
РАЗВИТИЕ ИМПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ ПОТОКАМИ

Прижигалинская Татьяна Николаевна, д-р экон. наук, проф.

Терновский Денис Сергеевич, д-р экон. наук, доц.

Матвеева Ольга Петровна, канд. экон. наук, доц.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, ул. Садовая 116а,
Белгород, Россия, 308023; e-mail: ternovsky@mail.ru

Цель: обобщение теоретических положений и разработка методических рекомендаций по развитию импортной деятельности организаций с учетом изменения конъюнктуры мирового рынка отдельных товаров. *Обсуждение:* развитие импортной деятельности организации рассматривается как процесс замещения объема закупок товаров, попадающих под внешнеторговые ограничения, аналогичной продукцией при сохранении или увеличении доли рынка. Аналитическим инструментом реализации указанного подхода выступает предлагаемая матрица стратегического анализа, в которой детерминантами выступают доля рынка и уровень импортной продукции в объеме закупок товаров торговой организации. Секторы предлагаемой матрицы характеризуют выбранную стратегию импортозамещения торговой организации и эффективность ее реализации. *Результаты:* обоснован комплексный подход к теоретико-методологическому исследованию развития импортной деятельности, доказана необходимость расширения методов регулирования внешнеторговой деятельности в сторону использования маркетинговых инструментов управления товарными потоками, обоснована целесообразность применения адаптированного к импортной деятельности организации метода построения стратегических матриц, рекомендованы стратегии развития импортной деятельности организации, охватывающие стратегии импортозамещения и расширения внешнеторговой деятельности.

Ключевые слова: внешняя торговля, импортная деятельность, стратегические матрицы, стратегия.

DOI: 10.17308/meps.2015.10/1308

Введение

Настоящий этап развития национальной экономики происходит в условиях глобализации товарных рынков и усиления конкурентной борьбы на них, что обуславливает необходимость активизации деятельности во внешнеэкономической сфере всех участников данного процесса. Конструктивное участие нашей страны в международном разделении труда сопряжено с наращиванием объемов несырьевого экспорта и сокращением импорта, в частности продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья (импортозамещением), что предусматривает необходимость совершенствования государственного регулирования экспортно-импортной деятельности, направленного на повышение эффективности проведения внешнеэкономических операций и создание наиболее благоприятных условий для развития внешней торговли товарами.

В настоящее время в нашей стране регулирование внешней торговли товарами, обуславливающее уровень поддержки внешнеэкономических операций, осуществляется в основном с использованием совокупности тарифных и нетарифных методов. В этой связи активизация внешней торговли товарами с учетом мировых тенденций и существующих реалий связана с постепенной трансформацией составляющих элементов действующего механизма регулирования и поддержки внешнеэкономических операций в сторону расширения экономических методов управления экспортно-импортными потоками. Успешная деятельность хозяйствующих субъектов, осуществляющих внешнеэкономические операции, требует не только эффективной интеграции в мирохозяйственные процессы, но и активного применения и постоянного развития методов маркетинга. С учетом использования инструментов маркетинга модификация внешнеэкономической концепции данных хозяйствующих субъектов должна быть направлена на завоевание более высокой доли рынка.

Исследование проблемы с эволюционной точки зрения позволило сделать вывод о том, что изначально вопросы таможенного регулирования и таможенного тарифа в экономической литературе рассматривались в рамках общеэкономических проблем. Рассматриваемые фрагментарно вопросы развития внешнеэкономических отношений, политических и экономических аспектов таможенной системы, причин и следствий изменений таможенно-тарифной политики впоследствии трансформировались в специальные исследования деятельности таможенных органов России, которые охватывали различные стороны проблемы: теоретические (А.Н. Козырин и др.), экономические (П.А. Хромов и др.), внешнеполитические (Е.В. Тарле и др.), уголовно-правовые (С.Ю. Иванова и др.). В современных условиях протекционизм воплощается в импортной товарной политике государства, которая реализуется в условиях глобализации, содержание которой и характер воздействия на развитие различных стран изложены в контексте раскрытия проблем и перспектив данного процесса, влияния глобализации на национальные интересы России и ее внешние экономические связи.

