

Рецензируемый международный межвузовский научный журнал
Прикладные экономические исследования
№ 3 (43) 2021 г., ISSN: 2313-2086. www.n-ko.ru, keyneslab@gmail.com

Главный редактор: д.э.н., профессор, А.А. Степанов (МГИМО МИД России);
Выпускающий редактор: к.э.н. В.Д. Петухов (Издательство «Научный консультант»);
Научный редактор: д.э.н., доцент М.В. Савина (Российский государственный социальный университет).

Редакционная коллегия:

Бялоблудская Славомира, к.э.н., ректор Высшей школы национальной экономики в Кутно (Польша)
Веселовский Михаил Яковлевич, д.э.н., профессор, заведующий кафедрой управления ГБОУ ВО Московской области «Технологический университет» (Россия)
Гнездова Юлия Владимировна, д.э.н., профессор кафедры экономики ФГБОУ ВПО «Смоленский государственный университет» (Россия)
Золотарева Альбина Фаниловна, к.э.н., директор филиала "Котельники" ГБОУ ВО Московской области «Университет «Дубна» (Россия)
Измайлова Марина Алексеевна, д.э.н., доцент, профессор Департамента корпоративных финансов и корпоративного управления ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Россия)
Магомедов Магомед Даниялович, д.э.н., профессор, кафедры экономики и менеджмента, ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» (Россия)
Недялкова Анна, д.э.н., профессор, Президент ВГУ «Свободный университет» (Болгария)
Павлов Павел, д.э.н., профессор, заместитель ректора по научно-исследовательской деятельности ВСУ им. Черноризца Храбра (Болгария)
Рагулина Юлия Вячеславовна, д.э.н., профессор, Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Федеральный научный центр аграрной экономики и социального развития сельских территорий - Всероссийский научно-исследовательский институт экономики сельского хозяйства» (Россия)
Санду Иван Степанович, д.э.н., профессор, заведующий отделом экономических проблем научно-технического развития АПК, Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Федеральный научный центр аграрной экономики и социального развития сельских территорий - Всероссийский научно-исследовательский институт экономики сельского хозяйства» (Россия)
Собонь Януш, д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики Морской университет в Щецине (Польша)
Ушвицкий Лев Исакович, д.э.н., профессор, директор Института экономики и управления, заведующий кафедрой экономического анализа и аудита Северо-Кавказского федерального университета (Россия)
Чурилова Эльвира Юрьевна, к.э.н., доцент, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Россия)
Абрашкин Михаил Сергеевич, к.э.н., доцент, ГБОУ ВО МО «Технологический университет» (Россия)

Peer reviewed international interuniversity scientific journal
The Applied Economic Researches
№ 3 (43) 2021, ISSN: 2313-2086, www.n-ko.ru, keyneslab@gmail.com

Editor-in-chief: Stepanov A.A., Doctor of Economics, professor, (MGIMO University);
Managing editor: Petukhov V.D., PhD (Publishing house "Scientific Adviser");
Scientific editor: Savina M.V., Doctor of Economics, associate professor (The Russian State Social University).

Editorial board:

Sławomira Białobłocka, PhD, Rector of Higher School of National Economy in Kutno, Poland
Veselovsky Michael, Doctor of Economics, professor, Head of the management department of State Educational Institution of Higher Education Moscow Region University of Technology, Russia
Gnezdova Julia, Doctor of Economics, professor of the Economy Department of the Russian State University of Smolensk, Russia
Zolotareva Albina, PhD, Director of the Kotelniki branch of the Russian State Dubna University, Russia
Izmailova Marina, Doctor of Economics, docent, professor of the Corporative finance and Corporative management department of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Russia
Magomedov Magomed Danilovich, Doctor of Economics, professor, Department of Economics and Management, Moscow City Pedagogical University
Anna Nedyalkova, Doctor of Economics, professor, President of Varna Free University, Bulgaria
Pavel Pavlov, Doctor of Economics, professor, Vice-Rector for Scientific Research of Varna Free University, Bulgaria
Ragulina Julia, Doctor of Economics, professor, Federal State Budgetary Scientific Institution "Federal Research Center of Agrarian Economy and Social Development of Rural Areas - AllRussian Research Institute of Agricultural Economics", Moscow, Russia
Sandu Ivan, Doctor of Economics, professor, Head of the Department for Economic Issues of the Scientific and Economic Development of Federal State Budgetary Scientific Institution "Federal Research Center of Agrarian Economy and Social Development of Rural Areas - AllRussian Research Institute of Agricultural Economics", Russia
Janusz Soboń, Doctor of Economics, professor, Head of Economics Department of the Maritime University of Szczecin, Poland
Ushvitsky Leo, Doctor of Economics, professor, Director of the Economy and Management Institute of the Russian North Caucasian State University, Head of the economic analysis and audit department, Russia
Churilova Elvira Yurievna, Ph.D., Associate Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation, Russia
Abrashkin Mikhail Sergeevich, Ph.D., Associate Professor, State Educational Institution of Higher Education Moscow Region, University of Technology, Russia

Журнал «Прикладные экономические исследования» издается при участии:
Варненского свободного университета им. Черноризца Храбра (г. Варна, Болгария);
Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Федеральный научный центр аграрной экономики и социального развития сельских территорий - Всероссийский научно исследовательский институт экономики сельского хозяйства» (г. Москва, Россия)
Высшей школы национальной экономики в Кутно (г. Кутно, Польша);
Высшей школы управления и права им. Хелены Хотьковской в Варшаве (г. Варшава, Польша);
Нового экономического университета им. Т. Рыскулова (г. Алматы, Казахстан);
Морского университета в Щецине (г. Щецин, Польша);
Северо-Кавказского федерального университета (г. Ставрополь, Россия);
Смоленского государственного университета (г. Смоленск, Россия);
Филиала «Котельники» университета «Дубна» (г. Котельники, Россия);
Технологического университета (г. Королёв, Россия).

Учредитель и издатель: ООО «Научный консультант»,
Адрес редакции: 123007, г. Москва, ул. Хорошевское ш., д.35 к2, оф. 508. Тел.: +7 (926) 609-32-93
Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство ПИ № ФС77-65288 от 12.04.16 г.
Тираж 1000 экземпляров. Цена свободная. Телефон для рекламодателей: +7 (926) 609-32-93. Рукописи не возвращаются. Ссылка при перепечатке обязательна.
Дизайн и верстка: ООО «Научный консультант».

Стать автором:

Чтобы опубликовать статью в «Прикладных экономических исследованиях» свяжитесь с редакцией:
keyneslab@gmail.com или по телефону: +7 (926) 609-32-93.
<http://www.n-ko.ru>. Москва 2019. © Издательство «Научный консультант».

The Applied Economic Researches Journal is published with participation of:
Chernorizets Hrabar Free University of Varna, Bulgaria;
Federal State Budgetary Scientific Institution "Federal Research Center of Agrarian Economy and Social Development of Rural Areas - AllRussian Research Institute of Agricultural Economics", Russia;
Higher School of National Economy in Kutno, Poland;
University of Technology and Economics in Warsaw named after Heley Chodkowskiej, Poland;
New Economic University. T.Ryskulov, Almaty, Republic of Kazakhstan;
Maritime University of Szczecin, Poland;
North Caucasian State University, Russia;
Smolensk State University, Russia;
Kotelniky branch of the Russian State Dubna University, Russia;
Moscow Region University of Technology, Russia

Founder and Publisher: Scientific Adviser, LLC,
Editorial office address: 123007, Moscow, Russia, Khoroshevskoe shosse., bld 35, constr 2, office 508.
Phone: +7 (926) 609-32-93
Title is registered by the Russian Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media. Certificate: ПИ № ФС77-65288 of 12.04.16 г.
Circulation 1000 copies. Free-of-control price. Phone for advertisers: +7 (926) 609-32-93. Manuscripts will not be returned. Reference at the reprint is obligatory.
Design and page-proof: Scientific Adviser, LLC.

Submit a manuscript:

The Applied Economic Researches is an open access journal. To submit a manuscript please, contact us: keyneslab@gmail.com or via phone: +7 (926) 609-32-93.
<http://www.n-ko.ru>. Москва 2019. © Publishing house «Scientific Adviser».

СОДЕРЖАНИЕ

МАРЕЙКО Ю. А. Деловая репутация контрагентов промышленных предприятий для обеспечения экономической безопасности.....	4
КУНИЦЫН А. И. Международное сотрудничество в области высокотехнологичной продукции.....	12
НОРКОВА К. А. Современные системы управления рисками инновационно-промышленных госкомпаний.....	18
НИКИТЧУК Т. А. Управление инвестиционным портфелем страховой организации на основе пассивных и активных стратегий инвестирования.....	24
СЕРГЕЕВИЧ А. Г. Современное значение рекламы в системе маркетинга.....	34
ГОРБАТЕНКО В. С. Изучение факторов, влияющих на прибыли предприятия.....	39

ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ КОНТРАГЕНТОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Марейко Юлия Андреевна

Череповецкий государственный университет, Череповец, Россия

Аннотация. Автором статьи анализируется деловая репутация контрагентов промышленных предприятий в целях обеспечения экономической безопасности. Определены место и роль деловой репутации промышленного предприятия и его экономическая независимость. Статья будет интересна широкому кругу лиц.

Ключевые слова: репутация; контрагент; предприятие; экономическая безопасность.

BUSINESS REPUTATION OF CONTRACTORS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES TO ENSURE ECONOMIC SECURITY

Mareyko Yulia Andreevna

Cherepovets State University, Cherepovets, Russia

Abstract. The author of the article analyzes the business reputation of contractors of industrial enterprises in order to ensure economic security. The place and role of the business reputation of an industrial enterprise and its economic independence are determined. The article will be of interest to a wide range of people.

Keywords: reputation; counterparty; company; economic security.

Единой трактовки понятия деловой репутации, или ее англоязычного эквивалента – «гудвилл» (goodwill), до сих пор не существует. Но, несмотря на это, для обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия вопрос деловой репутации контрагента играет, можно сказать, решающее значение. Множество существующих способов оценки деловой репутации всего лишь отражает разброд умов в определении того, что это такое. Например, методы качественного подхода, не предполагающие точной оценки репутации, существуют благодаря утверждению о том, что она всего лишь образ компании в головах людей и не подда-

ется количественному определению. Потому можно только зафиксировать ее изменение – в худшую или лучшую сторону [1]. И главная мысль заключается в том, что среднее арифметическое от множества субъективных мнений и станет одним объективным взглядом на репутацию компании. К качественному подходу относятся метод социологических опросов и экспертный.

Конкретную цену деловой репутации можно узнать, применяя методы количественного подхода. Первый – метод избыточных прибылей на основе технологий компаний Brand Finance и Interbrand. Он основывается на определении репутации как брэнда, который

помогает компании извлекать больше прибыли по сравнению с ситуацией, если бы она продавала небрэндированный товар [2].

Второй метод можно назвать официальным, потому что он основывается на определениях деловой репутации российских положений бухучета. По ПБУ 14/2000 «Учет нематериальных активов» деловая репутация – это разница между ценой предприятия (как приобретаемого имущественного комплекса в целом) и стоимостью всех его активов по бухгалтерскому балансу.

Третий метод – международный бухгалтерский – существенно отличается от российского. По международным стандартам финансовой отчетности (МСФО № 22 «Объединение компаний») гудвиллом называется превышение покупной стоимости активов над их справедливой стоимостью (fair value) в день проведения сделки. Отметим, что разница между справедливой и балансовой стоимостью любого актива в российских условиях может быть огромной.

И по МСФО гудвилл признается активом только в случае проведения некоей сделки поглощения (acquisition). В МСФО № 38 «Нематериальные активы» четко написано, что внутренне созданная репутация (internally generated goodwill) не может быть признана активом [3].

Но случаев, когда необходимо знать точную стоимость деловой репутации, всего два: при продаже компании и при заключении договора и этой компанией. Поэтому отечественные компании зачастую не видят смысла в знании конкретной цены своей репутации. Оценка гудвилла позволяет компании лучше понять, как она воспринимается ее деловым окружением и разработать комплекс мероприятий для повышения уровня собственной деловой репутации. Экспертного метода для этого вполне достаточно [4].

При применении метода социологических опросов узнается мнение о компании у людей, относящихся к ее целевым аудиториям. Ими могут быть представители исполнительной и законодательной власти, аналитики рынка, инвесторы и акционеры (их отношение определяет реакцию фондового рынка), средства

массовой информации, потребители продукции. Как показывает практика, такая оценка оказывается самой точной. Все остальные методы могут только дать развернутое подтверждение или расставить точки над *i*, если возникают спорные вопросы. Правильность применения этого метода заключается в том, что готовность потребителей пользоваться услугами данной компании является главным содержанием репутации. Следовательно, такая приверженность и определяет стоимость гудвилла [5].

По мере развития бизнеса все большее значение, определяющее успех компании на рынке, приобретает такое неосознанное понятие, как деловая репутация. Деловая репутация пока еще мало изучена, но переоценить ее значение трудно. Существующие методы оценки работают недостаточно эффективно. Так, к примеру, деловая репутация компании как нематериальный актив должна быть одним из объектов учета на фирме. В то же время международные стандарты финансовой отчетности гласят, что внутренне созданная деловая репутация не признается как актив, так как не может быть надежно оценена [6]. Иными словами, рентабельная, успешно работающая компания с прочными деловыми связями, с пользующейся спросом продукцией, постоянно преумножающая свои достижения, не имеет права «поставить на баланс» свою репутацию.

Главный недостаток этого метода связан с тем, что не так-то просто выяснить мнение людей, обладающих реальным влиянием, из-за их занятости или нежелания говорить искренне. Впрочем, этим страдает любой социопрос.

Кроме того, вряд ли стоит переводить проценты данных социопросов в денежные единицы. Иначе это может привести к неожиданным результатам.

Следующий метод качественного подхода – экспертный, который в свою очередь делится на два подвида: рейтинговый и рекомендательный. К первому относится составление рейтингов деловой репутации независимыми организациями. Рекомендательный метод заключается в обсуждении гудвилла

фирмы экспертами PR-компаний и в советах по ее изменению [7].

Главная особенность рейтингового метода заключается в том, что компания, которая хочет оценить свою репутацию, сама ничего не делает. Рейтинги составляют уважаемые независимые организации. Из-за этого само попадание в него повышает репутацию оцениваемой компании. Ими занимаются журнал Fortune, газета Financial Times.

Кроме рейтингов деловой репутации существуют близкие к ним рейтинги корпоративного управления (РКУ). В России их составлением занимаются Standard & Poor's и Институт корпоративного права и управления. В рамках РКУ получают оценку многие факторы, непосредственно влияющие на уровень деловой репутации компании, например, в ходе анализа исследуются взаимоотношения между акционерами, менеджментом, советом директоров и другими финансово заинтересованными лицами. Поэтому хоть эти два рейтинга и не взаимозаменяемы, но, тем не менее, РКУ работают на улучшение деловой репутации. Рекомендательный подвид экспертного метода вовсю реализуется PR-компаниями [8]. Так же как и в рейтинговом методе, специалисты анализируют каждый компонент деловой репутации оцениваемой компании, но никакого сравнения с другими участниками рынка не проводят.

Метод оценки на основе технологий компаний Brand Finance и Interbrand пришел из сферы маркетинга и основывается на утверждении, что репутация – это брэнд. Он относится к количественному подходу.

По этой модели расчет стоимости деловой репутации происходит в два этапа. На первом выявляются избыточные доходы, появившиеся за счет работы гудвилла. На второй стадии полученный результат умножается на специальный коэффициент, способ нахождения которого -ноу-хау компаний Brand Finance и Interbrand. Но известно, что он рассчитывается экспертами по таким критериям, как лидерство, интернациональность, стабильность. Способ расчета этого коэффициента и есть самая слабая сторона метода. Кроме того, он более справедлив для компаний, работающих

на розничном рынке. Другими словами, чувствуется маркетинговое происхождение метода [9].

