

Кокодеев Р.С. Повышение качества реализации стратегии импортозамещения на базе развития информационных технологий [Электронный ресурс] // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования: Научный интернет-журнал. 2014. – №.6 Режим доступа [http://iea.gostinfo.ru/files/2014\\_06/2014\\_06\\_15.pdf](http://iea.gostinfo.ru/files/2014_06/2014_06_15.pdf)

УДК 658+004+006

## **ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА БАЗЕ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**Кокодеев Р.С.**, соискатель ФГУП «Российский научно–технический центр информации по стандартизации, метрологии и оценке соответствия» (ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»)

*В статье рассмотрены вопросы повышения качества реализации стратегии импортозамещения на базе развития информационных технологий. Выявлены основные факторы необходимости развития информационных технологий в интересах реализации стратегии импортозамещения. Предложены механизмы использования стандартизации для снижения информационной асимметрии и повышения уровня потребительского доверия к отечественной продукции.*

**Ключевые слова:** качество, информационная асимметрия, импортозамещение, стандартизация

UDC 658+004+006

## **IMPROVING THE QUALITY OF IMPLEMENTATION OF THE IMPORT SUBSTITUTION STRATEGY BASED ON THE DEVELOPMENT OF INFORMATION TECHNOLOGY**

**Kokodeev R.S.**, competitor FGUP «Russian Research and Development Information Center on Standardization, Metrology and Compliance Check» (FGUP «STANDARTINFORM»)

*The paper deals with improving the quality of the implementation of the import substitution strategy based on the development of information technology. The main factors need for the development of information technologies in order to implement the strategy of import substitution. The mechanisms of the use of standardization to reduce information asymmetry and improve consumer confidence in domestic products.*

[http://iea.gostinfo.ru/files/2014\\_06/2014\\_06\\_15.pdf](http://iea.gostinfo.ru/files/2014_06/2014_06_15.pdf)

**Keywords:** quality, information asymmetry, import substitution, standardization

Необходимость диверсификации экономики России, отхода от ориентации на экспорт сырья, признана в последние годы подавляющим большинством ученых и политических деятелей.

Характерным примером риска модели сырьевой ориентации экономики явились показатели 2008-9 годов, когда доход от экспорта энергоносителей сократился на 120 млрд. дол. ввиду резкого падения цен. В настоящее время происходит новое падение цен на нефть, что актуализирует соответствующие риски. С учетом того факта, что экспорт топливно-энергетических ресурсов представляет собой продажу невозполнимого запаса, а так же ставит экономику России в зависимость от колебания мировой конъюнктуры цен на энергоносители, необходимость активизации собственных высокотехнологичных производств является очевидной.

Современная экономическая ситуация представляет собой нестабильное сочетание возможностей и рисков для реализации давно намеченной программы диверсификации промышленности России, усилении роли ее высокотехнологичной промышленности. С одной стороны, резкое падение курса национальной валюты, наличие санкций и контрсанкций создают благоприятные возможности для импортозамещения, в т.ч. и в области высокотехнологичной продукции. С другой стороны – резкое ограничение кредитных ресурсов (как зарубежных, так и внутрироссийских) затрудняет инвестирование значительных средств в проекты импортозамещения, а напряженная ситуация с государственным бюджетом ограничивает масштаб возможной господдержки инновационных проектов. Кроме того, производство высокотехнологичной продукции в России по-прежнему в значительной степени зависит от импортных комплектующих и оборудования, которое, для его соответствия современным требованиям, надо периодически обновлять. Поэтому активизация процесса импортозамещения в области высокотехнологичных товаров является

значительно более сложной и комплексной задачей, чем, например, импортозамещение в области продуктов питания (некоторые товарные категории которых уже демонстрируют уверенный рост: производство мяса, сыров и т.д.).

Необходимо учесть и отрицательные уроки предыдущего кризиса.

«Следствием кризиса стало фактическое свертывание процессов диверсификации. Доля трех основных товаров российского экспорта (сырая нефть, нефтепродукты, природный газ) увеличилась с 61,7 % в 2007 г. до 65,5 % в январе — сентябре 2011 г. *Кризис усилил зависимость страны от сырьевого (в первую очередь топливно-энергетического) сектора*, в то время как обрабатывающие производства значительно пострадали от снижения внутреннего и внешнего спроса, падения доступности инвестиционных ресурсов. Несмотря на значительные усилия государства инновационные процессы по-прежнему не активизированы, поскольку неблагоприятный инвестиционный климат, низкий (1-3 года) горизонт бизнес-планирования не мотивируют компании к реализации долгосрочных инновационных проектов даже при наличии финансовых ресурсов.