В условиях продолжающегося процесса глобализации мировой экономики, углубления международного разделения труда усиление вмешательства государства во внешнеэкономическую деятельность обусловлено необходимостью расширения внешнеторговых функций организаций и их зависимостью, как и от экономики в целом, так и от международных масштабов интернационализации и кооперации производства, от состояния внешних рынков, разнообразия мер регулирования в отдельных странах.

Современные российские экономисты, взгляды которых обобщены в концепции выборочного протекционизма, считают необходимым ограничивать ввоз одних товаров и стимулировать импорт других, исходя из наличия точек роста национальной экономики, с учетом социальной значимости отдельных видов экономических отношений и требований обеспечения эффективности общественного производства.

Одним из основных препятствий на пути дальнейшего развития импортной деятельности организаций являются многочисленные рискообразующие факторы, обусловленные: неопределенностью в развитии мировых товарных рынков; недостаточным развитием транспортной инфраструктуры; многочисленными политическими рисками, связанными с неопределенностью политической обстановки в нашей стране и странах контрагентов; недостаточно активным использованием инструментов маркетинга при прогнозировании потребительского спроса.

Следовательно, в настоящее время назрела необходимость разработки методических рекомендаций по использованию различных инструментов управления импортной деятельностью с целью повышения ее эффективности и обеспечения конкурентоспособности отечественных предприятий на рынках товаров и услуг.

Целью исследования является обобщение теоретических положений и разработка методических рекомендаций по развитию импортной деятельности организаций с учетом изменения конъюнктуры мирового рынка отдельных товаров.

Методология

По нашему мнению, исследование импортной деятельности организации и направлений ее развития находится на стыке различных научных направлений, охватывающих теоретические и практические аспекты импортной политики государства, институциональных основ данного вида внешнеторговой деятельности, работы таможенных органов, внешнеторговой стратегии организации, осуществляющей импорт товаров. В настоящей работе предпринята попытка осуществить комплексный подход к обоснованию теоретических основ исследования импортной деятельности организаций, осуществляющих внешнеторговую деятельность, который будет выступать научным базисом разработки методических рекомендаций по ее дальнейшему развитию (рис. 1).