Корпоративное управление и деловая репутация тесно взаимосвязаны. Первое призвано обеспечивать соблюдение и надежную защиту интересов всех финансово заинтересованных сторон компании, к которым относятся ее акционеры, кредиторы, менеджеры, клиенты. Когда корпоративное управление хорошо отлажено, то в компании создается необходимая система «сдержек и противовесов». Она существенно снижает риск нарушения интересов финансово заинтересованных сторон, и никто не может предпринять односторонние действия, в результате которых пострадают интересы других. Например, совет директоров должен эффективно контролировать действия менеджмента и в свою очередь быть подотчетным акционерам и предоставлять им полную информацию о своей деятельности. Сниженный уровень риска в отношениях с компанией с хорошим корпоративным управлением ведет к тому, что ее деловая репутация существенно улучшается.

Авторами была разработана методика оценки стоимости брэнда, которая может применяться и в целях оценки стоимости деловой репутации.

На первом этапе из общего объема продаж выделяется часть, полученная за счет работы факторов брэнда. Но в отличие от зарубежных технологий разделение происходит не на основе анализа капиталоемкости отрасли, а базируется на анализе реального покупательского поведения потребителей [10].

Официальные определения деловой репутации.

По ПБУ: деловая репутация – это разница между ценой предприятия (как приобретаемого имущественного комплекса в целом) и стоимостью всех его активов по бухгалтерскому балансу.

По МСФО: гудвилл (деловая репутация) – это разница между ценой предприятия и справедливой стоимостью всех его активов.

На второй стадии полученные от «работы» фактора брэнда продажи делятся еще на две группы. В первую попадают продажи, обе-

спеченные текущим стимулированием покупательской активности (рекламой, промо-акциями), а во вторую – продажи, возникающие в результате влияния на поведение покупателей их внутренней приверженности к данной конкретной марке. Однако вовсе не обязательно, что сегодняшние «дополнительные» продажи, создающиеся «работой» брэнда, сохранятся в будущем. Если целенаправленно не заниматься развитием брэнда, то он будет ослабевать [11].

Если научиться измерять темпы падения генерируемых брэндом продаж, то получится наиболее надежный прогноз доходов будущих периодов, отталкивающийся от допущения, что деятельность по развитию и даже поддержанию брэнда прекращена. Только эти доходы должны учитываться при определении стоимости брэнда. Они рассчитываются на третьем этапе процедуры V-RATIO и закладываются в основу оценки стоимости брэнда, которая осуществляется в рамках классического метода DCF. Точно так же, как и Interbrand, здесь не используются в оценках методы затратного и сравнительного подходов [12].

Перевод деловой репутации в деньги и попытка ее оценки, на взгляд автора, являются недобросовестной спекуляцией. Например, стоимость акций зависит вовсе не от деловой репутации, а от уровня ожиданий и заблуждений брокеров, спекулятивных по своей природе, с поправкой на эффективность текущей деятельности. То есть на бирже репутация имеет дискретный характер: если она «1» – акции торгуются, если «0» – они сбрасываются лавиной. Колебания курса акций можно объяснять «плохой репутацией», а можно и эмоциональной неустойчивостью, и исходной предвзятостью участников финансовых рынков. Но в любом случае путем изменения репутации влиять на стоимость акций нельзя. У вас может быть хорошая репутация, но, когда где-то открывается более доходное вложение, ваши акции легко продадут. Все истории, когда в результате «злых слухов» роняли стоимость ценных бумаг, демонстрируют, что к негативной информации неустойчив никакой гудвилл, это актив неуправляемый, соответственно и оценивать его нет необходимости.

Официальные методы оценки стоимости деловой репутации резко отличаются от предыдущего. Дело в том, что бухгалтеры оценивают деловую репутацию по факту сделки, при постановке купленной компании на баланс. Скорее всего, речь идет не о деловой репутации вовсе. Бухгалтерский учет создан столетия назад и постоянно сталкивается с проблемами, которые подбрасывает ему новая реальность [13]. Например, как быть, если завод по балансу проходит как 3 рубля, а продать его получилось за 5, куда покупателю списать еще 2? И придумали. Это, дескать, не просто завод, а еще и понимание того, что он будет работать лучше, чем просто сумма «станков и цехов», за счет опыта, наработанных связей. Решили называть все это goodwill. Соответственно разница между балансовой, скалькулированной бухгалтерией по средневековым принципам, и рыночной ценами будет составлять стоимость репутации. Идея любопытная, только какова репутация сарая на пустыре, попавшего в зону перспективной застройки? Совершенно очевидно, что речь идет об очередной попытке бухгалтеров подлатать свои стремительно устаревающие и уже совершенно не отвечающие требованиям времени концепции [14].

С другой стороны, вспоминая историю покупки «Норильским никелем» контрольного пакета акций американского производителя платины и палладия Stillwater: Компания была приобретена по цене, которая несколько превышала ее рыночную стоимость на тот момент. Этой разницей, собственно, и были оплачены те дополнительные преимущества, которые получал «Норильский никель» от этой сделки, в частности доступ через сбытовую сеть и существующие контракты компании Stillwater с ведущими автопроизводителями США, а значит, и сформированную репутацию стабильного поставщика.

Репутация из предмета интереса маркетинга становится все более значимой материей для специалистов сферы обеспечения экономической безопасности. Если допустить, что материальные активы компании постоянны, именно репутационный капитал наращивает продажи и поднимает стоимость бизнеса.

Сначала необходимо разобраться в том, что понимается под словом «репутация» и поддается ли репутация грамотной финансовой оценке [15].

По стандартам финансовой отчетности, стоимость репутации компании можно узнать только в тот момент, когда компания продается или покупается. Формируется она очень просто: как разница между стоимостью покупки или продажи компании и стоимостью всех ее материальных и измеряемых нематериальных активов. И один из немногих проектов, в которых речь шла о стоимости репутации, это продажа компании «КомиТЭК», когда было объявлено, что сумма активов равна 300 млн. долл., цена продажи – 500 млн. долл., значит, по формальным признакам стоимость репутации – 200 млн. долларов. Хотя специалисты хорошо понимают, что за этими 200 млн. долл. за репутацию стоят вполне осязаемые, но трудно измеряемые факторы – стоимость перспективных месторождений, оценка работы управляющей команды «Евро-севернефти», взаимоотношения с местными властями и пр.

По сути, репутация – это наше отношение к компании, к ее финансовым и нефинансовым показателям. Хорошее отношение и, следовательно, хорошая репутация позволяет верить, что компания может через год, три, пять или десять лет аккумулировать большие деньги, большую прибыль. И эта вера позволяет покупать или продавать компанию дешевле или дороже.

Репутация у компании существует в любом случае. Даже вне зависимости от желаний акционеров или менеджмента она начинает складываться с момента выхода компании на рынок. Вопрос в другом: проходит ли процесс формирования репутации стихийно либо компания сознательно, даже расчетливо им управляет, четко понимая, какое именно отношение необходимо сконструировать? При этом стоит сделать оговорку, репутация крупной компании – это не только сложившееся отношение к собственно этой компании, но и к пакету брэндов, которыми она владеет и управляет. Что касается финансовых оценок, кроме «КомиТЭКа» других публичных при-

меров объявления стоимости репутации не было.

Однако у нас не так много было прозрачных сделок купли-продажи бизнеса. Нормальных сделок, а не недружественного поглощения или сделок, которые реализуются по особым схемам. А во-вторых, когда проводится сделка, часть денег, как правило, проходит по другим схемам.

В то же время, что для компании, занимающейся построением репутации, очень важно знать, какие аспекты ее составляют. На Западе выявили более 40 компонентов, влияющих на репутацию, некоторые из них кажутся для нас просто дикими. Вот, например, количество гомосексуалистов в руководстве компании. Там к этому относятся гораздо свободнее, менее склонны скрывать такую информацию, чем у нас. Если компания работает в индустрии моды, этот показатель, безусловно, может положительно сказаться на будущих продажах.

Это не вопрос свободы или несвободы освещения фактов, а вопрос отношения целевых групп к этим фактам. Если в США или Европе значительное число гомосексуалистов в руководстве компании умножит репутационный вес компании на два, то у нас на ноль. Ибо за этим фактом американец читает: «либерализм, демократия, свобода, равенство возможностей», а русский читает за тем же фактом: «разнузданность, разврат, извращение». Попробуйте в США, где относятся к сообщению информации гораздо свободнее, опубликовать информацию о том, что в руководстве некоей компании 80% – русские. И поглядим, что будет с ее репутацией.

У нас же обычно выделяют десятка полтора компонентов, которые считаются главными. Но эти компоненты в разных секторах рынка играют разную роль.

Методика оценки деловой репутации контрагента промышленного предприятия. Трудность изучения репутации заключается в том, что ее нельзя напрямую измерить, как, например, прибыль компании, поэтому и существует много различных методик оценки репутации. В этой связи была разработана методика «показателя репутации» Reputation

Quotient (RQ). Методика характеризует отношение, как широкой общественности, так и основных целевых групп к компании. Изучение RQ проводится на основе опроса общественного мнения, в котором участвует более 1500 респондентов. Они и определяют 30 организаций с ярко выраженной репутацией для последующего исследования, к списку добавляется еще несколько компаний по собственному усмотрению компании, которая проводит исследование.

В рамках исследования проводится опрос нескольких основных целевых групп: потребители (Critical Consumers), инвесторы (Investors), рынок рабочей силы (Labour Market), лица, принимающие решения (Business Decision Makers), и покупатели (Buyers). При исследовании необходимо учитывать мнение каждой целевой группы в связи с тем, что различные целевые группы придают разное значение каждой организации и по-разному оценивают репутацию компании.

Оценка RQ проводится по шести основным факторам:

- * эмоциональная привлекательность (Emotional Appeal);
- * финансовые успехи (Financial Performance);
- * продукты и услуги (Products & Services);
- * прозорливость и лидерство (Vision & Leadership);
- * рабочая среда (Workplace Environment);
- * социальная ответственность (Social Responsibility).

Далее проводится подготовка к аттестации контрагента по программе Investors in People, в результате аттестации основные показатели должны показать: 1) удовлетворенности

клиентов увеличивается; 2) текучесть кадров падает; 3) удовлетворенность сотрудников работой возрастает.

Однако самым главным для предприятия является фактор «Продукты и услуги», информацию о которых оно должно знать и получать своевременно от любой компании, и именно этот фактор находится в сфере непосредственного влияния контрагента. Разработанная стратегия, базирующаяся на семи ключевых процессах, которые отражают прозорливость и лидерство руководства контрагента. Вот эти семь ключевых процессов:

- * завоевание и удержание прибыльных клиентов;
- * доставка в срок и в отличном состоянии;
- * точное выставление счетов и получение своевременной оплаты;
- * создание и укрепление конкурентных преимуществ;
- * подбор, обеспечение необходимым инструментарием и мотивирование персонала;
- * обеспечение безопасных условий труда;
- * получение прибыли.

Рабочая среда – еще один немаловажный фактор, который существенно влияет на репутацию компании. От того, насколько внутрикорпоративный климат комфортен для каждого сотрудника, во многом зависит и репутация компании в целом. Рыночная стоимость деловой репутации, пожалуй, самый экзотичный объект оценки в российской деловой практике. С одной стороны, это связано с относительной новизной подобного актива для российских компаний в их современном «рыночном статусе», с другой – с особенностями и сущностью самого гудвилла как такового.

Список литературы:

1. Братко И.В., Васильева Л.П., Соколов А.П. Инструменты повышения конкурентоспособности социально-экономических систем. Курск, 2020.
2. Соколов А.П. Способы повышения эффективности управления региональными проектами в условиях государственно-частного партнерства. Финансовая экономика. 2016. № 4. С. 68-74.
3. Соколов А.П., Кузнецов И.С. Инвестиционный проект, бизнес-план, анализ инвестиционных проектов как этапы стратегического планирования на предприятии. Научно-методический электронный журнал Концепт. 2015. № Т13. С. 1176-1180.

4. Матвеенцева А.В., Соколов А.П. Продовольственная безопасность: региональный аспект. *Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования*. 2016. № 6 (16). С. 86-91.

5. Кузнецов, А. П. Отзыв официального оппонента на диссертацию Карташова Сергея Васильевича на тему: «уголовная ответственность за незаконные получение и разглашение сведений, составляющих коммерческую, налоговую или банковскую тайну», представленную на соискание ученой степени кандидата юридических наук по специальности 12.00.08 – «уголовное право и криминология; уголовно-исполнительное право» / А. П. Кузнецов // *Журнал прикладных исследований*. – 2020. – № 4-1. – С. 78-83.

6. Смирнов, А. М. РЕЦЕНЗИЯ на рукопись монографии: Санташова Л. Л., Санташов А. л. *Международное сотрудничество в сфере передачи осужденных для отбывания наказания в государства их гражданства*. – Москва : Юрлитинформ, 2021. – 162 с / А. М. Смирнов // *Журнал прикладных исследований*. – 2020. – № 4-1. – С. 84-85.

7. Пустовит, А. Д. Проблемы устойчивого сбалансированного развития регионов / А. Д. Пустовит // *Журнал прикладных исследований*. – 2020. – № 4-2. – С. 6-11. – DOI 10.47576/2712-7516_2020_4_2_6.

8. Пономарева, Е. В. Производительность труда на примере европейских стран / Е. В. Пономарева // *Журнал прикладных исследований*. – 2020. – № 4-2. – С. 12-19. – DOI 10.47576/2712-7516_2020_4_2_12.

9. Рыжов, И. В. Большие циклы в мировом хозяйстве: взаимосвязь с формированием экономических моделей и их теоретическим обоснованием / И. В. Рыжов // *Финансы и кредит*. – 2002. – № 20(110). – С. 28-37.

10. Мандрик, Н. В. Конкурентоспособность и делегирование полномочий: инновационный подход / Н. В. Мандрик, И. В. Рыжов // *Экономика и предпринимательство*. – 2012. – № 3(26). – С. 255-259.

11. Кубасова, О. А. Основные этапы формирования стратегии повышения международной конкурентоспособности промышленного предприятия / О. А. Кубасова, И. В. Рыжов // *Транспортное дело России*. – 2012. – № 5. – С. 209-211.

12. Рыжов, И. В. Влияние Кондратьевских волн на перспективы развития российской экономики и оборонной сферы государства / И. В. Рыжов // *Финансы и кредит*. – 2002. – № 19(109). – С. 54-61.

13. Рыжов, И. В. Приоритеты инвестиционной стратегии России на долгосрочную перспективу / И. В. Рыжов, С. Г. Малыгин // *Экономические науки*. – 2008. – № 38. – С. 164-166.

14. Голощапов, А. Н. Общая характеристика и алгоритм проведения внутреннего аудита системы менеджмента качества организации / А. Н. Голощапов, И. В. Рыжов // *Экономика и предпринимательство*. – 2012. – № 5(28). – С. 244-248.

15. Романишина, Т. С. Социокультурные проекты как элемент стратегического развития городов / Т. С. Романишина, И. В. Рыжов // *Экономика и предпринимательство*. – 2012. – № 3(26). – С. 174-176.

References:

1. Bratko I.V., Vasil`eva L.P., Sokolov A.P. *Instrumenty` povu`sheniya konkurentosposobnosti social`no-e`konomicheskix sistem*. Kursk, 2020.

2. Sokolov A.P. *Sposoby` povu`sheniya e`ffektivnosti upravleniya regional`ny`mi proektami v usloviyax gosudarstvenno-chastnogo partnerstva*. *Finansovaya e`konomika*. 2016. № 4. S. 68-74.