Таким образом, по ключевым направлениям улучшения международного позиционирования страны, сформулированным в прежней Концепции долгосрочного развития до 2020 г.: динамичное развитие и диверсификация экономики, рост ее инновационной составляющей — за прошедшие годы произошел реальный регресс» [1].

В настоящее время задача совершенствования методов и механизмов повышения качества информационного обеспечения [2-4] в процессе импортозамещения высокотехнологичной продукции приобрела особую актуальность, определяемую целым рядом факторов, среди которых можно выделить как глобальные, так и характерные для России.

К глобальным факторам можно отнести следующие:

- стремление ведущих мировых постиндустриальных держав к тотальному контролю ключевых технологий и интеллектуальной

собственности, пришедшему на смену контролю ключевых производств; этим обуславливается необходимость информационного обеспечения процессов перестройки цепей создания ценности с приоритетом импортозамещения ключевых технологий или же диверсификации их импорта;

- развитие новых методов глобальных «торговых войн», ведущихся за счет продвижения собственных корпоративных стандартов в качестве мировых стандартов де-факто и де-юре, что в совокупности с агрессивной рекламой соответствующих брендов приводит к формированию институциональной монополии или дуополии на рынках ведущих товарно-сервисных экосистем; формирование собственных экосистем или же получение более прочных позиций в рамках глобальных экосистем требует соответствующей информационной поддержки производителей других стран, в т.ч. и России [5];

- широкое распространение «глобальных микроструктур» распределенных сетей разработки, производства и сбыта высокотехнологичной продукции, участие в которых может быть сопряжено с запретительно высокими транзакционными издержками без наличия соответствующего информационного обеспечения национального уровня [6];

- возрастание информационной асимметрии между производителями и потребителями в условиях непрерывного повышения сложности высокотехнологичных изделий, количества взаимосвязей между различными изделиями в быстро развивающихся комплексах и микроэкосистемах, что, без разработки новых методов обеспечения прозрачности рынков, приводит к институциональной стагнации в пользу традиционных брендов, высокому порогу входа на рынок для производителей из других стран [7-9].

Указанные факторы влияют на ситуацию с производством самых разных продуктовых групп высокотехнологичной аппаратуры, как промышленного, так и потребительского назначения, в странах, не относящихся к числу ведущих постиндустриальных держав.

Помимо рассмотренных глобальных факторов, можно выделить и специфические для России:

- сложившаяся во времена СССР структура хозяйственных связей, ориентированная на производство средств производства, получила импульс к возрождению и закреплению в период высоких цен на экспортируемые энергоресурсы, поскольку наибольшей платежеспособностью обладали именно компании, вовлеченные в добывающий мультипликатор, что ориентировало промышленность на работу с крупными корпоративными клиентами данного сектора и дестимулировало сотрудничество с малыми инновационными предприятиями, а так же с производителями высокотехнологичной продукции частного потребления; перестройка сложившейся модели невозможна без достижения принципиально нового уровня качества информационного обеспечения цепочек создания ценности;

- наличие богатого и до сих пор нереализованного теоретико-методического наследия по разработке квалиметрических стандартов качества продукции, позволяющих решить задачу по снижению информационной асимметрии между производителем и потребителем, повысить объективность принятия решения о покупке, что снизит барьер для входа на рынок новых отечественных производителей, не имеющих средств на массивную рекламную-маркетинговую кампанию [10].

Указанные глобальные и российские факторы позволяют сделать однозначный вывод: решение насущной проблемы импортозамещения и повышения удельного веса отечественной высокотехнологичной промышленности в экономике требует соответствующего повышения качества информационного обеспечения процессов производства и реализации товаров, позволяющего на основе развития стандартизации повысить прозрачность рынков и реализовать объективные преимущества отечественной высокотехнологичной продукции, повысив уровень потребительского доверия к ней.

Таким образом, ключевой является проблема обеспечения нового качества информационного обеспечения импортозамещения высокотехнологичной продукции. Под ним предлагается понимать степень соответствия информационного обеспечения потребностям и ожиданиям всех заинтересованных сторон – государства, производителей, торговых структур, потребителей импортной и импортозамещаемой продукции.

Реализация необходимого уровня качества информационного обеспечения импортозамещения высокотехнологичной продукции невозможна без развития национальной системы стандартизации, позволяющей согласовать интересы производителей, потребителей и государства на всех стадиях процесса создания и применения стандартов и построить транспарентную систему оценки качества различных видов высокотехнологичной продукции. [11-13]. Это потребует существенно больших усилий и затрат от организаций, разрабатывающих и распространяющих стандарты, чем обуславливается важность совершенствования нормативно-правового регулирования процессов их распространения с учетом прав интеллектуальной собственности [14-15].