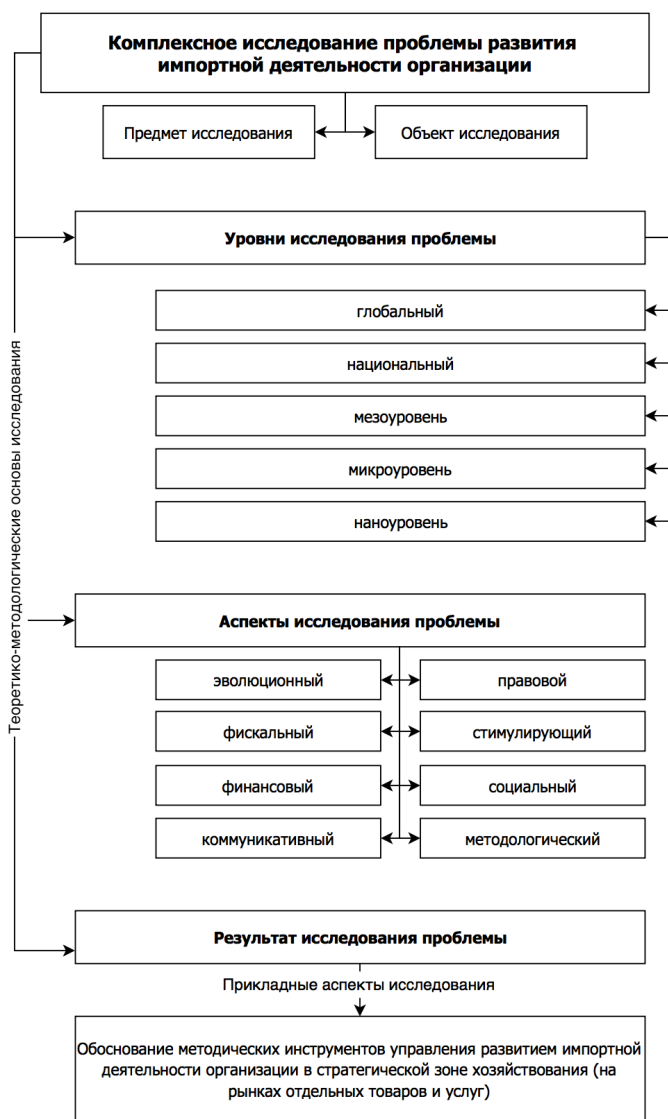


Рис. 1. Концептуальные основы научного исследования развития импортной деятельности организации

Согласно предложенной схеме предметом исследования является совокупность отношений, возникающих в процессе развития импортной деятельности организаций, а в качестве объекта научного исследования выступают организации, осуществляющие внешнеторговую деятельность в рамках реализации внешнеторговой политики государства.

Выдвигая в качестве приоритетного комплексный подход к исследуемой проблеме, мы предлагаем проводить наше исследование в рамках двух выделенных проекций. Первая проекция затрагивает уровни исследования проблемы развития импортной деятельности организаций, традиционно представляющих собой микроэкономический уровень исследования. Однако специфика осуществления данного вида деятельности предполагает

необходимость исследования как в плоскости, представляющей собой так называемую надстроечную базу для осуществления импортной деятельности хозяйствующим субъектом микроуровня (глобальный, национальный и мезоуровень), так и с учетом наноуровня, то есть уровня конечного потребления, так как именно импортная деятельность направлена на максимизацию индивидуального благосостояния граждан страны и в конечном итоге улучшение уровня жизни российского населения.

С точки зрения выдвигаемых нами аспектов рассмотрения проблемы развития импортных операций следует отметить, что их круг предопределен: во-первых, объективными императивами деятельности организаций, выступающих в качестве объекта исследования (эволюционный, правовой, фискальный, социальный); во-вторых, необходимостью поиска приоритетных направлений развития данного вида деятельности (финансовый, стимулирующий, коммуникативный); в-третьих, целью нашего исследования в части разработки методических рекомендаций по использованию инструментов управления развитием импортной деятельности в стратегических зонах хозяйствования.

Обсуждение результатов

Инструменты управления развитием импортной деятельности организацией весьма обширны и охватывают как различные процедуры, так и организационные структуры. В экономической литературе наиболее распространенным является мнение о том, что для оптимизации импортных потоков в России сегодня необходимо: снижение уровня тарифных и нетарифных ограничений; упрощение таможенных процедур на основе роста уровня информатизации; совершенствование законодательного обеспечения внешнеторговой деятельности.

Необходимо также заметить, что с точки зрения организации-импортера импортная сделка никогда не является итоговой операцией, так как конечная цель импорта – это получение прибыли конкретной организацией от перепродажи товаров или от реализации собственной продукции, изготовленной с использованием иностранного оборудования и т.п., обеспечивающей ее конкурентоспособность как на внутреннем, так и на внешнем рынке. В этой связи актуализируется задача исследования конкурентной среды, решение которой возможно только с помощью маркетинговых инструментов управления развитием импортной деятельности организаций, позволяющих оценить перспективность рыночных позиций наряду с угрозами и благоприятными перспективами. Указанные маркетинговые инструменты основываются на идее рассмотрения процессов закрепления на рынке в динамике. Теоретической базой этой идеи может служить концепция БКГ, как наиболее приемлемый инструмент стратегического анализа и прогнозирования организаций, осуществляющих торговлю тем или иным видом товара, так как для импорта сырья более приемлемой выступает концепция жизненного цикла.