3. Sokolov A.P., Kuzneczov I.S. *Investicionny`j proekt, biznes-plan, analiz investicionny`x proektov kak e`tapy` strategicheskogo planirovaniya na predpriyatii*. *Nauchno-metodicheskij e`lektronny`j zhurnal Koncept*. 2015. № T13. S. 1176-1180.

4. Matveenceva A.V., Sokolov A.P. Prodovol'stvennaya bezopasnost': regional'ny'j aspekt. Innovacionnaya e'konomika: perspektivy' razvitiya i sovershenstvovaniya. 2016. № 6 (16). S. 86-91.
 5. Kuzneczov, A. P. Otzyv' oficial'nogo opponenta na dissertaciyu Kartashova Sergeya Vasil'evicha na temu: "ugolovnaya otvetstvennost' za nezakonnny'e poluchenie i razglashenie svedenij, sostavlyayushhix kommercheskuyu, nalogovuyu ili bankovskuyu tajnu", predstavlennuyu na soiskanie uchenoj stepeni kandidata yuridicheskix nauk po special'nosti 12.00.08 "ugolovnoe pravo i kriminologiya; ugolovno-ispolnitel'noe pravo" / A. P. Kuzneczov // Zhurnal prikladny'x issledovanij. 2020. № 4-1. S. 78-83.
 6. Smirnov, A. M. RECENZIYA na rukopis' monografii: Santashova L. L., Santashov A. I. Mezhdunarodnoe sotrudnichestvo v sfere peredachi osuzhdenny'x dlya otbyvaniya nakazaniya v gosudarstva ix grazhdanstva. Moskva : Yurlitinform, 2021. 162 s / A. M. Smirnov // Zhurnal prikladny'x issledovanij. 2020. № 4-1. S. 84-85.
 7. Pustovit, A. D. Problemy' ustojchivogo sbalansirovannogo razvitiya regionov / A. D. Pustovit // Zhurnal prikladny'x issledovanij. 2020. № 4-2. S. 6-11. DOI 10.47576/2712-7516_2020_4_2_6.
 8. Ponomareva, E. V. Proizvoditel'nost' truda na primere evropejskix stran / E. V. Ponomareva // Zhurnal prikladny'x issledovanij. 2020. № 4-2. S. 12-19. DOI 10.47576/2712-7516_2020_4_2_12.
 9. Ry'zhov, I. V. Bol'shie cikly' v mirovom xozyajstve: vzaimosvyaz' s formirovaniem e'konomicheskix modelej i ix teoreticheskim obosnovaniem / I. V. Ry'zhov // Finansy' i kredit. 2002. № 20(110). S. 28-37.
 10. Mandrik, N. V. Konkurentosposobnost' i delegirovanie polnomochij: innovacionny'j podxod / N. V. Mandrik, I. V. Ry'zhov // E'konomika i predprinimatel'stvo. 2012. № 3(26). S. 255-259.
 11. Kubasova, O. A. Osnovny'e e'tapy' formirovaniya strategii povysleniya mezhdunarodnoj konkurentosposobnosti promyshlennogo predpriyatiya / O. A. Kubasova, I. V. Ry'zhov // Transportnoe delo Rossii. 2012. № 5. S. 209-211.
 12. Ry'zhov, I. V. Vliyanie Kondrat'evskix voln na perspektivy' razvitiya rossijskoj e'konomiki i oboronnoj sfery' gosudarstva / I. V. Ry'zhov // Finansy' i kredit. 2002. № 19(109). S. 54-61.
 13. Ry'zhov, I. V. Priority' investicionnoj strategii Rossii na dolgosrochnuyu perspektivu / I. V. Ry'zhov, S. G. Maly'gin // E'konomicheskie nauki. 2008. № 38. S. 164-166.
 14. Goloshhapov, A. N. Obshhaya xarakteristika i algoritm provedeniya vnutrennego audita sistemy' menedzhmenta kachestva organizacii / A. N. Goloshhapov, I. V. Ry'zhov // E'konomika i predprinimatel'stvo. 2012. № 5(28). S. 244-248.
 15. Romanishina, T. S. Sociokul'turny'e proekty' kak e'lement strategicheskogo razvitiya gorodov / T. S. Romanishina, I. V. Ry'zhov // E'konomika i predprinimatel'stvo. 2012. № 3(26). S. 174-176.
-

МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В ОБЛАСТИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Куницын Александр Иванович

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия*

Аннотация. В статье раскрыты вопросы международного сотрудничества в области высокотехнологической продукции. Определено, что данный способ концентрации, взаимодействия между разными предприятиями, странами позволит повысить качество высокотехнологической продукции.

Ключевые слова: сотрудничество; продукция; предприятие; взаимодействие.

INTERNATIONAL COOPERATION IN THE FIELD OF HIGH-TECH PRODUCTS

Kunitsyn Alexander Ivanovich

*Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of
the Russian Federation, Moscow, Russia*

Abstract. The article reveals the issues of international cooperation in the field of high-tech products. It is determined that this method of concentration, interaction between different enterprises, countries will improve the quality of high-tech products.

Keywords: cooperation; products; company; interaction.

Следует отметить, что в соответствии с наделенными полномочиями реализацию процесса военно-технического сотрудничества в нашей стране осуществляют Президент Российской Федерации, Федеральное Собрание РФ, Правительство Российской Федерации, ОАО «Рособоронэкспорт» и организации (предприятия), имеющие разрешение на поставку некоторых видов продукции военного назначения собственной разработки (изготовления), другие определенные законодательством органы [1]. Структурная схема существующей в настоящее время системы военно-технического сотрудничества представлена на рисунке 1. Ее возглавляет Прези-

дент РФ, который осуществляет следующие полномочия:

- утверждает список продукции военного назначения, разрешенной к передаче иностранным заказчикам (список № 1) и список государств, в которые разрешена передача ПОН (список № 2);

- принимает решение об установлении военно-технического сотрудничества с иностранными государствами, а также решения об его приостановлении, прекращении и возобновлении;

- устанавливает ограничения в области МСОС;

- определяет федеральные органы испол-

нительной власти по координации, контролю в области МСОС, а также создает в случае необходимости консультативные органы по вопросам МСОС;

- определяет порядок осуществления во-

енно-технического сотрудничества РФ с иностранными государствами, исключая нанесение ущерба обороноспособности и безопасности Российской Федерации [2];



Рисунок 1. – Организационная основа военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами

- принимает решение о создании в установленном порядке специализированных ФГУП, являющихся государственными посредниками при осуществлении внешнеторговой деятельности в отношении ПОН;

- устанавливает порядок предоставления российским организациям права на осуществление внешнеторговой деятельности в отношении ПОН;

- определяет порядок лицензирования в РФ ввоза и вывоза ПОН;

- принимает решения по вопросу оказания военно-технической помощи иностранным государствам, сотрудничества с иностранными государствами в области разработок продукции военного назначения [3];

- принимает решения о передаче инозаказчикам лицензий на производство ПОН.

Таким образом, именно Президенту РФ

принадлежит право определения политических приоритетов в этой сфере, принятия решений по всем ключевым вопросам. Естественно, подобная задача является весьма сложной и требует огромной аналитической и практической работы [4]. Исходя из того, что руководство МСОС является далеко не единственной функцией главы государства, создан специальный совещательный и консультативный орган, разрабатывающий для Президента РФ предложения, касающиеся основных направлений государственной политики в области МСОС – Комиссия по вопросам военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами [5]. Данная комиссия выполняет многочисленные функции, связанные с определением и разрешением основных проблем в сфере МСОС РФ с иностранными государ-

ствами. Исходя из того, что информационное, материально-техническое и иное обеспечение деятельности комиссии осуществляет Администрация Президента РФ, следует понимать, что сотрудниками Управления Президента РФ по внешней политике и осуществляется определение ключевых, стратегических направлений развития военно-технического сотрудничества РФ с иностранными государствами [6].

На исполнительном уровне детализация указаний Президента РФ реализуется Правительством России, деятельность которого направлена на то, чтобы способствовать продвижению продукции военного назначения на мировой рынок, не допустить нанесения ущерба обороноспособности, обеспечить соответствие деятельности России в области военно-технического сотрудничества международным соглашениям и обязательствам [7]. В пределах своих полномочий оно обеспечивает претворение в жизнь государственной политики в области военно-технического сотрудничества; заключает международные договоры по вопросам МСОС; создает межправительственные комиссии; выходит с законодательной инициативой установления льгот, а также принятия мер по стимулированию деятельности российских юридических лиц в области МСОС; осуществляет государственное регулирование ценообразования на ПОН; определяет порядок расчетов между производителями и разработчиками ПОН при поставках ее на экспорт; определяет государственных заказчиков в области военно-технического сотрудничества [8].

Естественно, среди федеральных органов исполнительной власти наибольшая нагрузка по организации МСОС ложится на Министерство обороны, которое участвует в разработке и реализации государственной политики в области МСОС; осуществляет военно-техническое сопровождение поставок ПОН; подготавливает предложения по формированию списка № 2; оказывает иностранным государствам услуги по подготовке национальных военных кадров; проводит показы ПОН, а также учения и стрельбы на полигонах МО РФ; осуществляет информационное обеспе-

чение МСОС; формирует перечень высвобождаемой из наличия МО РФ ПОН для продажи инозаказчикам; утверждает экспортную комплектацию, тактико-технические характеристики продукции военного назначения, основные параметры НИОКР по ее созданию, выполняемых в интересах иностранных заказчиков [9].

Непосредственное выполнение контрольных и надзорных функций в исследуемой сфере возложено на подведомственную МО РФ Федеральную службу по военно-техническому сотрудничеству [10].

Данный орган исполнительной власти в пределах своих компетенций:

- принимает решения о ввозе в Российскую Федерацию и вывозе из нее ПОН; выдает субъектам ВТС лицензий на ввоз и вывоз ПОН; об организации выставок и показов образцов продукции военного назначения в РФ и в иностранных государствах;

- представляет в Минобороны России проекты федеральных законов, международных договоров РФ, других правовых актов по вопросам МСОС; предложения по формированию федерального бюджета на соответствующий год в части, касающейся финансирования ГОЗ;

- разрабатывает концептуальные подходы к решению проблемы повышения эффективности военно-технического сотрудничества, а также анализирует тенденции развития мирового рынка продукции военного назначения;

- рассматривает обращения инозаказчиков о поставках ПОН, регистрирует их, и принимает соответствующие решения;

- осуществляет полномочия собственника имущества «Рособоронэкспорта»;

- организует выставки и показы образцов ПОН в РФ и в иностранных государствах;

- формирует план сводного объема экспорта продукции военного назначения на очередной год и контролирует его исполнение.

В свою очередь, Федеральная служба по техническому и экспортному контролю осуществляет надзор за соблюдением международных обязательств в области контроля за экспортом ПОН, товаров и технологий двой-

ного назначения в целях нераспространения оружия массового поражения и средств его доставки [11].

Министерство промышленности и торговли РФ готовит международные договоры Российской Федерации о производственной и научно-технической кооперации организаций государств – участников Содружества Независимых Государств (СНГ), лицензирует деятельность разработчиков и производителей ПОН; определяют производителей продукции военного назначения, допущенных к выполнению контрактов на поставку ПОН.

Министерство экономического развития РФ формирует экспортно-импортную часть государственного оборонного заказа на основании предложений государственного заказчика по экспортно-импортным операциям в области МСОС; согласовывает проекты решений о создании совместных предприятий (организаций), занимающихся разработкой, производством, ремонтом, модернизацией и уничтожением ПОН. Федеральная таможенная служба обеспечивает таможенный контроль продукции военного назначения, перемещаемой через таможенную границу РФ. Федеральное агентство по управлению государственным имуществом участвует в решении вопросов о поставках инозаказчикам ПОН, являющейся федеральной собственностью [12].

Другие министерства и ведомства участвуют в военно-техническом сотрудничестве в рамках своих полномочий. Министерство иностранных дел России обеспечивает контроль за соблюдением внешнеполитических интересов РФ, участвует в подготовке и подписании соответствующих международных договоров, разрабатывает и представляет предложения, касающиеся формирования списка №1. Министерство финансов Российской Федерации обеспечивает финансирование мероприятий в области МСОС за счет средств федерального бюджета и осуществляет контроль за эффективным и целевым использованием этих средств; участвует в подготовке и подписании международных договоров Российской Федерации по вопросам погашения государственного внешнего

долга иностранным государствам за счет поставок ПОН, а также по вопросам предоставления государственных кредитов иностранным государствам в целях осуществления МСОС [13]; обеспечивает соблюдение единой финансовой, налоговой и валютной политики при заключении международных договоров Российской Федерации в области МСОС. Министерство юстиции РФ обеспечивает правовую защиту интересов государства в процессе передачи иностранным заказчикам и использования ими результатов НИОКР, которые содержатся в предлагаемой для передачи ПОН и права на которые принадлежат Российской Федерации. Служба внешней разведки России осуществляет выявление и оценку угроз национальной безопасности РФ в соответствующей области, а Федеральная служба безопасности обеспечивает в пределах своих полномочий безопасность государства при осуществлении МСОС [14].

Кроме того, определенное влияние на военно-техническое сотрудничество оказывает Федеральное Собрание РФ, осуществляющее законодательную деятельность. Справедливости ради следует признать, что в современных условиях органы законодательной власти выполняют сугубо подчиненную, обслуживающую роль по отношению к власти исполнительной. В этой связи участие Федерального Собрания в военно-техническом сотрудничестве приобретает достаточно формальный характер.

Несмотря на то, что законодательством не предусмотрено участие исполнительных органов власти субъектов Российской Федерации в осуществлении МСОС, однако, они оказывают на него самое непосредственное влияние. В частности, путем принятия на местном уровне законодательных актов, позволяющих выполнить в срок контрактные поставки продукции военного назначения [15].

Все вышеперечисленные органы государственного управления создают условия и предпосылки для успешного функционирования системы военно-технического сотрудничества. А непосредственно внешнеторговую деятельность осуществляют государственный посредник и организации – разработчи-

ки и производители продукции военного назначения, имеющие право на осуществление внешнеэкономической деятельности (ВЭД). Именно они занимаются продвижением ПОН, готовят контракты, берут на себя обязательства перед иностранными партнерами и выполняют их. Т.е. находятся на самых передовых рубежах военно-технического сотрудничества.

