – 175 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22453> (дата обращения: 21.04.2017).

4. Модель роста производительности труда персонала на промышленном предприятии / М. В. Ершова [и др.] // Организатор производства. – 2015. – № 2(65). – С. 66 – 75.

5. Жариков, В. В. Основы бизнес-планирования в организации : учеб. пособие / В. В. Жариков, В. Д. Жариков, В. В. Безпалов. – 2-е изд. – М. : КноРус, 2016. – 200 с.

6. Внешнеторговая политика и конкурентоспособность Республики Беларусь [Электронный ресурс] / А. Е. Дайнеко [и др.]. – Минск : Белорусская наука, 2014. – 228 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29433> (дата обращения: 21.04.2017).

7. Кузин, Б. И. Методы и модели управления фирмой : [Планирование производства. Анализ финансовой деятельности. Исследование рынка] / Б. И. Кузин, В. Н. Юрьев, Г. М. Шахдинаров. – СПб. : Питер, 2001. – 432 с.

8. Ляндау, Ю. В. Стратегическое управление процессно-ориентированными организациями : монография [Электронный ресурс] / Ю. В. Ляндау. – М. : Палеотип, 2013. – 152 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48698> (дата обращения: 21.04.2017).

References

1. Dzheffri Dzh.F., Richard K.G. *Konkurentnye preimushchestva v denezhnom vyrazhenii* [Competitive advantages in monetary terms], Moscow: Al'pina Publisher, 2016, 340 p., available at: <http://www.iprbookshop.ru/43663> (accessed: 21 April 2017). (In Russ.)

2. Bragin Yu.V., Korol'kov V.F. *Put' QFD : proektirovanie i proizvodstvo produktii iskhodya iz ozhidanii potrebitelei* [The way of QFD: design and production based on customer expectations], Moscow: Ekonomika, 2003, 240 p. (In Russ.)

3. Kalmykov S.M., Uspenskaya I.N. *Organizatsionno-ekonomicheskoe obespechenie proizvodstva produktii sel'skogo khozyaistva : monografiya* [Organizational and economic support for the production of agricultural products: monograph], Moscow: Moskovskii gumanitarnyi universitet, 2014, 175 p., available at: <http://www.iprbookshop.ru/22453> (accessed: 21 April 2017). (In Russ.)

4. Ershova M.V., Zharikov V.D., Zharikov R.V., Zharikov V.V. [The Model of Labour Productivity Growth of the Industrial Company Staff], *Organizator proizvodstva* [The organizer of production], 2015, no. 2(65), pp. 66-75. (In Russ., abstract in Eng.)

5. Zharikov V.V., Zharikov V.D., Bezpalov V.V. *Osnovy biznes-planirovaniya v organizatsii : uchebnoe posobie* [Fundamentals of business planning in the organization: a tutorial], Moscow: KnoRus, 2016, 200 p. (In Russ.)

6. Daineko A.E., Medvedev V.F., Vertinskaya T.S., Beresnev D.V., Abramchuk N.A., Shvedko P.V., Chervinskii E.A., Mochalov M.E., Trubitsyna E.V., Khorobrykh E.V. *Vneshnetorgovaya politika i konkurentosposobnost' Respubliki Belarus'* [Foreign trade policy and competitiveness of the Republic of Belarus], Minsk: Belorusskaya nauka, 2014, 228 p., available at: <http://www.iprbookshop.ru/29433> (accessed: 21 April 2017). (In Russ.)

7. Kuzin B.I. Yur'ev V.N., Shakhdinarov G.M. *Metody i modeli upravleniya firmoi : [Planirovanie proizvodstva. Analiz finansovoi deyatel'nosti. Issledovanie rynka]* [Methods and models of company management: [Production planning. Analysis of financial activities. Market research]], St. Petersburg: Piter, 2001, 432 p. (In Russ.)

8. Lyandau Yu.V. *Strategicheskoe upravlenie protsessno-orientirovannymi organizatsiyami : monografiya* [Strategic management of process-oriented organizations: monograph], Moscow: Paleotip, 2013, 152 p., available at: <http://www.iprbookshop.ru/48698> (accessed: 21 April 2017). (In Russ.)

Import Substitution of Food Products in Innovative Economy

R. V. Zharikov

Tambov State Technical University, Tambov, Russia

Keywords: cluster; food products; import substitution; innovations; strategy.

Abstract: The strategies for the development of processing enterprises have been classified by the level of management, the company strategy orientation, the age of the market and goods, the nature of influence and development, the choice of activity, the relation to marketing, the type of industry. Such a detailed classification made it possible to select a business (product-technology) strategy as an innovation strategy for an agricultural processing enterprise, and a commodity strategy as part of the economic strategy. This meets the task set by the country's leadership – the formation of an innovative economy.

© Р. В. Жариков, 2017