В условиях резкого изменения конъюнктуры рынка, вызванного воздействием внешних, по отношению к торговой организации, факторов возникает проблема совершенствования закупочной деятельности, призванной обеспечить рост конкурентных преимуществ субъектов рынка. По нашему мнению, совершенствование закупочной деятельности должно быть направлено на замещение объема закупок товаров, попадающих под внешнеторговые ограничения, товарами отечественного производства при сохранении или увеличении доли рынка. Аналитическим инструментом реализации указанного подхода выступает предлагаемая матрица стратегического анализа, в которой детерминантами выступают доля рынка и уровень импортной продукции в объеме закупок товаров торговой организации. Секторы предлагаемой матрицы характеризуют выбранную стратегию импортозамещения торговой организации и эффективность ее реализации (рис. 2).

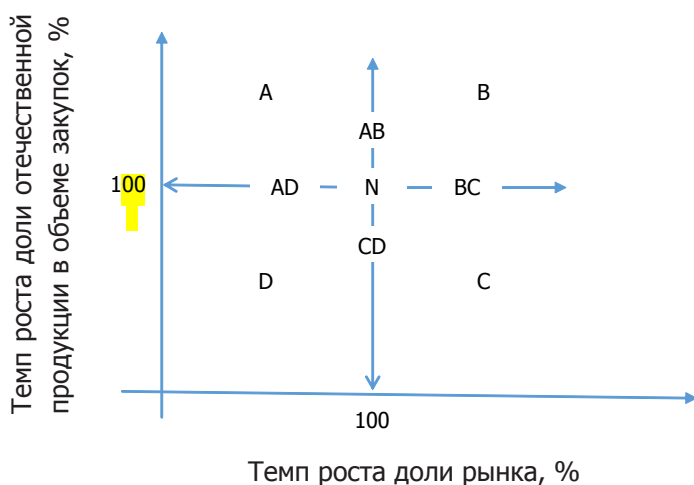


Рис. 2. Стратегическая матрица внешнеторговой конъюнктуры закупок торговой организации

Предлагаемая стратегическая матрица внешнеторговой конъюнктуры закупок торговой организации представлена как секторами, которые характеризуют одновременное изменение занимаемой доли рынка и уровня отечественной продукции в общем объеме закупок торговой организации, так и векторами изменения одного из измерений матрицы при фиксированном значении другого измерения.

Построение и использование предлагаемой матрицы может выступать с одной стороны, как аналитический инструмент стратегического планирования внешнеторговой деятельности организации в условиях активного использования ее тарифных и нетарифных ограничений, а с другой – как инструмент ретроспективного анализа динамики конкурентных преимуществ и результатов их использования. Другими словами, матрица внешнеторговой конъюнктуры закупок торговой организации позволяет либо определить будущую стратегию закупок организации в условиях изменения внешнеторговых ограничений, либо сопоставить достигнутые результаты деятельности

организации с набором типовых стратегий в целях оценки эффективности управленческих решений.

С учетом содержания матрицы внешнеторговой конъюнктуры закупок торговой организации и выделенных направлений ее использования мы определили содержание возможных стратегий деятельности торговой организации, сгруппировав их по отношению к достигаемой рыночной эффективности и направленности внешнеторговой деятельности (табл.).

Таблица

Классификация и состав стратегий деятельности торговой организации, определяемых в соответствии с матрицей внешнеторговой конъюнктуры товарных закупок