Список литературы:

1. Вопросы военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами. Указ Президента РФ от 10 сентября 2005 г. № 1062 // Гарант. Правовая система.
2. Положение о Комиссии по вопросам военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами. Утв. Указом Президента РФ от 10 сентября 2005 г. № 1062 // Гарант. Правовая система. – Приводится по состоянию на 11.07.2007 г.
3. О военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации с иностранными государствами. Федеральный закон от 19 июля 1998г. № 114-ФЗ // Российская газета. – 1998. – 23 июля.
4. Братко И.В., Васильева Л.П., Соколов А.П. Инструменты повышения конкурентоспособности социально-экономических систем. Курск, 2020.
5. Соколов А.П. Способы повышения эффективности управления региональными проектами в условиях государственно-частного партнерства. Финансовая экономика. 2016. № 4. С. 68-74.
6. Соколов А.П., Кузнецов И.С. Инвестиционный проект, бизнес-план, анализ инвестиционных проектов как этапы стратегического планирования на предприятии. Научно-методический электронный журнал Концепт. 2015. № Т13. С. 1176-1180.
7. Матвеевцева А.В., Соколов А.П. Продовольственная безопасность: региональный аспект. Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 6 (16). С. 86-91.
8. Пожималин, В. Н. Проблемы интеграции России в мировое хозяйство через санкции 2014-2015-х годов / В. Н. Пожималин // Журнал прикладных исследований. – 2020. – № 4-2. – С. 20-27. – DOI 10.47576/2712-7516_2020_4_2_20.
9. Арутюнов, В. Д. Тенденции развития современного предпринимательства и транснациональных корпораций в условиях мирового финансового кризиса / В. Д. Арутюнов // Журнал прикладных исследований. – 2020. – № 4-2. – С. 28-34. – DOI 10.47576/2712-7516_2020_4_2_28.
10. Мишуткин, И. В. Проблема защиты прав Российской Федерации на результаты интеллектуальной деятельности военного и двойного назначения / И. В. Мишуткин // Журнал прикладных исследований. – 2020. – № 4-2. – С. 35-37. – DOI 10.47576/2712-7516_2020_4_2_35.
11. Барков, А. В. Особенности государственно-частного партнерства в оборонно-промышленном комплексе Китая как элемента стратегии инновационного развития военно-гражданской интеграции / А. В. Барков // Журнал прикладных исследований. – 2020. – № 4-2. – С. 38-46. – DOI 10.47576/2712-7516_2020_4_2_38.
12. Романцова, Т. В. Организационно-экономические и методические аспекты реализации и оценки результатов инновационно-инвестиционных проектов в сельскохозяйственном производстве на уровне региона (муниципального района) / Т. В. Романцова, И. В. Рыжов, А. Е. Кротов // Репутациология. – 2016. – № 4(42). – С. 17-25.
13. Теория управления : Учебник / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин, О. В. Барбашина [и др.]. – 1-е изд.. – Москва : Издательство Юрайт, 2015. – 375 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-4737-3.
14. Инновационная направленность и критерии развития современных экономических знаний / А. П. Бирюков, И. С. Брикошина, А. М. Лялин [и др.] // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 6(107). – С. 814-817.

15. Sea ice evolution and internal wave generation due to a tidal jet in a frozen sea / E. G. Morozov, A. V. Marchenko, N. A. Marchenko [et al.] // Applied Ocean Research. – 2019. – Vol. 87. – P. 179-191. – DOI 10.1016/j.apor.2019.03.024.

References:

1. Voprosy` voenno-texnicheskogo sotrudnichestva Rossijskoj Federacii s inostranny`mi gosudarstvami. Ukaz Prezidenta RF ot 10 sentyabrya 2005 g. № 1062 // Garant. Pravovaya sistema.
2. Polozhenie o Komissii po voprosam voenno-texnicheskogo sotrudnichestva Rossijskoj Federacii s inostranny`mi gosudarstvami. Utv. Ukazom Prezidenta RF ot 10 sentyabrya 2005 g. № 1062 // Garant. Pravovaya sistema. Privoditsya po sostoyaniyu na 11.07.2007 g.
3. O voenno-texnicheskom sotrudnichestve Rossijskoj Federacii s inostranny`mi gosudarstvami. Federal`ny`j zakon ot 19 iyulya 1998g. № 114-FZ // Rossijskaya gazeta. 1998. 23 iyulya.
4. Bratko I.V., Vasil`eva L.P., Sokolov A.P. Instrumenty` povыsheniya konkurentosposobnosti social`no-e`konomicheskix sistem. Kursk, 2020.
5. Sokolov A.P. Sposoby` povыsheniya e`ffektivnosti upravleniya regional`ny`mi proektami v usloviyax gosudarstvenno-chastnogo partnerstva. Finansovaya e`konomika. 2016. № 4. S. 68-74.
6. Sokolov A.P., Kuznecov I.S. Investicionny`j proekt, biznes-plan, analiz investicionny`x proektov kak e`tapy` strategicheskogo planirovaniya na predpriyatii. Nauchno-metodicheskij e`lektronny`j zhurnal Koncept. 2015. № T13. S. 1176-1180.
7. Matveenceva A.V., Sokolov A.P. Prodovol`stvennaya bezopasnost`: regional`ny`j aspekt. Innovacionnaya e`konomika: perspektivy` razvitiya i sovershenstvovaniya. 2016. № 6 (16). S. 86-91.
8. Pozhimalin, V. N. Problemy` integracii Rossii v mirovoe xozyajstvo cherez sankcii 2014-2015-x godov / V. N. Pozhimalin // Zhurnal prikladny`x issledovanij. 2020. № 4-2. S. 20-27. DOI 10.47576/2712-7516_2020_4_2_20.
9. Arutyunov, V. D. Tendencii razvitiya sovremennogo predprinimatel`stva i transnacional`ny`x korporacij v usloviyax mirovogo finansovogo krizisa / V. D. Arutyunov // Zhurnal prikladny`x issledovanij. 2020. № 4-2. S. 28-34. DOI 10.47576/2712-7516_2020_4_2_28.
10. Mishutkin, I. V. Problema zashhity` prav Rossijskoj Federacii na rezul`taty` intellektual`noj deyatel`nosti voennogo i dvojnogo nazacheniya / I. V. Mishutkin // Zhurnal prikladny`x issledovanij. 2020. № 4-2. S. 35-37. DOI 10.47576/2712-7516_2020_4_2_35.
11. Barkov, A. V. Osobennosti gosudarstvenno-chastnogo partnerstva v oboronno-promыshlennom komplekse Kitaya kak e`lementa strategii innovacionnogo razvitiya voenno-grazhdanskoj integracii / A. V. Barkov // Zhurnal prikladny`x issledovanij. 2020. № 4-2. S. 38-46. DOI 10.47576/2712-7516_2020_4_2_38.
12. Romanczova, T. V. Organizacionno-e`konomicheskie i metodicheskie aspekty` realizacii i ocenki rezul`tatov innovacionno-investicionny`x proektov v sel`skoxozyajstvennom proizvodstve na urovne regiona (municipal`nogo rajona) / T. V. Romanczova, I. V. Ry`zhov, A. E. Krotov // Reputaciologiya. 2016. № 4(42). S. 17-25.
13. Teoriya upravleniya : Uchebnik / N. I. Astaxova, G. I. Moskvitin, O. V. Barbashina [i dr.]. 1-e izd.. Moskva : Izdatel`stvo Yurajt, 2015. 375 s. (Bakalavr. Akademicheskij kurs). ISBN 978-5-9916-4737-3.
14. Innovacionnaya napravlennost` i kriterii razvitiya sovremenny`x e`konomicheskix znaniy / A. P. Biryukov, I. S. Brikoshina, A. M. Lyalin [i dr.] // E`konomika i predprinimatel`stvo. 2019. № 6(107). S. 814-817.
15. Sea ice evolution and internal wave generation due to a tidal jet in a frozen sea / E. G. Morozov, A. V. Marchenko, N. A. Marchenko [et al.] // Applied Ocean Research. 2019. Vol. 87. P. 179-191. DOI 10.1016/j.apor.2019.03.024.

СОВРЕМЕННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ИННОВАЦИОННО-ПРОМЫШЛЕННЫХ ГОСКОМПАНИЙ

Норкова Кристина Андреевна

*Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, Горки, Республика
Беларусь*

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы современных подходов к системам управления рисками инновационно-промышленных корпораций. Объектом исследования выбираются именно государственные корпорации, так как в России это ключевые звенья экономики. Полученные результаты будут интересны менеджменту госкорпораций.

Ключевые слова: управление; риски; инновации; промышленные предприятия; госкорпорация.

MODERN RISK MANAGEMENT SYSTEMS FOR INNOVATIVE INDUSTRIAL STATE-OWNED COMPANIES

Norkova Kristina Andreevna

Belarusian State Agricultural Academy, Gorki, Republic of Belarus

Abstract. The article deals with the issues of modern approaches to risk management systems of innovative industrial corporations. It is state corporations that are chosen as the object of research, since in Russia they are key parts of the economy. The results obtained will be of interest to the management of state corporations.

Keywords: management; risks; innovation; industrial enterprises; state corporation.

Серьезной проблемой для развития инновационной деятельности многих госкорпораций и компаний с государственным участием (далее – Госкомпании) является дефицит стратегического видения [1]. Например, большинство госкомпаний, обязанных до 2011 года разработать программы инновационного развития (ПИР), до сих пор не имеют стратегий развития собственного бизнеса. Очевидно, что в этих условиях единый процесс планирования оказывается разорван, инновационные проекты теряют прямую связь с бизнес-процессами, усиливаются риски реализации долгосрочных стратегий развития.

В непосредственной связи с этим обстоятельством находится также и факт отставания многих компаний от своих зарубежных конкурентов по доле затрат на НИОКР. Компании, четко видящие связь между целями своего развития и результатами инновационных проектов, не испытывают сомнений, выделяя деньги для их реализации. Ведь эти вложения привязаны к будущим доходам. Для компаний с коротким горизонтом планирования, не имеющих долгосрочных планов развития, затраты имеют весьма абстрактную полезность, и их наращивание явно не считается приоритетом [2].

Так, в частности, Росатом планирует выйти на сопоставимый с иностранными компаниями-аналогами уровень расходов на НИОКР (4,5%) только в 2013 году, у Ростехнологий этот показатель в 2013-м составит 1,34%, что почти вдвое ниже, чем у иностранных конкурентов. Это при том, что заявленная Миссия Государственной корпорации «Ростехнологии» - это участие Госкорпорации в реализации государственной политики по инновационному развитию экономики России как инновационно-промышленная Корпорация, развивая промышленные технологии и создавая высокотехнологичную продукцию, соответствующую мировому уровню, с высокой долей интеллектуальной добавленной стоимости [3].

Мировой опыт в сфере управления рисками показывает, что важным фактором, влияющим на эффективную реализацию программ инновационного развития и ее гармоничное сочетание с общей корпоративной стратегией, безусловно, служит уровень развития системы управления инновациями внутри компаний в тесной взаимоувязке с Программами по управлению рисками. К примеру, в Росатоме формирование стратегии и программы инновационного развития шло снизу вверх с максимальным вовлечением всех дивизионов корпорации [4]. Сначала в активном диалоге были подготовлены дивизионные стратегии, затем они последовательно проходили защиту на правлении или стратегическом комитете: концерн «Росэнергоатом», ОАО «Топливная компания «ТВЭЛ» вместе с Техснабэкспортом, программа «Радиационные технологии», «Атомэнергомаш», дивизион «Бэк-энд» (ядерная и радиационная безопасность).

В Объединенной авиастроительной корпорации подготовка ПИР носила более централизованный характер, так как компания в тот период находилась в процессе внутренней консолидации ранее независимых и конкурировавших между собой структурных единиц [5].

Уникальным в этом смысле является опыт госкорпорации «Ростехнологии», корпоративная эволюция которой пока не завершена. В стратегии Ростехнологий отмечается, что

сейчас корпорация имеет многоотраслевую структуру, тяготеющую к модели корпорации развития. В перспективе Ростехнологии не планируют выстраивать жесткую вертикально-интегрированную структуру управления и рассчитывают сохранить в инновационной сфере функции стратегического уровня: выявление приоритетных технологических направлений; проведение технологической модернизации; формирование корпоративной системы по развитию малого и среднего инновационного бизнеса на основе использования научных разработок организаций корпорации, вузов и НИИ [6]; проведение технологического перевооружения дочерних компаний; формирование инновационной инфраструктуры корпорации и ее холдинговых компаний (интегрированных структур), включая создание бизнес-инкубаторов, технопарков, консалтинговых, тренинговых центров, а также системы управления правами на результаты интеллектуальной деятельности. При этом формирование ПИР дочерних компаний госкорпорации будет вестись ими самостоятельно.

На нынешнем, относительно раннем этапе реализации ПИР, подобные различия в системах управления пока не могут оказать заметного, поддающегося оценке влияния на достижение стратегических целей соответствующих компаний. Однако в дальнейшем они могут приобрести очень важное значение и стать определяющими [7].

На этом фоне следует особо отметить деятельность ряда ОПК-ориентированных промышленных предприятий ГК «Ростехнологии» и ОАО «Концерн «Созвездие». Кроме Программ инновационного развития, они также разработали Положения (Политики) и Стандарты управления рисками, содержащие, например, заявления Холдинга «Вертолеты России» (ГК «Ростехнологии») в отношении управления рисками, определяющее основные цели и задачи Холдинга по управлению рисками, а также участников системы управления рисками и их основные обязанности. Данная Политика основана на принципах корпоративного управления Кодекса Корпоративного Управления Соединенного

Королевства Великобритании и Северной Ирландии¹, международных профессиональных стандартов внутреннего аудита, а также рекомендаций Кодекса корпоративного управления Федеральной службы по финансовым рынкам Российской Федерации [8]. В качестве методологической основы для построения системы управления рисками в Холдинге используются рекомендации интегрированной модели управления рисками, разработанной Комитетом спонсорских организаций Комиссии Тредвея и международных стандартов производителей авиакосмической промышленности AS/EN 9100C (Система менеджмента качества - требования к организации авиационной, космической и оборонной отрасли).

Названные документы отражают мировые тенденции в области корпоративного управления) в части риск-менеджмента, как определяющего фактора реализации программ инновационного развития.

Но в общем плане, интеграция управления рисками инновационной деятельности холдинговых компаний в общую систему управления госкорпорациями происходит достаточно сложно даже в госкомпаниях с высокоразвитой организационной культурой (Росатом, Газпром, РАО ЕЭС). Риск-менеджмент чаще всего ориентирован на отдельные инновационные проекты, а не является подсистемой общей системы управления компании [9].

Исследование показало, что для реализации данной специальной функции менеджмента на предприятиях и в организациях, нацеленных на инновации, правомерно выделить ряд особенностей в методологии и организации управления рисками, определяющих комплексный характер данной подсистемы.

Во-первых, для данной подсистемы управления рисками можно выделить свой собственный специфический объект управления – рискованные ситуации, которые возникают в процессе функционирования и инновационного развития предприятия [10].

Во-вторых, критерии и принципы принятия решений в области управления рисками, связанные с инновационным развитием предприятия, хотя и вытекают из общесистемных принципов стратегии и критериев эффектив-

ности развития предприятия и холдинговой компании в целом, но приобретают свое собственное специфическое толкование и модификацию в соответствии с ключевыми компетенциями и сценариями развития предприятия.

В-третьих, для непосредственной реализации данной функции используются особые методы и инструментарий управления рисками, определяемые избранными сценариями развития, а также ключевыми компетенциями и моделью бизнеса компании [11].

В-четвертых, для обеспечения реализации функции управления рисками инновационного развития необходимо организовать в общей системе управления предприятием с помощью современных АСУ дополнительные информационные потоки и специфическую базу данных, дополняющие традиционную систему информационного обеспечения управленческих процессов и бизнес-процессов компании.

В-пятых, необходимо выделение специфических компетенций персонала, вовлеченного в процесс управления рисками инновационного развития предприятия [12].

В-шестых, при планировании программ и планов инновационного развития, требует пересмотра ресурсная составляющая, позволяющая учесть причины возникновения рискованных ситуаций на предприятии, которые влияют на инновационные решения, как первичные центры риска, а так же вторичные риски, влияющих на производственную деятельность. Влияние вторичного риска не должно превышать масштабы первичного риска.

Таким образом, управление рисками в инновационной деятельности сегодня является определяющим и необходимым признаком, придающим комплексный характер системам управления рисками в таких высокоинтегрированных организационно-экономических системах, как инновационно-промышленные госкомпании [13].

Кроме основополагающего - «инновационного» признака интеграции системы управления рисками (СУР) в сторону ее комплексности, следует рассмотреть еще ряд се-

годняшних ключевых характеристик данного явления, требующего своего участия в совершенствовании процессов управления рисками на промышленных предприятиях Госкорпорацию.

1. Возможности комплексного применения системы управления рисками в условиях экономического кризиса.

