

ПОЛІТИКА ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

БОЛОТНА О. В., ЛАРИНА Т. Ф.

УДК 339.565

Болотна О. В., Ларіна Т. Ф. Політика імпортозаміщення як фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України

Стаття присвячена аналізу макроекономічних параметрів проведення політики імпортозаміщення в Україні в контексті підвищення її конкурентоспроможності з акцентом на діалектичному взаємозв'язку загальних показників конкурентоспроможності з питаннями розробки маркетингової концепції товару національними товаровиробниками.

Ключові слова: імпортозаміщення, конкурентоспроможність, макроекономічні параметри, маркетингова концепція.

Бібл.: 7.

Болотна Оксана Владимірівна – кандидат економічних наук, доцент, кафедра маркетингу та менеджменту ЗЕД, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: kandidat_market@mail.ru

Ларіна Тетяна Федорівна – кандидат економічних наук, доцент, кафедра гуманітарних та економічних дисциплін, Харківський національний університет внутрішніх справ (пр. 50-річчя СРСР, 27, Харків, Україна)

УДК 339.565

UDC 339.565

Болотная О. В., Ларина Т. Ф. Политика импортозамещения как фактор повышения конкурентоспособности экономики Украины
Статья посвящена анализу макроэкономических параметров проведения политики импортозамещения в Украине в контексте повышения её конкурентоспособности с акцентом на диалектической взаимосвязи общих показателей конкурентоспособности с вопросами разработки маркетинговой концепции товара национальными товаропроизводителями.

Ключевые слова: импортозамещение, конкурентоспособность, макроэкономические параметры, маркетинговая концепция.

Библ.: 7.

Болотная Оксана Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра маркетинга и менеджмента ВЭД, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)

E-mail: kandidat_market@mail.ru

Ларина Татьяна Федоровна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра гуманитарных и экономических дисциплин, Харьковский национальный университет внутренних дел (пр. 50-летия СССР, 27, Харьков, Украина)

Bolotnaya O. V., Larina T. F. The Policy of Import Substitution as a Factor of Competitiveness of Economy of Ukraine

This article analyzes the macroeconomic parameters of the import substitution policy in Ukraine in the context of improving its competitiveness with an emphasis on the dialectical relationship of common indicators of competitiveness of the problems of developing the marketing concept by national producers of goods.

Key words: import substitution, competitiveness, macroeconomic parameters, marketing concept.

Bibl.: 7.

Bolotnaya Oksana V.– Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Management and Marketing of Foreign Trade Activities, V. N. Karazin Kharkiv National University (pl. Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: kandidat_market@mail.ru

Larina Tatyana F.– Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of of Humanitarian and Economic Disciplines, Kharkiv National University of Internal Affairs (pr. 50-richchya SRSR, 27, Kharkiv, Ukraine)

Сьогодні представники влади, бізнесу та науковці широко обговорюють необхідність та можливість реалізації в Україні політики імпортозаміщення, під якою розуміють комплекс заходів і методів сприяння створенню в країні власних виробництв продукції, що переважно імпортується, для досягнення соціальних, політичних та економічних цілей країни [1]. Особлива активність в дискутуванні проблем імпортозаміщення належить представникам влади, серед них: Азаров М., Горбаль В., Кінах А. тощо [2].

Метою представленої статті є дослідження макроекономічних параметрів проведення політики імпортозаміщення в Україні в контексті підвищення її конкурентоспроможності з акцентом на діалектичному взаємозв'язку загальних показників конкурентоспроможності з питаннями розробки маркетингової концепції товару національними товаровиробниками.

Аналіз глобальної економічної системи дозволяє зробити висновок про те, що найвищі темпи зростання виробництва і накопичення продуктивного капіталу демонструють країни нетто-експортери, серед яких Саудівська Аравія, ОАЕ, Японія, Китай, Індія, Тайвань тощо. У свою черг у, відмітимо розгортання кризових явищ усередині групи країн нетто-імпортерів, серед яких чимало країн ЄС, США. Отже, намагання побудувати конкурентоспроможну, самодостатню економіку в Україні відповідає викликам часу, а також такій вимозі економічної безпеки, як стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз. Фактором, що свідчить на користь реалізації політики імпортозаміщення, є статистична інформація. Так, поряд із високою залежністю української економіки від імпорту енергоносіїв негативний вплив на зовнішньоторговельний баланс країни здійснює імпортування машин, устаткування, механізмів і транспортних засобів, обсяг якого склав у 2010 р. 12,7 млрд дол. (май-

же 21%) та імпорт хімічної продукції обсягом 10,1 млрд дол. (16,7%). Українська промисловість виявилася неспроможною відвоювати втрачені ринки електричних машин і устаткування (обсяг імпорту – 3,6 млрд дол.) та протистояти експансії імпортерів легкових автомобілів (1,7 млрд дол.) [3].