Сектор/Вектор	Группировка стратегий по рыночной эффективности	Группировка стратегий по направленности внешнеторговой деятельности	Стратегия
AB	Рыночно-нейтральные стратегии	Стратегия импортозамещения	Стратегия вынужденного импортозамещения
CD		Стратегия расширения внешнеторговой деятельности	Стратегия вынужденного расширения внешнеторговой деятельности
AD	Стратегия сокращения рыночной доли	Стратегии нейтрального замещения	Стратегия ухода с рынка, не связанного с конъюнктурой внешнеторговой деятельности
BC	Стратегия роста рыночной доли		Стратегия роста на рынке, не связанного с конъюнктурой внешнеторговой деятельности
A	Стратегия сокращения рыночной доли	Стратегия импортозамещения	Стратегия недостаточного импортозамещения
B	Стратегия роста рыночной доли	Стратегия импортозамещения	Стратегия превентивного импортозамещения
C	Стратегия роста рыночной доли	Стратегия расширения внешнеторговой деятельности	Стратегия эффективного расширения внешнеторговой деятельности
D	Стратегия сокращения рыночной доли	Стратегия расширения внешнеторговой деятельности	Стратегия неэффективного расширения внешнеторговой деятельности

Формат предлагаемой матрицы предусматривает использование темпов роста ее проекций. Таким образом, исходной точкой отсчета выступает базисное состояние торговой организации в точке N, относительно которой определяется относительный прирост рыночной доли и уровня отечественной продукции в общем объеме закупок.

Стратегии деятельности торговой организации, определяемые векторами AB и CD, ортогональными оси абсцисс по своему отношению к рыночной эффективности, являются рыночно-нейтральными, поскольку их реализация не ведет к изменению рыночной доли. При этом, в случае если

стабильная рыночная доля наблюдается при росте уровня отечественной продукции в объеме закупок, наблюдается стратегия вынужденного импортозамещения, а в противном случае – стратегия вынужденного расширения внешнеторговой деятельности. При характеристике этих стратегий мы исходим из того, что изменение соотношения внутренних закупок и закупок на внешних рынках, не приводящее к изменению рыночной доли, является для торговой организации вынужденным и определяемым экзогенными факторами, одинаково воздействующими на всех участников рынка. При этом организация не принимает управленческие решения, вероятностный результат реализации которых может как сформировать конкурентные преимущества, так и негативно повлиять на ее деятельность. По своей сути описанные стратегии позволяют организации пассивно следовать за изменениями ограничений внешнеторговой деятельности.

В свою очередь, стратегии, соответствующие векторам AD и BC, ортогональным оси ординат, являются стратегиями нейтрального замещения, поскольку изменение рыночной доли не сопровождается изменением уровня отечественной продукции в общем объеме закупок торговой организации. Очевидно, что данные стратегии реализуются в условиях стабильности регулирования внешнеторговой деятельности и могут быть описаны при помощи классических инструментов стратегического планирования.

Сектору А соответствует стратегия недостаточного импортозамещения, при которой положительный прирост уровня отечественной продукции в общем объеме закупок торговой организации сопровождается потерей доли рынка. Данная ситуация возможна как в случае усиления внешнеторговых ограничений, так и в случае их ослабления. При усилении внешнеторговых ограничений рассматриваемый сектор матрицы характеризует недостаточный уровень замещения импортных товарных ресурсов отечественными, отставание темпов указанного замещения от характеристик конкурентов на товарном рынке. Ослабление внешнеторговых ограничений также может обусловить снижение доли рынка при росте уровня отечественной продукции в объеме закупок, что означает инерционную политику закупок, слабо реагирующую на изменение конъюнктуры внешнеторговой деятельности.

Сектору В соответствует стратегия превентивного импортозамещения, при реализации которой наблюдается как рост уровня отечественной продукции в общем объеме закупок, так и связанный с этим рост доли рынка. Реализация данной стратегии связана с опережающими действиями торговой организации, разрабатывающей альтернативные источники закупки товарных ресурсов, доступность которых не зависит от изменений внешнеторговой конъюнктуры.

Стратегия эффективного расширения внешнеторговой деятельности, соответствующая сектору С предлагаемой матрицы, может быть реализована в случае ослабления внешнеторговых ограничений и связана с диверсификацией источников товарных ресурсов, позволяющей более полно

удовлетворять потребности клиентов, следствием чего выступает рост доли рынка. В то же время если снижение уровня отечественной продукции в объеме закупок сопровождается снижением доли рынка (сектор D предлагаемой матрицы), можно говорить о стратегии неэффективного расширения внешнеторговой деятельности. Очевидно, что в этом случае действия конкурентов при ослаблении внешнеторговых ограничений являются более эффективными с позиции увеличения рыночной доли.