2. Управление инвестиционными рисками [14].

3. Способность обеспечивать инфраструктурные проекты холдинговых компаний госпредприятий, а так же проекты по взаимодействию с малым и средним бизнесом (МСБ) и другими заинтересованными лицами.

4. СУР подвергается комплексному процессному описанию, построению алгоритмов и механизмов управления рисками.

5. Организационный элемент общей структуры управления.

6. Управление рисками становится обязательной контрольной процедурой высшего менеджмента госкомпании.

7. Возможность объединения с другими интегральными показателями финансово-экономической деятельности Корпорации.

8. Система управления рисками подвергается комплексному документированию и автоматизации [15].

Управление рисками компании направлено на управление рисковыми событиями и возможностями, влияющими на создание или сохранение стоимости. При этом управление рисками – это процесс, осуществляемый менеджментом компании и другими сотрудниками в соответствии с ее стратегическими целями. Сегодня, Госкорпорацию стремятся соответствовать общемировой практике управления, строят собственные процессы управления компаниями, основанные на

комплексе взаимосвязанных компонентов, одновременно являющихся составной частью всего процесса управления госкорпорации и ее дочерних холдинговых компаний. К этим компонентам относятся: внутренняя среда в которой функционирует система управления рисками (или она отсутствует), постановка целей (стратегических, оперативных, тактических общих и в области управления рисками), определение рисков событий, оценка рисков, порядок реагирования на них, средства контроля за процессом управления рисками, информация и коммуникация, а также мониторинг рисков событий и реагирования на них.

Управление рисками это не некое дополнение к деятельности компании, но требующее определенных дополнительных усилий, например, по оценке, прогнозированию, построению моделей. И эти части механизма управления рисками тесно связаны с операционной деятельностью предприятия, затрагивают основы его деятельности. Управление рисками наиболее эффективно, когда его механизмы встроены в инфраструктуру компании и являются ее составной частью. За счет этого компания может расширять свои возможности для реализации избранной стратегии и достижения целей. При этом встроенные механизмы не несут дополнительных затрат по управлению рисками. Практика разработки новых процедур несет в себе увеличение издержек. Акцентирование внимания на уже существующих операциях и на повышении их вклада в систему управления рисками, на интеграции алгоритма управления рисками в основную производственную деятельность позволит построить эффективную комплексную систему управления рисками.

Список литературы:

1. Бюллетень Рейтингового агентства «Эксперт РА» «Рейтинг программ инновационного развития госкорпораций и компаний с государственным участием». – М., 2012 /www.raexpert.ru
2. Enterprise Risk Management Integrated Framework by the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO ERM)
3. Грачева М.В., Ляпина С.Ю. Управление рисками в инновационной деятельности. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010

-
4. Гарбар Т.В., Соколов А.П. Основные направления развития инновационно-инвестиционной деятельности на предприятии. В сб.: Новые технологии в учебном процессе и производстве. Материалы XIII межвузовской научно-технической конференции. Под редакцией Паршина А.Н., 2015. С. 222-224.
 5. Гарбар, Т. В. Основные направления развития инновационно-инвестиционной деятельности на предприятии / Т. В. Гарбар, А. П. Соколов // Новые технологии в учебном процессе и производстве : Материалы XIII межвузовской научно-технической конференции, Рязань, 27–30 апреля 2015 года / Под редакцией Паршина А.Н. – Рязань: Общество с ограниченной ответственностью «Рязанский Издательско-Полиграфический Дом «ПервопечатникЪ», 2015. – С. 222-224.
 6. Соколов А.П. Взаимосвязь инвестиций и инноваций в АПК. В сб.: Современная экономика: проблемы, пути решения, перспективы. сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. 2015. С. 35-36.
 7. Соколов А.П. Сбалансированная региональная финансовая политика как фактор экономической безопасности территории. В сб.: Финансово-кредитный механизм регулирования экономики: от теории к практике. сборник материалов I Международной научно-практической конференции преподавателей вузов, аспирантов и специалистов-практиков. 2016. С. 259-264.
 8. Семенихина, А. В. Действенные меры стабилизации экономической ситуации в России и их влияние на объем государственного и муниципального кредита и долга в период коронакризиса / А. В. Семенихина, О. И. Морозова, Н. С. Комиссарова // Индустриальная экономика. – 2021. – № 1. – С. 6-15. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_6.
 9. Долженко, И. Б. Факторы, влияющие на развитие международной торговли текстилем и одеждой / И. Б. Долженко // Индустриальная экономика. – 2021. – № 1. – С. 16-22. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_16.
 10. Лукьянова, М. Т. Актуальные аспекты формирования и использования финансовых результатов деятельности организации / М. Т. Лукьянова, В. А. Ковшов // Индустриальная экономика. – 2021. – № 1. – С. 23-28. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_23.
 11. Нефедова, К. А. Особенности формирования лояльности покупателей интернет-магазинов / К. А. Нефедова, И. И. Савельев, В. Е. Конюхова // Индустриальная экономика. – 2021. – № 1. – С. 29-36. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_29.
 12. Горелов, Д. В. Общая характеристика алгоритма и принципов оценки качества бизнес-планирования на промышленном предприятии / Д. В. Горелов, И. В. Рыжов // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 5(34). – С. 354-360.
 13. Теория управления : Учебное пособие для бакалавров / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин, О. В. Барбашина [и др.]. – 1-е изд.. – Москва : Издательство Юрайт, 2013. – 375 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-2160-1.
 14. Рыжов, И. В. Некоторые аспекты проблемы привлечения иностранных инвестиций в российскую экономику / И. В. Рыжов, Е. Д. Сахончик // Финансы и кредит. – 2003. – № 23(137). – С. 7-14.
 15. Романишина, Т. С. Социокультурные проекты как элемент стратегического развития городов / Т. С. Романишина, И. В. Рыжов // Экономика и предпринимательство. – 2012. – № 3(26). – С. 174-176.

References

1. Byulleten` Rejtingovogo agentstva «E`kspert RA» «Rejting programm innovacionnogo razvitiya goskorporacij i kompanij s gosudarstvenny`m uchastiem». М., 2012 /www.raexpert.ru

2. Enterprise Risk Management Integrated Framework by the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO ERM)
 3. Gracheva M.V., Lyapina S.Yu. Upravlenie riskami v innovacionnoj deyatel'nosti. M.: YuNITI-DANA, 2010
 4. Garbar T.V., Sokolov A.P. Osnovny'e napravleniya razvitiya innovacionno-investicionnoj deyatel'nosti na predpriyatii. V sb.: Novy'e tekhnologii v uchebnom processe i proizvodstve. Materialy' XIII mezhvuzovskoj nauchno-tekhnicheskoy konferencii. Pod redakciej Parshina A.N., 2015. S. 222-224.
 5. Garbar, T. V. Osnovny'e napravleniya razvitiya innovacionno-investicionnoj deyatel'nosti na predpriyatii / T. V. Garbar, A. P. Sokolov // Novy'e tekhnologii v uchebnom processe i proizvodstve : Materialy' XIII mezhvuzovskoj nauchno-tekhnicheskoy konferencii, Ryazan', 27–30 aprelya 2015 goda / Pod redakciej Parshina A.N.. Ryazan': Obshhestvo s ogranichennoj otvetstvennost'yu "Ryazanskij Izdatel'sko-Poligraficheskij Dom "Pervopechatnik"", 2015. S. 222-224.
 6. Sokolov A.P. Vzaimosvyaz' investicij i innovacij v APK. V sb.: Sovremennaya e'konomika: problemy', puti resheniya, perspektivy'. sbornik nauchny'x trudov Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. 2015. S. 35-36.
 7. Sokolov A.P. Sbalansirovannaya regional'naya finansovaya politika kak faktor e'konomicheskoy bezopasnosti territorii. V sb.: Finansovo-kreditny'j mexanizm regulirovaniya e'konomiki: ot teorii k praktike. sbornik materialov I Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii prepodavatelej vuzov, aspirantov i specialistov-praktikov. 2016. S. 259-264.
 8. Semenixina, A. V. Dejstvenny'e mery' stabilizacii e'konomicheskoy situacii v Rossii i ix vliyanie na ob'em gosudarstvennogo i municipal'nogo kredita i dolga v period koronakrizisa / A. V. Semenixina, O. I. Morozova, N. S. Komissarova // Industrial'naya e'konomika. 2021. № 1. S. 6-15. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_6.
 9. Dolzhenko, I. B. Faktory', vliyayushhie na razvitie mezhdunarodnoj torgovli tekstilem i odezhdoy / I. B. Dolzhenko // Industrial'naya e'konomika. 2021. № 1. S. 16-22. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_16.
 10. Luk'yanova, M. T. Aktual'ny'e aspekty' formirovaniya i ispol'zovaniya finansovy'x rezul'tatov deyatel'nosti organizacii / M. T. Luk'yanova, V. A. Kovshov // Industrial'naya e'konomika. 2021. № 1. S. 23-28. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_23.
 11. Nefedova, K. A. Osobennosti formirovaniya loyal'nosti pokupatelej internet-magazinov / K. A. Nefedova, I. I. Savel'ev, V. E. Konyuxova // Industrial'naya e'konomika. 2021. № 1. S. 29-36. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_29.
 12. Gorelov, D. V. Obshhaya xarakteristika algoritma i principov ocenki kachestva biznes-planirovaniya na promyshlennom predpriyatii / D. V. Gorelov, I. V. Ry'zhov // E'konomika i predprinimatel'stvo. 2013. № 5(34). S. 354-360.
 13. Teoriya upravleniya : Uchebnoe posobie dlya bakalavrov / N. I. Astaxova, G. I. Moskvitin, O. V. Barbashina [i dr.]. 1-e izd.. Moskva : Izdatel'stvo Yurajt, 2013. 375 s. (Bakalavr. Akademicheskij kurs). ISBN 978-5-9916-2160-1.
 14. Ry'zhov, I. V. Nekotory'e aspekty' problemy' privlecheniya inostranny'x investicij v rossijskuyu e'konomiku / I. V. Ry'zhov, E. D. Saxonchik // Finansy' i kredit. 2003. № 23(137). S. 7-14.
 15. Romanishina, T. S. Sociokul'turny'e proekty' kak e'lement strategicheskogo razvitiya gorodov / T. S. Romanishina, I. V. Ry'zhov // E'konomika i predprinimatel'stvo. 2012. № 3(26). S. 174-176.
-

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫМ ПОРТФЕЛЕМ СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ПАССИВНЫХ И АКТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ ИНВЕСТИРОВАНИЯ

Никитчук Татьяна Алексеевна

Финансовый университет при правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

Аннотация. Автором статьи раскрыт вопрос управления инвестиционным портфелем страховой организации на основе пассивных и активных стратегий инвестирования. Предложены современные методы управления инвестиционным портфелем, что в последующем позволит создать новые подходы к данному вопросу.

Ключевые слова: управление; инвестиционный портфель; страховая организация; стратегия; доходность.

INVESTMENT PORTFOLIO MANAGEMENT OF AN INSURANCE ORGANIZATION BASED ON PASSIVE AND ACTIVE INVESTMENT STRATEGIES

Nikitchuk Tatyana Alekseevna

Financial university under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

Abstract. The author of the article discloses the issue of managing the investment portfolio of an insurance company based on passive and active investment strategies. Modern methods of investment portfolio management are proposed, which in the future will allow creating new approaches to this issue.

Keywords: management; investment portfolio; insurance organization; strategy; profitability.

Для определения специфических особенностей обеспечения качественного управления инвестиционным портфелем страховщика, прежде всего, необходимо обратить внимание на основной принцип организации инвестиционного процесса в российских страховых компаниях. Как было отмечено в первой главе настоящего исследования, страховые организации должны осуществлять инвестиционную деятельность самостоятельно, в отличие от пенсионных и инвестиционных фондов, где принятие решения и полная ответственность за результаты инвестирования

лежат на управляющей компании [1]. Таким образом, задачей страховых организаций является определение инвестиционной политики, выбор инвестиционных активов, принятие инвестиционных решений и несение ответственности за полученные результаты, т.е. обеспечение качественного управления инвестициями.

Рассматривая в целом обеспечение качественного управления инвестиционным портфелем, представляется целесообразным сформулировать данное понятие следующим образом. Под обеспечением качественно-

го управления инвестиционным портфелем страховщика следует понимать применение к данному портфелю, как технологических возможностей, так и специальных методов и стратегий, обеспечивающих соответствие структуры инвестиционного портфеля поставленным целям по его управлению [2].

Поскольку основу инвестиционного капитала страховой организации составляют средства страховых резервов, формирующиеся в результате осуществления страховой деятельности, и эти средства носят авансированный характер, инвестиционная политика страховщика большей частью зависит от особенностей страховой политики организации. Это обуславливает определение стратегии и тактики инвестирования в первую очередь состоянием имеющегося в наличии страхового портфеля и только во-вторых - конъюнктурой рынка инвестиций.

Этот принцип должен реализовываться в рамках как активного, так и пассивного управления инвестициями.

Пассивное управление инвестиционным портфелем страховщика предполагает минимальное количество транзакций. Пересмотр состава активов вне зависимости от выбранной пассивной стратегии управления портфелем происходит в следующих случаях [3]:

при заключении новых договоров страхования и перестрахования (т.е. при поступлении страховых премий и иных денежных средств);

при частичном или полном погашении активов, имеющих фиксированный срок обращения;

при реализации активов (в связи с погашением долгосрочных обязательств по страховым договорам и иным требованиям).

Обычно в экономической литературе среди пассивных стратегий управления выделяют следующие:

управление индексным фондом (для активов, регулярно обращающихся на биржевом и внебиржевом рынке);

сопоставление потоков денежных ресурсов (для активов с фиксированным сроком обращения) [4].

Стратегия индексации заключается в

структуризации портфеля инвестиций и поддержании его характеристик равных базовым индексам соответствующих рынков. Однако этот подход является труднореализуемым на практике вследствие:

необходимости включения в портфель огромного количества активов в случае, если состав индекса широк;

возможного отсутствия предложения требуемого актива на рынке;

требования больших временных и материальных затрат.

В связи с этим рассмотрим более подробно возможность применения в страховой организации стратегии сопоставления потоков наличности.

Данный тип управления основан на формировании инвестиционного портфеля, обеспечивающего соответствие притоков и оттоков денежных ресурсов с минимальными издержками [5].

Таким образом, основной задачей применения этой стратегии пассивного управления является определение направлений движения денежных ресурсов внутри страхового учреждения.

Любому денежному потоку, как правило, соответствует поток встречного характера, причем один из них является прямым, а другой - потоком обратным. Прямой денежный поток - это размер и даты вложения средств, поток обратный - это размер и даты возврата, как инвестированных средств, так и полученной по ним прибыли. В страховой организации прямые потоки предполагают привлечение пассивов и вложение активов, потоки обратные включают плату по пассивам и получение доходов по активам [6]. Для ряда потоков денежных средств встречные потоки в чистом виде отсутствуют. В частности, при инвестировании ресурсов страховщика в такой объект недвижимости, как офис фирмы, обратный поток в чистом виде отсутствует. Такого типа инвестиции получают компенсацию неявно посредством обратных потоков из ряда других денежных потоков.