Грошово-кредитна політика та політика обмінного курсу в Україні не відповідають меті стимулювання експорту. При високій інфляції укріплення курсу гривні розширює імпорт і подавляє експорт. Підтримується практика «незаробленого споживання». Так, у 2010 р. доходи громадян у % до ВВП склали 100,6, у першому кварталі 2011 р. – 101,2, у той час як у Китаї протягом 2000-х років сукупні доходи громадян не перевищували 65% ВВП країни [4]. «Життя в борг» фінансувалося за рахунок міжнародних кредитів. У 2010 р. обсяг позик з-за кордону склав 8 млрд дол., у січні – червні 2011 р. 4,3 млрд дол. Державний борг України складає (за оцінками спеціалістів держдепартаменту США) 760 млрд грн [5]. Звичайно, ця цифра значно менша, ніж обсяг державної заборгованості в США, який перевищив 100% від внутрішнього валового продукту країни і дорівнює 14,58 трлн дол. [6]. США, як і Україна відноситься до групи країн нетто-імпортерів, однак унікальність положення зазначеної країни полягає в тому, що її валюта є світовою. Однак ситуація, яка склалася у США, наочно демонструє хибність політики стимулювання імпорту.

Як шляхи вирішення проблеми імпортозаміщення української економіки розглядаються: визначення пріоритетних напрямків розвитку галузей національного господарства з відповідною їм підтримкою з боку держави; розвиток імпортозаміщуючих виробництв з майбутньою їх орієнтацією на експорт; структурна перебудова підприємств і їх технологічних процесів; підвищення конкурентоздатності вітчизняної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках тощо. Конкурентоздатність визначається, перш за все, рівнем інноваційно-технологічного розвитку, темпами і пропорціями оновлення структури виробництва товарів та послуг

Для досягнення позитивного результату на шляху імпортозаміщення в Україні, яка знаходиться на 82-й позиції в рейтингу конкурентоспроможності, необхідні, по-перше, політична воля, по-друге – значні кошти. Результативність проведення структурної трансформації в Україні безпосередньо залежить від відповідності інтересів влади і суспільства, а також від дієвості системи державного управління як механізму ігнорування або задоволення потреб обох сторін. Особливість національної соціально-економічної системи полягає в тому, що бюрократія генерує в переважній більшості дестабілізаційні для реалізації суспільних інтересів процеси і змінити цю тенденцію є вкрай нелегким завданням.

Суттєвою перепорою для розвитку національної економіки є низька інноваційна активність вітчизняного виробничого сектору. Падіння платоспроможного попиту на науково-технічну продукцію, з одного боку, є потужним індикатором сучасного кризового стану інноваційної системи, з іншого – має суттєвий негативний

вплив на формування можливостей інноваційного розвитку України.

Ситуація з міжнародними інвестиціями прямо співвідноситься зі стабільно несприятливою внутрішньою економічною ситуацією в Україні, а також погіршується загостренням боротьби на міжнародному ринку капіталу внаслідок розгортання кризових явищ в Європейському союзі і США. Довгострокові чисті прямі іноземні інвестиції в Україну скорочуються: 10,9 млрд дол.– у 2008 р., 4,8 млрд дол.– у 2009 р. і в 2010 р., 1,8 млрд дол.– за шість місяців 2011 р. без урахування продажу «Укртелекому» [7]. Домінування на інвестиційному ринку короткострокових угод щодо використання іноземних капіталів має потенціал поглиблення кризи, оскільки інвестор швидко вилучає активи в разі загрози втрати їх вартості.

Ефективна реалізація політики імпортозаміщення в Україні як необхідного фактора передбачає розробку маркетингових програм забезпечення конкурентоспроможності продукції для кожної групи товарів на всіх підприємствах, що будуть реалізовувати визначені макроекономічні завдання. Конкурентоспроможність товару – поняття відносне, її можна і необхідно прогнозувати в процесі аналізу самого товару у порівнянні з конкурентним, що дозволить відповісти на питання, чи відповідає в даний момент вироблена продукція технічному рівню і якісним вимогам споживачів, а також оцінити конкурентоспроможність продукції в результаті комплексного дослідження ринку.

Маркетингова концепція товару зводиться до комплексу значущих для споживача властивостей товару – функціональні, естетичні характеристики, престиж, який покупець оцінює і готовий придбати за певною ціною і в певній кількості.

Кожен продукт або послуга цінні настільки, наскільки вони можуть задовольняти потреби споживача, тому в усіх показниках, що характеризують той чи інший продукт або послугу, використовується об'єктивні та суб'єктивні, кількісні та якісні параметри, які більшою чи меншою мірою відбивають рівень задоволення потреб. Чим вищий цей рівень, тим більш конкурентоспроможний продукт випускає підприємство. Отже, споживацька цінність, або корисність, формує атрибути товару, ті показники, які є суб'єктивними для людини.

Розрізняють окремі групи параметрів конкурентоспроможності: технічні, нормативні (різних типів), комерційні.

До групи технічних параметрів, використовуваних для оцінювання конкурентоспроможності, зазвичай відносять: показники призначення; надійності; ергономічності; естетичні показники тощо.