Заключение

Таким образом, проведенная работа позволила получить научные результаты, заключающиеся в следующем:

– обоснован комплексный подход к теоретико-методологическому исследованию развития импортной деятельности, который предусматривает изучение проблемы на глобальном, национальном, мезо-, микро- и нано-уровнях и с учетом эволюционного, фискального, финансового, правового, стимулирующего, социального, коммуникативного и методологического аспектов;

– доказана с использованием рекомендуемого комплексного подхода необходимость расширения тарифных и нетарифных методов регулирования внешнеторговой деятельности в сторону использования маркетинговых инструментов управления товарными потоками;

– в рамках возможности использования маркетинговых инструментов управления товарными потоками обоснована целесообразность применения адаптированного к импортной деятельности организации метода построения стратегических матриц;

– рекомендованы с учетом занимаемой позиции в стратегической матрице стратегии развития импортной деятельности организации, учитывающие влияние различного рода факторов, включая политические риски, и предусматривающие выбор одной и охватывающие стратегии недостаточного, вынужденного и превентивного импортозамещения, а также стратегии эффективного, неэффективного и вынужденного расширения внешнеторговой деятельности.

Список источников

1. Волкова Т.А., Волкова С.А. Анализ состояния и перспектив развития российского рынка растительного масла // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2011, no. 7 (19), с. 67-75.

2. Иванова С.Ю. Таможенные преступления и их закрепление в уголовном законодательстве // *Преступность как угроза национальной безопасности*. Ульяновск, Ульяновский дом печати, 1998.

3. Козырин А.Н. *Правовое регулирование таможенно-тарифного механизма*

(сравнительно-правовое исследование). Москва, Изд-во МГИМО, 1994.

4. Макарова Г.В., Матвеева О.П. Теоретические аспекты нетарифного регулирования в Российской Федерации // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*, 2010, no. 1, с. 157-162.

5. Матвеева О.П. Влияние импорта на предложение рынка потребительских товаров // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*, 2006, no. 2, с. 8-13.

6. Мешечкина Р.П. Необходимость защиты и предпосылки развития продовольственного рынка России // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*, 2010, no. 2, с. 29-35.
7. Мешечкина Р.П., Пидоймо Л.П. Внешняя торговля как индикатор реализации политики импортозамещения в России // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2015, no. 6 (66), с. 90-100.
8. Морозова Н.И. Последствия участия России во Всемирной торговой организации для качества жизни населения страны // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2013, no. 1 (37), с. 33-42.
9. Петров М.К. Государственное регулирование импорта и обеспечение продовольственной безопасности России // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*, 2008, no. 4, с. 449-455.
10. Тарле Е.В. *Очерки истории колониальной политики западноевропейских государств: конец XV – начало XIX в.* Москва, Ленинград, Наука. Ленингр. отд., 1965.
11. Хромов П.А. *Экономическое развитие России в XIX–XX вв. (1800-1917)*. Москва, Госполитиздат, 1950.
12. Чекунов А.С. Либерализация мировой торговли в рамках ВТО для стран с разным уровнем экономического развития // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*, 2010, no. 3, с. 295-299.

DEVELOPMENT OF ORGANIZATIONS' IMPORTS ACTIVITY BASED ON APPLICATION OF THE MARKETING TOOLS OF GOODS FLOWS MANAGEMENT

Prizhigalinskaya Tatiana Nikolaevna, Dr. Sc. (Econ.), Prof.

Ternovsky Denis Sergeevich, Dr. Sc. (Econ.), Assoc. Prof.