Все потоки денежных ресурсов, проходящие через страховую компанию, условно разделяют на такие части, как [7]:

прямой входной поток - платежи страховой организации при привлечении пассивов (уставной капитал, страховые премии по страхованию жизни, страховые премии по договорам страхования и перестрахования, иным чем страхование жизни, сумма возмещений перестраховщиками их доли в убытках и др.);

обратный выходной поток - это платежи страховой организации по привлеченным пассивам (выплата сумм страхового возмещения по страхованию жизни, выплата сумм страхового возмещения по иным договорам страхования и перестрахования, чем страхование жизни, выплата ренты, пенсии, аннуитетов по договорам страхования жизни, выплата дивидендов и др.) [8];

прямой выходной поток - предполагает платежи страховой организации в процессе размещения средств (покупка ценных бумаг, вложения в основные фонды, выдача ссуд страхователям и др.);

обратный входной поток - представляет собой платежи страховой организации по ранее размещенным средствам (погашение страхователями ссуд, выплата дивидендов и процентов, продажа основных фондов и ценных бумаг и др.);

неинвестиционный входной поток - доходы за оказание услуг сюрвейера, комиссионные по брокерским операциям и другие доходы, не связанные напрямую с активами страховщика;

неинвестиционный выходной поток - напротив, представляю собой расходы, которые связаны с обеспечением функционирования страховой организации (оплата труда персонала, аренды, ремонт помещений, оплата услуг связи и др.);

холостой поток - это платежи, которые не входят ни в один из вышеприведенных потоков.

Задача согласования инвестиционной политики страховщика с проводимыми страховыми операциями в рамках пассивной инвестиционной стратегии решается составлением имитационной модели функционирования страховой компании, воспроизводящей основные из перечисленных потоков денежных средств на прогнозный период. Движение рассмотренных денежных потоков имеет различный с точки зрения вероятности их реализации характер. Общее представление оценки вероятности их прохождения через страховую компанию отражено в табл. 1.

Таблица 1. - Оценка вероятности движения денежных потоков страховщика

Потоки средств	Степень оценки вероятности	Источник оценки вероятности
Поступление страховых премий по договорам страхования жизни и иным договорам, чем страхование жизни	Высокая	На основе бизнес-планов страховой организации
Поступление перестраховочных премий по договорам страхования жизни и иным договорам, чем страхование жизни	Высокая	На основе бизнес-планов страховой организации
Погашение обязательств по договорам страхования и перестрахования жизни	Высокая	На основе условий договоров страхования и перестрахования
Возмещение перестраховщиками их долей в страховых выплатах по договорам перестрахования жизни	Высокая	На основе условий перестраховочных договоров
Выплата сумм страхового возмещения по иным договорам страхования и перестрахования, чем страхование жизни	Невысокая	На основе предшествующих данных распределения вероятностей выплат по суммам и срокам
Возмещение перестраховщиками их долей в страховых выплатах по договорам перестрахования иным, чем страхование жизни	Невысокая	На основе предшествующих данных распределения вероятности выплат по суммам и срокам, а также исходя из условий перестраховочных договоров

Как следует из приведенной таблицы, основной проблемой страховщика является прогнозирование срока наступления страховых

событий и размеров выплаты страховых сумм по иным договорам страхования и перестрахования, чем страхование жизни. В общем

случае для решения этой проблемы можно использовать методы статистического моделирования, т.е. определение распределения вероятностей времени и размеров выплат по различным видам договоров страхования [9].

Тем не менее, важно учитывать то обстоятельство, что распределения строятся на основе предшествующей статистики по страховым случаям, а применяются они для перспективного прогнозирования инвестиций в новых условиях. Это является одним из ограничений для осуществления пассивных стратегий управления портфелем, сформированным из иных страховых резервов, чем страхование жизни, на основе рассматриваемой стратегии. Данный вывод позволяет сделать предположение о применимости данного подхода, главным образом, для обеспечения выполнения обязательств, имеющих фиксированный срок платежа - договоров страхования жизни.

Построение модели сопоставления денежных потоков для вышеуказанного типа обязательств должно удовлетворять принципу соответствия активов принятым обязательствам по суммам, срокам и валютам.

Соблюдение паритета по суммам и срокам может достигаться двумя способами:

- а) созданием портфеля активов, структура поступлений от которого полностью (или очень близко) совпадает со структурой будущих пассивов или обязательств;
- б) иммунизацией активов.

Стратегия сопоставления поступлений и требований является наиболее простой. Она исключает процентный риск и риск реинвестирования [10]. Однако она имеет и существенные недостатки, главным из которых является невозможность подобрать активы, полностью соответствующие по срочности обязательствам. Кроме того, обязательства по страхованию жизни могут менять свои параметры (например, в связи с требованием страхователя о выдаче ссуды), что может привести к рассогласованию денежных потоков. Как средство устранения этих недостатков в экономической литературе рассматривается метод иммунизации активов, в соответствии с которым предусматривается сопоставление

средней продолжительности инвестиционного портфеля и средней продолжительности обязательств страховой организации по договорам страхования жизни. Иными словами, данная стратегия основана на управлении дюрацией. Обычно выделяются три разновидности дюрации: а) дюрация Маколли или стандартная дюрация; б) модифицированная дюрация; в) эффективная дюрация.

Метод исследования дюрации основывается на ее способности чувствительно отражать стоимость как активов, так и пассивов к изменению ставок процента: чем выше дюрация, тем больше стоимость активов и пассивов потенциально подвержена изменениям. Разница между средней продолжительностью активов и пассивов характеризует позицию, занимаемую страховой организацией относительно процентного риска на данном интервале. Положительный дисбаланс изменяет стоимость страховой организации в противоположную сторону, по сравнению с изменениями ставок процента. Отрицательный дисбаланс способствует их однонаправленному изменению.

Для управления дюрацией страховая организация может ввести лимиты на дисбаланс средней продолжительности активов и пассивов. Частным случаем, когда портфель считается иммунизированным, является достижение их полного совпадения.

Применение стратегии иммунизации в страховой организации допускает большую гибкость относительно стратегии сопоставления денежных потоков, но и имеет ряд недостатков.

Во-первых, необходима постоянная ребалансировка из-за изменения дюрации с течением времени: при изменении процентных ставок, а также в случае трансформации денежного потока по обязательствам страхования жизни.

Во-вторых, существует опасность непараллельных изменений ставок доходности активов и обязательств, особенно при долгосрочной иммунизации, в частности, в связи с особенностями регулирования изменений нормы доходности по договорам страхования жизни для российских страховых организаций.

В-третьих, стратегия иммунизации труднодостижима, если поток обязательств является долгосрочным в связи с отсутствием на рынке финансовых инструментов с требуемыми сроками погашения.

Требование стратегии пассивного управления портфелем страхового учреждения предполагает соблюдение паритета активов и обязательств по валютам. В результате ограничения на приобретение страховыми организациями валютных активов российским законодательством применение методов пассивного управления представляется возможным только для договоров страхования жизни, предусматривающим выполнение обязательств в рублях.

Таким образом, применение стратегий пассивного управления инвестициями в страховой организации имеет ограниченный характер в силу ряда обстоятельств. Во-первых, это связано со сложностью прогнозирования выплат по иным страховым договорам, чем страхование жизни. Во-вторых, государственное регулирование в области валютного законодательства дополнительно вытесняет из сферы пассивной тактики все валютнономинированные страховые резервы [11]. В-третьих, существующие ограничения на изменение ставки технического процента по договорам страхования жизни и особенности налогового регулирования применительно к выплатам дополнительного инвестиционного дохода страхователям по этим договорам, ставят задачей получение высокого инвестиционного дохода для поддержания конкурентоспособности страховых продуктов. Все это приводит к необходимости выбора страховой организацией тактики активного управления своим инвестиционным портфелем.

При определении понятия активных стратегий управления инвестиционным портфелем нельзя не согласиться с точкой зрения М.Е. Коломиной, утверждающей, что данный тип управления предполагает «тщательное отслеживание и быстрое приобретение инструментов, соответствующих инвестиционным целям формирования портфеля, избавление от активов, которые перестали удовлетворять предъявляемым требованиям,

т.е. оперативную ревизию портфеля».

Решение об обновлении портфеля принимается страховщиком в следующих случаях:

изменения структуры страхового портфеля в соотношениях: страхование жизни / страхование иное, чем страхование жизни; краткосрочные / долгосрочные договоры; валютнономинированные резервы / резервы в национальной валюте и т.п.;

фундаментальных макроэкономических изменений;

изменений финансового состояния конкретного эмитента;

под влиянием политических и психологических аспектов инвестирования.

Основной целью выбора активного стиля управления является стремление получить доход, превышающий среднерыночный. В связи с этим возникает необходимость сформировать индекс, корректно отражающий требуемую базу сравнения. Для решения данного вопроса можно использовать доходность финансовых инструментов, представленных индексом соответствующего рынка, взвешенную на долю каждой группы активов в рыночной капитализации:

$$I = I_1 * d_1 + I_2 * d_2 + \dots + I_n * d_n \quad (1)$$

$$\sum_{n=1}^{n-1} d_n = 1,$$

где I – общерыночный индекс выборки групп финансовых инструментов;

I_n – индекс группы финансовых инструментов;

d_n – доля группы финансовых инструментов в рыночной капитализации выборки.

Для определения общей доходности инвестиционного портфеля за период владения можно использовать формулу, которую использует Лоренс Дж. Гитман и Майкл Д. Джонк в книге «Основы инвестирования», дополняя ее показателями доходов от сдачи недвижимости в аренду и прочих доходов от инвестиций:

$$\text{Rate} = \frac{D + TP + PP + Lease + Other}{\text{portfolio } V_0 + (V_{in} - t_{in} / 12) - (V_{out} - t_{out} / 12)} \quad (2)$$

где Rateportfolio - совокупная доходность портфеля;

D - полученные дивиденды и проценты;

TP - реализованная курсовая прибыль;

PP - нереализованная курсовая прибыль;

Lease - доходы от аренды недвижимости;

Other - прочие доходы от инвестиций;

Vo - начальные инвестиции;

Vin - дополнительные средства;

tin - число месяцев, когда дополнительные средства находились в портфеле;

Vout - извлеченные средства;

tout - число месяцев, когда извлеченные средства отсутствовали в портфеле.

Для определения целей активной стратегии управления портфелем в страховщика представляется целесообразным предложить разбить показатели, формирующие Rateportfolio (5), на составные части, в зависимости от состава инвестиционных ресурсов и дохода, полученного от покрывающих их активов.

Так, доходность портфеля, сформированного за счет средств резервов по страхованию жизни, следует представить в виде формулы:

$$\begin{aligned} & Dlife + TPlife + PPlife + Lease\ life + Other\ life \\ & Rate\ life = \text{-----}(3) \\ & Rlife + (Rlin - tlin / 12) - (Rlout - tlout / 12) \end{aligned}$$

доходность портфеля, сформированного за счет средств резервов иных, чем страхование жизни:

$$\begin{aligned} & Dnlife + TPnlife + PPnlife + Lease\ nlife + \\ & Other\ nlife \\ & Rate\ nlife = \text{-----}(4) \\ & Rnlife + (Rnlin - tnlin / 12) - (Rnlout - tnlout / 12) \end{aligned}$$

доходность портфеля, сформированного за счет собственных ресурсов страховщика:

$$\begin{aligned} & Deg + TPeg + PPEG + Leaseeg + Othereg \\ & Rateeg = \text{-----}(5) \\ & Reg + (Reg - teg / 12) - (Reg - teg / 12) \end{aligned}$$

Так как рыночный индекс, рассчитываемый по формуле (1), зависит от выборки типов активов, входящих в анализируемый портфель, необходимо определить способы формирования требуемой выборки. В связи с этим можно предложить следующие варианты расчета, зависящие от предпочтений каждой страховой организации.

Выборка включает индексы всех финан-

совых активов, рекомендуемых Правилами размещения средств страховых резервов, по которым возможно рассчитать показатель доходности.

Выборка включает только индексы тех финансовых инструментов, которые доступны для размещения средств страховой компанией в связи с имеющимися ограничениями (регион, средства в иностранной валюте и т.п.).

Выборка включает только индексы тех активов, из которых сформирован соответствующий портфель (3), (4), (5).

Для дальнейшего анализа выберем последний из предложенных вариантов и определим базовые индексы для каждого из представленных портфелей [12]:

индекс активов, покрывающих резервы по страхованию жизни (Ilife);

индекс активов, покрывающих резервы иные, чем страхование жизни (Inlife);

индекс активов, покрывающих собственные средства страховой организации (Ieg).

Таким образом, сформулируем цели стратегии активного управления инвестиционным портфелем страхового учреждения.

Превышение доходности инвестиционного портфеля, сформированного за счет резервов по страхованию жизни, номинированных в рублях, ставки технического процента по соответствующим резервам и общего индекса активов, формирующих данный портфель:

$$Ilife < Rate\ liferoub > Tliferoub \quad (6)$$

Превышение доходности инвестиционного портфеля, сформированного за счет резервов по страхованию жизни, номинированных в валюте, ставки технического процента по соответствующим резервам, и общего индекса активов, формирующих данный портфель:

$$Ilife < Rate\ lifecur > Tlifecur \quad (7)$$

При постановке цели активного управления рассматриваемой части инвестиционного портфеля страховщика необходимо учитывать возможность размещения валютнономинированных страховых резервов, как в рублевых, так и в валютных финансовых активах. В связи с этим можно определить следующие подходы к решению данной задачи:

рассмотрение валютнономинированного портфеля, сформированного за счет средств

резервов по страхованию жизни как единого целого, независимо от валюты размещенных активов. В этом случае все показатели приводятся к единому эквиваленту (рублевому или валютному) [13];

разделение портфелей в зависимости от валюты размещенных активов и определение целей управления аналогично приведенным в формуле (7).

Превышение доходности инвестиционного портфеля, сформированного за счет средств иных резервов, чем страхование жизни, номинированных в рублях, общего индекса активов, формирующих данный портфель:

$$\text{Rate nlife} > I \text{ nlife} \quad (8)$$

Превышение доходности инвестиционного портфеля, сформированного за счет средств иных резервов, чем страхование жизни, номинированных в валюте, темпов роста курса валюты резервов за период и общего индекса активов, формирующих данный портфель:

$$I \text{ nlife} < \text{Rate nlife} > T \text{ cur} \quad (9)$$

Превышение доходности инвестиционного портфеля, сформированного за счет собственных средств страховщика, номинированных в рублях, общего индекса активов, формирующих данный портфель:

$$\text{Rate egroub} > I \text{ egroub} \quad (10)$$

Поскольку уставный капитал страховой организации при участии инвестора-нерезидента может быть сформирован в иностранной валюте, не подлежащей обязательной продаже, можно выделить цель активных операций инвестиционным портфелем, сформированным за счет валютных средств уставного капитала и размещенным в валютнономинированных активах, как необходимость превышения индекса этих активов, формирующих данный портфель [14]:

$$\text{Rate egcur} > I \text{ egcur} \quad (11)$$

Таким образом, цель достижения вышеуказанных соотношений ставит перед страховой организацией задачу прогнозирования доходности финансовых инструментов при приемлемом уровне риска. Эта задача решается применением методов технического и фундаментального анализа, используемых инвесторами. Однако в связи со спецификой страховой деятельности, связанной с про-

блемой определения времени наступления страхового события по иным договорам, чем страхование жизни и необходимостью своевременного исполнения обязательств по всем договорам особенно важным является прогноз ликвидности. Основной проблемой страховых организаций является отсутствие финансового инструмента, способного оставаться доходным и ликвидным при негативной экономической ситуации. Даже при наличии качественного аналитического прогноза страховщики лишены возможности защиты инвестиционных портфелей в условиях финансового кризиса. Таким образом, мы вынуждены констатировать возможность обеспечения результативности и качества применения активной стратегии управления инвестиционным портфелем российских страховых организаций только в условиях отсутствия кризисной экономической ситуации.

Поскольку стратегии активного управления достаточно широко освещены в экономической литературе и страховая организация может использовать их, как и любой инвестор, остановимся лишь на проблемах, возникающих при применении стратегий этого стиля управления страховщиком.