Технічні група показників конкурентоспроможності товарів – показники дуже гнучкі і динамічні. Вони постійно змінюються відповідно до темпів науково-технічного прогресу, що відбувається як усередині країни, так і у ведучих світових виробників тієї чи іншої продукції.

Нормативні параметри характеризують властивості товару, регламентовані обов'язковими нормами, стандартами і законодавством ринків майбутнього про-

дажу. Основні вимоги споживачів до технічних показників знаходять висвітлення в національних і міжнародних стандартах.

До основних показників, що визначають комерційні параметри конкурентоспроможності товарів, відносяться: цінові показники; показники, що характеризують умови постачань і платежів за товари; показники, які визначають особливості діючої на ринку виробників і споживачів податкової і митної системи; показники, що відбивають ступінь відповідальності продавців за виконання зобов'язань і гарантій.

Рівень ціни виробництва безпосереднім чином визначає цінову конкурентоспроможність товару. Зрозуміло, що чим нижче цей рівень, тим, за інших рівних умов, вище конкурентоспроможність виробленої продукції на ринку і, виходить, переконливіше позиції її виробника в суперництві з іншими. І навпаки, більш високий рівень ціни знижує цінову конкурентоспроможність товарів, зводячи її нерідко до нуля. З урахуванням даних умов і формується цінова політика в боротьбі за підвищення конкурентоспроможності вироблених товарів.

Така ж картина проглядається і з виконанням умов постачань і платежів. Чим ці умови більш гнучкі, чим більш вони відповідають інтересам покупців, тим переважніше товар у конкурентному суперництві з іншими аналогічними товарами на ринку. У першу чергу це стосується термінів і форм постачань товарів і пропонованого продавцем розмаїття форм розрахунків і платежів за здійснювані постачання.

Також прямо впливає на конкурентоспроможність прийняті на себе виготовлювачем товару гарантії і відповідальність за виконання зобов'язань з постачання у встановлений термін товарів високої якості і надійності.

Організаційні умови придбання і використання товару споживачами забезпечують реальне виконання комерційних показників його конкурентоспроможності. До них належать: забезпечення максимально можливого наближення продавців товару до покупців, що впливає на зниження витрат звернення і, відповідно, на рівень його ціни; доставка товару до місць споживання не тільки великим оптом-транзитом, але і дрібними партіями через складські підприємства. В основі економічної доставки товарів лежить уміння грамотне користуватися транспортними статутами, кодексами, правилами перевезень, транспортними тарифами й іншими основними документами в цій галузі; розширення післяпродажного сервісу, що робиться споживачам з гарантійним і після-гарантійним обслуговуванням.

Конкурентна боротьба, у підсумку, зводиться до того, що з двох рівнозначних товарів вибирають той, що дешевше, а з двох товарів за однаковою ціною – той, що якісніше. Отже, на стадії розробки товару на підприємствах, що будуть реалізовувати політику імпортозаміщення, слід враховувати необхідність забезпечення параметрів конкурентоспроможності з метою завоювання ринку збуту, який на сьогодні зайнятий імпортними товарами. Обмеження ж конкуренції для національного виробника штучними методами є неприйнятною лінією поведінки для України як для члена СОТ.

ВИСНОВКИ

Пріоритетними напрямками реальної (а не декларативної) реалізації політики імпортозаміщення, на наш погляд, мають стати:

- ✦ забезпечення економічних, політичних свобод і прав бізнесу;
- ✦ створення конкурентного середовища;
- ✦ гарантування рівного доступу усіх суб'єктів господарювання до ресурсів;
- ✦ адекватна грошово-кредитна політика;
- ✦ сприятливі умови і ставки оподаткування;
- ✦ гарантії прав власності та авторських прав;
- ✦ викорінення практики лобіювання галузевих інтересів з метою перерозподілу бюджетних коштів на власну користь. Пріоритетність має визначатися не клановими, а загальнонаціональними інтересами;
- ✦ стимулювання ринкового попиту на інновації, зокрема, шляхом розширення державного замовлення на інноваційну продукцію в рамках реалізації пріоритетних програм енергозбереження та інформатизації;
- ✦ створення регіональної інфраструктури міжнародних інвестицій;
- ✦ простота та прозорість правових процедур тощо;
- ✦ розробка маркетингової концепції товару для кожної групи продукту, що буде виготовлятися на підприємствах, які стануть пріоритетними в реалізації політики імпортозаміщення. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mager.org/uk/novini/programa-politiki-importozamischennya>
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.meta.ua/ua/metka:імпортозаміщення/>
3. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.rbc.ua/ukr/top/show/klyuev-importozameshchenie-do-2015-goda-mozhet-dat-pozitivnoe-12092011171900>
4. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publication/2011/09/29/299948/>
5. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publication/2011/09/29/299948/>
6. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.rbc.ua/ukr/top/show/gosdolg-ssha-prevysil-100-ot-vvp-04082011165800>
7. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publication/2011/09/29/299948/>