Важную роль подчеркивания преимущества отечественных товаров за счет совершенствования информационного обеспечения их реализации сформулировал глава Минпромторга Д.В. Мантуров:

«Основной конкурент - это недобросовестный производитель. Тот, кто делает некачественный, а потому дешевый товар. В ближайшее время мы сформируем спецкомиссию по борьбе с контрафактом. Но главное - нужно смотреть самим, что вы покупаете.

- Нет китайскому ширпотребу - покупай российское?

- Да! Покупай российское! А еще лучше по-другому: «Сделано в России, сделано с душой!» Неплохой бренд? «Сделано с душой!» То же самое есть и во многих других странах - у них целые департаменты, министерства, которые целенаправленно занимаются массовой пропагандой своей собственной продукции. В Турции есть специальные отдельные прилавки в

магазинах, есть отдельного цвета шильдики, где написано: «Сделано в Турции». Они не стесняются этого. И нам стесняться нечего... если говорить про те 30% отечественной продукции, что должны появиться на прилавках, - это цифра взята не с потолка. Она вполне реальна и достижима. А если учесть, что министерство активно стимулирует промышленных производителей, чтобы они повышали качество товаров, то российской продукции в магазинах в скором времени будет больше тех самых 30% без какой-либо принудительности» [16].

Распространение информации о качестве отечественной продукции невозможно без учета законов влияния в социальных сетях [17-18].

Реализация перечисленного комплекса мероприятий позволяет обеспечить необходимый уровень качества информационного обеспечения импортозамещения высокотехнологичной продукции и, тем самым, способствовать диверсификации экономики России, ее переходу на инновационный путь развития.

### **Список использованных источников и литературы**

1. Стратегия-2020: Новая модель роста – новая социальная политика // Режим доступа: <http://2020strategy.ru/>
2. Сухов А.В., Стреха А.А. Информационные процессы в экономической деятельности как драйверы развития информационного общества // Транспортное дело России. 2012. № 6-2.
3. Стреха А.А., Бурый А.С. Информационно-коммуникационное обеспечение организационных процессов // Транспортное дело России. 2012. № 6-2.
4. Ломакин М.И. Экономические механизмы развития информационной инфраструктуры предприятия // Транспортное дело России. 2011. № 4.
5. Докукин А.В. Адаптация зарубежного опыта стимулирования инновационного развития с помощью стандартизации // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2011. Т. 2. № 2 (2).
6. Сухов А.В., Стреха А.А. Сетевая структура как основополагающее свойство организации информационных процессов в современном информационном обществе // Транспортное дело России. 2012. № 6-2.

7. Докукин А.В., Борцова Д.Э. Нормативно-управленческие резервы качества комплексных товарно-сервисных предложений на потребительском рынке // Транспортное дело России. 2012. № 6-2. С. 162-164.
8. Korovaitsev A.A., Lomakin M.I., Dokukin A.V. Evaluation of metrological reliability of measuring instruments under the conditions of incomplete data // Measurement Techniques. 2014. Т. 56. № 10. С. 1111-1116.
9. Ломакин М.И., Глушакова Е.В. Оценка качества продукции в условиях потребительской неопределенности // Транспортное дело России. 2014. – № 5.
10. Коровайцев А.А., Ломакин М.И., Докукин А.В. Экономические проблемы взаимосвязи квалиметрии и метрологии на примере измерений параметров качества бытовой аудио аудиовизуальной техники // Мир измерений. 2014. № 1. С. 37-42.
11. Орлова Е.Е., Докукин А.В. Согласование интересов субъектов права в нормотворческом процессе в техническом регулировании // Транспортное дело России. 2014. № 3. С. 76-77.
12. Докукин А.В. Необходимость гармонизации интересов производителей и потребителей в техническом регулировании // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2011. № 3 (3). С. 20.
13. Докукин А.В., Борцова Д.Э. Информационное обеспечение взаимодействия государства и потребителей в процессе контроля качества и безопасности продукции // Транспортное дело России. 2013. № 1. С. 123-125.
14. Коровайцев А.А., Ломакин М.И., Докукин А.В. Социальноэкономические аспекты распространения стандартов // Стандарты и качество. 2014. № 1 (918). С. 42-47.
15. Ломакин М.И., Докукин А.В., Коровайцев А.А. Нормативно-правовое регулирование распространения стандартов на платной основе современное состояние // Стандарты и качество. 2013. № 12 (918). С. 36-39.
16. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.minpromtorg.gov.ru/press/publications/51>
17. Ломакин М.И., Докукин А.В., Соседов Г.А. Модель измерения влияния в социальных сетях // Компетентность. 2014. № 7 (118). С. 34-39.
18. Ломакин М.И., Шинелин Н.В., Докукин А.В., Соседов Г.А. Разработка модели оценки влияния в социальных сетях // Экономика и предпринимательство. 2014. № 8. С. 550-554.

© Кокодеев Р.С. 2014