Основными требованиями для осуществления активного управления являются: а) трудовые затраты; б) материальные затраты; в) возможность приобретения финансовых инструментов, которые соответствуют целям инвестирования страховщика; г) оперативность исполнения инвестиционного решения.

Обеспеченность российских страховых организаций кадрами необходимой квалификации, способными сформировать инвестиционную политику, отвечающую требованиям деятельности страховой организации, и обеспечить ее выполнение представляется недостаточной. Это связано в первую очередь с недооценкой государством роли, которую играет инвестиционное управление в страховании. Указанный факт сформировал и соответствующее отношение к кадровой проблеме на уровне страховых организаций. Большинство российских компаний не имеют инвестиционных отделов, что нельзя признать положительным фактом. Как представляется,

проблемы, связанные с инвестиционной деятельностью российских страховых организаций, изложенные в настоящей работе, ставят задачей изменить существующий подход с целью повышения надежности и прибыльности компаний, функционирующих на рынке страховых услуг.

Ограниченность материальных ресурсов страховых организаций также снижает качество и результативность активного управления инвестициями. Некоторые рынки становятся для них просто недоступными (в частности, торговля акциями в Российской торговой системе) [15]. Особенно это затрагивает региональные страховые организации. Увеличение уставных капиталов страховых организаций полностью не устраняет этой проблемы, поскольку основным источником инвестиционных ресурсов являются средства страховых резервов. Основным фактором, который может способствовать их увеличению, является рост операций по страхованию жизни. Однако проблемы, связанные с развитием этого вида страхования, позволяют сделать вывод об отсутствии в настоящее время возможности для российских страховщиков привлечения финансовых ресурсов, обеспечивающих им доступ на любые финансовые рынки.

Ограничение возможности приобретения финансовых инструментов, отвечающих инвестиционным целям страховой организации, связано не только с недостатком финансовых ресурсов. Для региональных страховых компаний стоит проблема отсутствия предложения необходимых активов в должном количестве, что заставляет вносить корректировки в инвестиционную политику и, соответственно, потенциально снижает ее эффективность.

Высокая оперативность исполнения инвестиционных решений, являющаяся залогом успешной деятельности на финансовом рынке, недоступна большинству страховых организаций в связи с необходимостью использования услуг посредников. Такая организация работы на финансовом рынке не защищает страховщика от волюнтаризма посредника, особенно в периоды нестабильной экономической ситуации, характерной для настоящего этапа развития отечественного хозяйства.

Таким образом, исследование особенностей обеспечения качественного управления инвестиционным портфелем российских страховых организаций на основе пассивных и активных стратегий инвестирования позволяет сформулировать выводы следующего характера:

Ведение пассивной инвестиционной стратегии страховыми организациями в России является ограниченным, что связано: а) со сложностью прогнозирования потоков платежей по рисковому виду страхования; б) с отсутствием на финансовом рынке долгосрочных инструментов, доступных для инвестирования, отвечающих требованиям надежности, доходности и ликвидности, необходимых для сопоставления сроков обязательств по договорам страхования жизни срокам размещений соответствующих страховых резервов; в) с невозможностью сопоставления валютнономинированных активов валюте размещений.

Для осуществления собственных обязательств (особенно по договорам страхования жизни и валютнономинированным договорам) страховая компания должна использовать активные стратегии управления, для успешного ведения которых необходимо решение следующих вопросов: 1) на официальном уровне: а) позволить страховщикам иметь в инвестиционном портфеле активы, не утрачивающие ликвидности в условиях экономических кризисов; б) дать возможность страховым организациям формировать инвестиционные портфели с учетом региональных особенностей, т.е. пересмотреть требования нормативов инвестиционных вложений, установленных Правилами; в) устранить факторы, влияющие на оперативность исполнения инвестиционных решений, в частности, финансового посредника.

2) на уровне страховой организации: а) способствовать накоплению инвестиционных ресурсов как привлеченных, так и собственных; б) создавать в компании инвестиционные отделы, способные проводить эффективную деятельность, соответствующую инвестиционным целям страховщика.

Список литературы:

1. Коломина М.Е. Стратегия управления портфелем ценных бумаг // Рынок ценных бумаг. – 2006. - № 7. – С. 15.
2. Гитман Л.Дж., Джонк М.Д. Основы инвестирования. – М., 1997. – С. 855.
3. Гарбар Т.В., Соколов А.П. Основные направления развития инновационно-инвестиционной деятельности на предприятии. В сб.: Новые технологии в учебном процессе и производстве. Материалы XIII межвузовской научно-технической конференции. Под редакцией Паршина А.Н., 2015. С. 222-224.
4. Гарбар, Т. В. Основные направления развития инновационно-инвестиционной деятельности на предприятии / Т. В. Гарбар, А. П. Соколов // Новые технологии в учебном процессе и производстве : Материалы XIII межвузовской научно-технической конференции, Рязань, 27–30 апреля 2015 года / Под редакцией Паршина А.Н.. – Рязань: Общество с ограниченной ответственностью «Рязанский Издательско-Полиграфический Дом «ПервопечатникЪ», 2015. – С. 222-224.
5. Соколов А.П. Взаимосвязь инвестиций и инноваций в АПК. В сб.: Современная экономика: проблемы, пути решения, перспективы. сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. 2015. С. 35-36.
6. Соколов А.П. Сбалансированная региональная финансовая политика как фактор экономической безопасности территории. В сб.: Финансово-кредитный механизм регулирования экономики: от теории к практике. сборник материалов I Международной научно-практической конференции преподавателей вузов, аспирантов и специалистов-практиков. 2016. С. 259-264.
7. Осадчий, В. В. Стратегия распределения семейного бюджета / В. В. Осадчий // Индустриальная экономика. – 2021. – № 1. – С. 37-40. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_37.
8. Мосякин, Т. Д. Анализ категорий «качество» и «ценности» с точки зрения психологии социологии и экономики / Т. Д. Мосякин, И. В. Положенцева, Е. И. Минайченкова // Индустриальная экономика. – 2021. – № 1. – С. 41-44. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_41.
9. Стаценко, В. В. Экосистемный подход в построении современных бизнес-моделей / В. В. Стаценко, И. И. Бычкова // Индустриальная экономика. – 2021. – № 1. – С. 45-61. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_45.
10. Зайцева, И. А. Практика применения методологий Agile, Scrum в ИТ-проектах / И. А. Зайцева, В. Ш. Ебата, Н. А. Ковбаса // Индустриальная экономика. – 2021. – № 1. – С. 62-69. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_62.
11. Козин, М. Н. Общая характеристика, виды и особенности практического применения аутсорсинга / М. Н. Козин, И. В. Рыжов // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 2(91). – С. 1048-1052.
12. Рыжов, И. В. Большие циклы конъюнктуры (Проблемы рос. экономики и обороны страны) : специальность 08.00.01 «Экономическая теория» : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Рыжов Игорь Викторович. – Москва, 1998. – 170 с.
13. Рыжов, И. В. Большие циклы в мировом хозяйстве: взаимосвязь с формированием экономических моделей и их теоретическим обоснованием / И. В. Рыжов // Финансы и кредит. – 2002. – № 20(110). – С. 28-37.
14. Мандрик, Н. В. Конкурентоспособность и делегирование полномочий: инновационный подход / Н. В. Мандрик, И. В. Рыжов // Экономика и предпринимательство. – 2012. – № 3(26). – С. 255-259.
15. Кубасова, О. А. Основные этапы формирования стратегии повышения международной конкурентоспособности промышленного предприятия / О. А. Кубасова, И. В. Рыжов // Транспортное дело России. – 2012. – № 5. – С. 209-211.

References

1. Kolomina M.E. Strategiya upravleniya portfelem cenny'x bumag // Ry'nok cenny'x bumag. 2006. - № 7. S. 15.
2. Gitman L.Dzh., Dzhonk M.D. Osnovy' investirovaniya. M., 1997. S. 855.
3. Garbar T.V., Sokolov A.P. Osnovny'e napravleniya razvitiya innovacionno-investicionnoj deyatel'nosti na predpriyatii. V sb.: Novy'e tekhnologii v uchebnom processe i proizvodstve. Materialy' XIII mezhvuzovskoj nauchno-tekhnicheskoy konferencii. Pod redakciej Parshina A.N., 2015. S. 222-224.
4. Garbar, T. V. Osnovny'e napravleniya razvitiya innovacionno-investicionnoj deyatel'nosti na predpriyatii / T. V. Garbar, A. P. Sokolov // Novy'e tekhnologii v uchebnom processe i proizvodstve : Materialy' XIII mezhvuzovskoj nauchno-tekhnicheskoy konferencii, Ryazan', 27–30 aprelya 2015 goda / Pod redakciej Parshina A.N.. Ryazan': Obshhestvo s ogranichennoj otvetstvennost'yu "Ryazanskij Izdatel'sko-Poligraficheskij Dom "Pervopechatnik"", 2015. S. 222-224.
5. Sokolov A.P. Vzaimosvyaz' investicij i innovacij v APK. V sb.: Sovremennaya e'konomika: problemy', puti resheniya, perspektivy'. sbornik nauchny'x trudov Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. 2015. S. 35-36.
6. Sokolov A.P. Sbalansirovannaya regional'naya finansovaya politika kak faktor e'konomicheskoy bezopasnosti territorii. V sb.: Finansovo-kreditny'j mexanizm regulirovaniya e'konomiki: ot teorii k praktike. sbornik materialov I Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii prepodavatelej vuzov, aspirantov i specialistov-praktikov. 2016. S. 259-264.
7. Osadchij, V. V. Strategiya raspredeleniya semejnogo byudzheta / V. V. Osadchij // Industrial'naya e'konomika. 2021. № 1. S. 37-40. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_37.
8. Mosyakin, T. D. Analiz kategorij "kachestvo" i "cennosti" s toчки zreniya psixologii sociologii i e'konomiki / T. D. Mosyakin, I. V. Polozhenceva, E. I. Minajchenkova // Industrial'naya e'konomika. 2021. № 1. S. 41-44. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_41.
9. Stacenko, V. V. E'kosistemny'j podxod v postroenii sovremenny'x biznes-modelej / V. V. Stacenko, I. I. By'chkova // Industrial'naya e'konomika. 2021. № 1. S. 45-61. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_45.
10. Zajceva, I. A. Praktika primeneniya metodologij Agile, Scrum v IT-proektax / I. A. Zajceva, V. Sh. Ebata, N. A. Kovbasa // Industrial'naya e'konomika. 2021. № 1. S. 62-69. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_62.
11. Kozin, M. N. Obshhaya xarakteristika, vidy' i osobennosti prakticheskogo primeneniya outsorsinga / M. N. Kozin, I. V. Ry'zhov // E'konomika i predprinimatel'stvo. 2018. № 2(91). S. 1048-1052.
12. Ry'zhov, I. V. Bol'shie cikly' kon'yunktury' (Problemy' ros. e'konomiki i oborony' strany') : special'nost' 08.00.01 "E'konomicheskaya teoriya" : dissertaciya na soiskanie uchenoj stepeni kandidata e'konomicheskix nauk / Ry'zhov Igor' Viktorovich. Moskva, 1998. 170 s.
13. Ry'zhov, I. V. Bol'shie cikly' v mirovom xozyajstve: vzaimosvyaz' s formirovaniem e'konomicheskix modelej i ix teoreticheskim obosnovaniem / I. V. Ry'zhov // Finansy' i kredit. 2002. № 20(110). S. 28-37.
14. Mandrik, N. V. Konkurentosposobnost' i delegirovanie polnomochij: innovacionny'j podxod / N. V. Mandrik, I. V. Ry'zhov // E'konomika i predprinimatel'stvo. 2012. № 3(26). S. 255-259.
15. Kubasova, O. A. Osnovny'e e'tapy' formirovaniya strategii pov'sheniya mezhdunarodnoj konkurentosposobnosti promy'shlennogo predpriyatiya / O. A. Kubasova, I. V. Ry'zhov // Transportnoe delo Rossii. 2012. № 5. S. 209-211.

СОВРЕМЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ РЕКЛАМЫ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

Сергеевич Антон Германович

Томский государственный архитектурно-строительный университет, Томск, Россия

Аннотация. В статье раскрыто современное значение рекламы в системе маркетинга. В последнее время результативность рекламы резко снижается и предложенные механизмы порой не действуют. Автор предлагает новый взгляд на данную проблематику. Статья будет интересна широкому кругу читателей.

Ключевые слова: реклама; маркетинг; оценка; потребитель; товаропроизводитель.

THE MODERN MEANING OF ADVERTISING IN THE MARKETING SYSTEM

Sergeevich Anton Germanovich

Tomsk State University of Architecture and Civil Engineering, Tomsk, Russia

Abstract. The article reveals the modern meaning of advertising in the marketing system. Recently, the effectiveness of advertising has been sharply reduced and the proposed mechanisms sometimes do not work. The author offers a new perspective on this issue. The article will be of interest to a wide range of readers.

Keywords: advertising; marketing; grade; consumer; commodity producer.

Характерной чертой современной рекламы является приобретение ее новой роли в результате вовлечения в процесс управления производственно-сбытовой деятельности промышленных и сервисных фирм. Суть новой рекламы в том, что она стала неотъемлемой и активной частью комплексной системы маркетинга и эффективность рекламной-информационной деятельности производителя и ее соответствие новым требованиям мирового рынка [1].

Появление новых требований обусловлено, прежде всего, структурными изменениями мирового рынка, «пик» которых пришелся на 70-годы, и которые продолжаются до сих пор. Эти изменения повлияли на маркетин-

говую ситуацию. Резкое усложнение сбыта и обострение конкуренции привели к тому, что маркетинг стал фактором конкурентной борьбы, не менее важным, чем достижение превосходства на рынке путем внедрения технических новшеств или снижение себестоимости продукции. Реклама оказалась практически единственным инструментом воздействия на рынок [2].

Формируя спрос и стимулируя сбыт, заставляя потребителей покупать товары и ускоряя процесс «купли-продажи», а отсюда оборачиваемость капитала, реклама выполняет на рынке экономическую функцию. Кроме того, она осуществляет также информационную функцию [3]. В этой роли рекла-

ма обеспечивает потребителей направленным потоком информации о производителе и его товарах, в частности, их потребительской стоимости.

Вместе с тем, очевидно, что, являясь частью системы маркетинга, реклама перешагивает узкие рамки информационной функции и берет на себя еще функцию коммуникационную [4].

С помощью применяемых в процессе изучения рекламной деятельности анкет, опросов, сбора мнений, анализа процесса реализации товаров поддерживается обратная связь с рынком и потребителем. Это позволяет контролировать продвижение изделий на рынок, создавать и закреплять у потребителей устойчивую систему предпочтений к ним, в случае необходимости быстро корректировать процесс сбытовой и рекламной деятельности [5]. Таким образом, реализуется контролирующая и корректирующая функции рекламы.

Используя свои возможности направленного воздействия на определенные категории потребителей, реклама все в большей степени выполняет функцию управления спросом. Управляющая функция становится отличительным признаком современной рекламы, предопределенным тем, что она является составной частью системы маркетинга [6].

Практика западных фирм показывает, что на микроуровне почти любое состояние потребительского спроса может быть изменено маркетинговыми действиями, включающими целенаправленные рекламные мероприятия, до такой степени, чтобы он соответствовал реальным производственным возможностям фирмы или ее сбытовой политике [7].

Если спрос негативный, то реклама его создает в соответствии с принципами конверсионного маркетинга, отсутствующий спрос стимулирует (стимулирующий маркетинг), потенциальный спрос делает реальным (развивающийся маркетинг), снижающийся восстанавливает (синхромаркетинг), оптимальный спрос функционирует на заданном уровне (поддерживающий маркетинг), чрезмерный снижает (демаркетинг), иррациональный спрос сводит до нуля (противодействующий маркетинг).