Matveeva Olga Petrovna, Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Sadovaya st., 116a, Belgorod, Russia, 308023; e-mail: ternovsky@mail.ru

Purpose: generalization of theoretical concepts and development of methodological recommendations on promotion of imports activity of organizations with taking into account change of an environment of the world market of separate goods. *Discussion:* the development of organization's imports activity regarded as a process of the substitution of goods volume purchases subject to the foreign trade restrictions by the similar products while keeping or increasing the market share. The analytical instrument of realization of the specified approach offered strategic analysis matrix, in which determinants are the market share and the level of import production in volume of purchases of goods of trade organization. The sectors of the suggested matrix characterize the selected strategy of replacement import of a trade company and the efficiency of its realization. *Results:* we have substantiated the integrated approach to theoretical and methodological study of import activity; proved the necessity of extending the methods of foreign trade activity in the direction of the application of market tools management of goods flows. Substantiated the reasonability of applying of the adjusted to organization's imports activity method of strategic matrixes construction and recommended the strategies of organization's imports activity development, which embrace imports substitution strategies and those of foreign trade activity extension.

Keywords: foreign trade, imports activity, strategic matrixes, strategy.

Reference

1. Volkova T.A., Volkova S.A. Analiz sostoianii i perspektiv razvitiia rossiiskogo rynka rastitel'nogo masla. *Modern Economics: Problems and Solutions*, 2011, no. 7 (19), pp. 67-75. (In Russ.)
2. Ivanova S.Iu. *Tamozhennye prestupleniia i ikh zakreplenie v ugovnom zakonodatel'stve. Prestupnost' kak ugroza natsional'noi bezopasnosti.* Ulyanovsk, Ulianovskii dom pechati, 1998. (In Russ.)
3. Kozyrin A.N. *Pravovoe regulirovanie tamozhenno-tarifnogo mekhanizma (sravnitel'no-pravovoe issledovanie).* Moscow, Izd-vo MGIMO, 1994. (In Russ.)
4. Makarova G.V., Matveeva O.P. Teoreticheskie aspekty netarifnogo regulirovaniia v Rossiiskoi Federatsii. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava*, 2010, no. 1, pp. 157-162. (In Russ.)

5. Matveeva O.P. Vliianie importa na predlozhenie rynka potrebitel'skikh tovarov. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava*, 2006, no. 2, pp. 8-13. (In Russ.)
6. Meshechkina R.P. Neobkhodimost' zashchity i predposylki razvitiia prodovol'stvennogo rynka Rossii. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava*, 2010, no. 2, pp. 29-35. (In Russ.)
7. Meshechkina R.P., Pidoimo L.P. Vneshniaia torgovlia kak indikator realizatsii politiki importozameshcheniia v Rossii. *Modern Economics: Problems and Solutions*, 2015, no. 6 (66), pp. 90-100. (In Russ.)
8. Morozova N.I. Posledstviia uchastiia Rossii vo vseмирnoi torgovoi organizatsii dlia kachestva zhizni naseleniia strany. *Modern Economics: Problems and Solutions*, 2013, no. 1 (37), pp. 33-42. (In Russ.)
9. Petrov M.K. Gosudarstvennoe regulirovanie importa i obespechenie prodovol'stvennoi bezopasnosti Rossii. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava*, 2008, no. 4, pp. 449-455. (In Russ.)
10. Tarle E.V. Ocherki istorii kolonial'noi politiki zapadnoevropeiskikh gosudarstv: Konets XV – nachalo XIX v. Moscow, Leningrad, Nauka. Leningr. otd., 1965. (In Russ.)
11. Khromov P.A. Ekonomicheskoe razvitiie Rossii v XIX – XX vv. (1800-1917). Moscow, Gospolitizdat, 1950. (In Russ.)
12. Chekunov A.S. Liberalizatsiia mirovoi torgovli v ramkakh VTO dlia stran s raznym urovnem ekonomicheskogo razvitiia. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava*, 2010, no. 3, pp. 295-299. (In Russ.)