Практика зарубежных фирм показывает, что в большинстве случаев задачи, связанные с увеличением спроса и управлением им, решаются не сразу для всего рынка, а только для отдельного его сегмента или совокупности сегментов. Сегментация выступает в этом случае как эффективный способ «омоложения» продукции, вступающей в фазу снижения спроса, и придания ее нового жизненного импульса на рынке [8].

На современном рынке маркетинговая деятельность, в том числе рекламная, характеризуется множеством связей, осуществляющих вширь и вглубь, в самых разнообразных направлениях и на разных уровнях организационных структур. Для производителя становится необходимым так построить свою работу, чтобы в его практической деятельности стимулировался, не прерывался и постоянно учитывался поток информации из самых различных источников и все основные действия контролировать обратной связью.

Рынок, получив по каналам рекламы информацию о действиях производителя, генерирует обнадеживающие или настораживающие сведения, в частности, информацию с различных уровней сбытовой сети – от торговых агентов, оптовых и розничных торговцев, потребителей [9]. Кроме того, производитель получает нужные ему данные от специализированных организаций, работающих с информацией – ассоциаций, институтов, агентств, предоставляющие своим клиентам готовые исследования, а также рекомендации, содержащие сведения о факторах, прямо или косвенно воздействующих на сбыт. Таким образом, производитель получает информацию о контролируемых факторах, на которые он может повлиять, и о внешних, неконтролируемых факторах, возникающих в результате воздействия среды, в которой маркетинговая и как ее составляющая рекламная деятельность [10]. Эти неконтролируемые факторы являются следствием существующих в то или иной стране политических, экономических, правовых условий, государственных и общественных институтов, уровня и специфики культуры, национальных особенностей населения и т.д. и обязательно учитываются при

разработке рекламных кампаний.

В конечном счете, информация о рынке и его реакция на действия производителя аккумулируется в его маркетинговой службе или в работающей с ним специализированной маркетинговой организации. На основе этой информации разрабатываются новые и корректируются старые рекламные кампании, а также образцы рекламной продукции по определенным товарам [11].

Качество рекламной стратегии зависит от точности планирования маркетинга. План маркетинга является, возможно, самым важным документом в распоряжении предприятия. В этом документе сведены вместе все обновленные данные о предприятии, об обслуживаемых им рынках, о его товарах, услугах, покупателях и конкурентах.

Во-вторых, он заставляет всех управляющих разными видами деятельности в компании работать совместно – решать вопросы разработки товаров, их производства, продажи, рекламы, кредитования, транспортировки, фокусируя внимание на потребностях покупателя.

В-третьих, он ставит задачи и цели, кото-

рые должны быть достигнуты к определенному сроку, и, наконец, план, точно определяет стратегию и тактику достижения этих целей. Таким образом, план маркетинга подчиняет себе все силы компании, задействованные в рыночном сражении [12].

Влияние плана маркетинга на рекламу. С одной стороны, план маркетинга позволяет осуществлять анализ, критику, оптимизацию всей деятельности компании, включая предыдущие программы маркетинга и рекламы [13].

С другой стороны, он подсказывает будущую роль рекламы в комплексе рыночной деятельности. Он выделяет те действия, которых потребуют рекламного обеспечения, и те рекламные мероприятия, в отношении которых будет необходима маркетинговая поддержка [14].

Наконец, план маркетинга определяет фокус и направление творческой разработки рекламы, не давая творческим побуждениям сойти с рельсов основного направления; он позволяет улучшить исполнение, контроль и последовательность рекламных программ, а также обеспечивает оптимальное размещение средств, выделенных на рекламу [15].

Список литературы:

1. Соколов А.П., Тарасов А.А., Тынчерова В.Р. Учет затрат на производство продукции учреждений УИС. Научно-методический электронный журнал Концепт. 2015. № Т13. С. 1186-1190.
2. Соколов А.П. Формирование системы устойчивого развития промышленных предприятий. Московский экономический журнал. 2017. № 4. С. 33.
3. Соколов, А. П. Формирование системы устойчивого развития промышленных предприятий / А. П. Соколов // Московский экономический журнал. – 2017. – № 4. – С. 33.
4. Соколов А.П., Пономарева Е.В. Совершенствование системы прогнозирования и планирования социально-экономического развития региона: инструменты, методология и мониторинг. Вологда, 2012.
5. Семенихина, А. В. Действенные меры стабилизации экономической ситуации в России и их влияние на объем государственного и муниципального кредита и долга в период коронакризиса / А. В. Семенихина, О. И. Морозова, Н. С. Комиссарова // Индустриальная экономика. – 2021. – № 1. – С. 6-15. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_6.
6. Долженко, И. Б. Факторы, влияющие на развитие международной торговли текстилем и одеждой / И. Б. Долженко // Индустриальная экономика. – 2021. – № 1. – С. 16-22. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_16.
7. Лукьянова, М. Т. Актуальные аспекты формирования и использования финансовых результатов деятельности организации / М. Т. Лукьянова, В. А. Ковшов // Индустриальная экономика. – 2021. – № 1. – С. 23-28. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_23.

8. Нефедова, К. А. Особенности формирования лояльности покупателей интернет-магазинов / К. А. Нефедова, И. И. Савельев, В. Е. Конюхова // *Индустриальная экономика*. – 2021. – № 1. – С. 29-36. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_29.
9. Рыжов, И. В. Большие циклы конъюнктуры (Проблемы рос. экономики и обороны страны) : специальность 08.00.01 «Экономическая теория» : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Рыжов Игорь Викторович. – Москва, 1998. – 170 с.
10. Рыжов, И. В. Большие циклы в мировом хозяйстве: взаимосвязь с формированием экономических моделей и их теоретическим обоснованием / И. В. Рыжов // *Финансы и кредит*. – 2002. – № 20(110). – С. 28-37.
11. Мандрик, Н. В. Конкурентоспособность и делегирование полномочий: инновационный подход / Н. В. Мандрик, И. В. Рыжов // *Экономика и предпринимательство*. – 2012. – № 3(26). – С. 255-259.
12. Кубасова, О. А. Основные этапы формирования стратегии повышения международной конкурентоспособности промышленного предприятия / О. А. Кубасова, И. В. Рыжов // *Транспортное дело России*. – 2012. – № 5. – С. 209-211.
13. Рыжов, И. В. Анализ актуальных направлений привлечения инвестиций на отечественные предприятия / И. В. Рыжов, Е. Д. Сахончик // *Финансы и кредит*. – 2003. – № 24(138). – С. 24-35.
14. Романишина, Т. С. Социокультурные проекты как элемент стратегического развития городов / Т. С. Романишина, И. В. Рыжов // *Экономика и предпринимательство*. – 2012. – № 3(26). – С. 174-176.
15. Рыжов, И. В. Большие циклы в мировом и отечественном хозяйстве (Воздействие на формирование экономических моделей) : специальность 08.00.01 «Экономическая теория» : диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Рыжов Игорь Викторович. – Москва, 2002. – 387 с.

References

1. Sokolov A.P., Tarasov A.A., Ty'ncherova V.R. Uchet zatrat na proizvodstvo produkciï uchrezhdenij UIS. Nauchno-metodicheskij e`lektronny`j zhurnal Koncept. 2015. № T13. S. 1186-1190.
2. Sokolov A.P. Formirovanie sistemy` ustojchivogo razvitiya promy`shlenny`x predpriyatij. Moskovskij e`konomicheskij zhurnal. 2017. № 4. S. 33.
3. Sokolov, A. P. Formirovanie sistemy` ustojchivogo razvitiya promy`shlenny`x predpriyatij / A. P. Sokolov // Moskovskij e`konomicheskij zhurnal. 2017. № 4. S. 33.
4. Sokolov A.P., Ponomareva E.V. Sovershenstvovanie sistemy` prognozirovaniya i planirovaniya social`no-e`konomicheskogo razvitiya regiona: instrumenty`, metodologiya i monitoring. Vologda, 2012.
5. Semenixina, A. V. Dejstvenny`e mery` stabilizacii e`konomicheskoy situacii v Rossii i ix vliyanie na ob`em gosudarstvennogo i municipal`nogo kredita i dolga v period koronakrizisa / A. V. Semenixina, O. I. Morozova, N. S. Komissarova // *Industrial`naya e`konomika*. 2021. № 1. S. 6-15. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_6.
6. Dolzhenko, I. B. Faktory`, vliyayushhie na razvitie mezhdunarodnoj trgovli tekstilem i odezhdoy / I. B. Dolzhenko // *Industrial`naya e`konomika*. 2021. № 1. S. 16-22. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_16.
7. Luk`yanova, M. T. Aktual`ny`e aspekty` formirovaniya i ispol`zovaniya finansovy`x rezul`tatov deyatel`nosti organizacii / M. T. Luk`yanova, V. A. Kovshov // *Industrial`naya e`konomika*. 2021. № 1. S. 23-28. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_23.
8. Nefedova, K. A. Osobennosti formirovaniya loyal`nosti pokupatelej internet-magazinov / K.

A. Nefedova, I. I. Savel'ev, V. E. Konyuxova // *Industrial'naya e'konomika*. 2021. № 1. S. 29-36. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_29.

9. Ry'zhov, I. V. Bol'shie cikly' kon'yunktury' (Problemy' ros. e'konomiki i oborony' strany') : special'nost' 08.00.01 "E'konomicheskaya teoriya" : dissertaciya na soiskanie uchenoj stepeni kandidata e'konomicheskix nauk / Ry'zhov Igor' Viktorovich. Moskva, 1998. 170 s.

10. Ry'zhov, I. V. Bol'shie cikly' v mirovom xozyajstve: vzaimosvyaz' s formirovaniem e'konomicheskix modelej i ix teoreticheskim obosnovaniem / I. V. Ry'zhov // *Finansy' i kredit*. 2002. № 20(110). S. 28-37.

11. Mandrik, N. V. Konkurentosposobnost' i delegirovanie polnomochij: innovacionny'j podxod / N. V. Mandrik, I. V. Ry'zhov // *E'konomika i predprinimatel'stvo*. 2012. № 3(26). S. 255-259.

12. Kubasova, O. A. Osnovny'e e'tapy' formirovaniya strategii povysheniya mezhdunarodnoj konkurentosposobnosti promy'shlennogo predpriyatiya / O. A. Kubasova, I. V. Ry'zhov // *Transportnoe delo Rossii*. 2012. № 5. S. 209-211.

13. Ry'zhov, I. V. Analiz aktual'ny'x napravlenij privlecheniya investicij na otechestvenny'e predpriyatiya / I. V. Ry'zhov, E. D. Saxonchik // *Finansy' i kredit*. 2003. № 24(138). S. 24-35.

14. Romanishina, T. S. Sociokul'turny'e proekty' kak e'lement strategicheskogo razvitiya gorodov / T. S. Romanishina, I. V. Ry'zhov // *E'konomika i predprinimatel'stvo*. 2012. № 3(26). S. 174-176.

15. Ry'zhov, I. V. Bol'shie cikly' v mirovom i otechestvennom xozyajstve (Vozdejstvie na formirovanie e'konomicheskix modelej) : special'nost' 08.00.01 "E'konomicheskaya teoriya" : dissertaciya na soiskanie uchenoj stepeni doktora e'konomicheskix nauk / Ry'zhov Igor' Viktorovich. Moskva, 2002. 387 s.

УДК 338

Прикладные экономические исследования, ООО «Научный консультант», 2021

ИЗУЧЕНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Горбатенко Владимир Сергеевич

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Москва, Россия*

Аннотация. Автор обращается к такой актуальной теме, как прибыль предприятия. Проклассифицированы основные факторы, установлены взаимосвязи, вызывающие убытки, прибыль на предприятиях, что в последующем должно стать основой для стабильного развития хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: прибыль; предприятие; затраты; оценка; результат.

UDC 338

Applied Economic Researches, SA LLC, 2021

THE STUDY OF FACTORS AFFECTING THE PROFITS OF THE ENTERPRISE

Gorbatenko Vladimir Sergeevich

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

Abstract. The author addresses such a topical topic as the profit of the enterprise. The main factors are classified, relationships are established that cause losses, profits at enterprises, which in the future should become the basis for the stable development of an economic entity.

Keywords: profit; company; expenses; grade; result.

На изменение прибыли влияют две группы факторов внешние и внутренние. Внутренние факторы изменения прибыли подразделяются на основные и неосновные. Важнейшими в группе основных являются валовой доход и доход от продажи продукции (объем продаж), себестоимость продукции, структура продукции и затрат, величина амортизационных отчислений, цена продукции [1].

К неосновным факторам относятся факторы, связанные с нарушением хозяйственной дисциплины, такие как ценовые нарушения, нарушения условий труда и требований к качеству продукции, другие нарушения, ведущие к штрафам и экономическим санкциям [2].

К внешним факторам, влияющим на прибыль предприятия, относятся социально-экономические условия, цены на производственные ресурсы, уровень развития внешнеэкономических связей, транспортные и природные условия [3].

Далее более подробно остановимся на внутренних, основных факторах, влияющих на величину прибыли как абсолютного показателя эффективности хозяйствования предприятия [4].

Важнейшими факторами роста прибыли являются рост объема производства и продажи продукции, внедрение научно-технических разработок, повышение производительности труда, улучшение качества продукции [5].

Основной источник денежных накоплений предприятий – доход предприятия от продажи продукции, а именно та его часть, которая остается за вычетом расходов на материальные, трудовые и другие денежные затраты, радикального изменения управления экономикой показатель дохода от продажи продукции становится одним из важнейших показателей деятельности предприятий [6].

Данный показатель создает заинтересованность трудовых коллективов не столько в росте количественного объема выпускаемой продукции, сколько в увеличении объема проданной продукции [7]. А это значит, что производиться должны такие изделия и товары, которые отвечают требованиям потребителей и пользуются спросом на рынке [8].

В этих целях необходимо изучать рыночные условия хозяйствования и возможности внедрения производимой продукции на рынках путем расширения объемов ее продажи [9].

С развитием предпринимательства и повышением конкуренции возрастает ответственность предприятий за выполнение принятых на себя обязательств. Таким образом, показатель дохода от продажи продукции отвечает требованиям коммерческого расчета и, в свою очередь, способствует развитию производственно-хозяйственной деятельности [10].

Заинтересованность предприятий в производстве и продаже качественной, пользующейся спросом на рынке продукции, отражается на величине прибыли, которая при прочих равных условиях находится в прямой зависимости от объема продажи этой продукции.

Расходы на производство и продажу продукции, определяющие себестоимость, состоят из стоимости используемых в производстве продукции природных ресурсов, сырья, основных и вспомогательных материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов и прочих производственных расходов, а также внепроизводственных затрат [11].

Состав и структура затрат зависят от ха-

рактера и условий производства при той или иной форме собственности от соотношения материальных и трудовых затрат и других факторов [12].

Итак, прибыль как основная форма денежных накоплений зависит, прежде всего, от снижения затрат на производство и обращение продукции, а также от увеличения объема продажи продукции.

Размер прибыли как конечного финансового результата работы предприятия зависит и от второй, не менее важной величины – объема валового дохода предприятия [13].

Размер валового дохода предприятия и соответственно прибыли зависит не только от количества и качества произведенной и проданной продукции (выполненных работ, оказанных услуг), но и от уровня применяемых цен.

Основную часть прибыли предприятия получают от реализации продукции и услуг. В процессе анализа изучается динамика, выполнение плана прибыли от реализации продукции и определяются факторы изменения ее суммы (рис. 1) [14].

Прибыль от производства и реализации в целом по предприятию зависит от четырех факторов первого уровня соподчиненности: объема реализации продукции (VPI); ее структуры (Уд_i); себестоимости (С_i) и уровня среднереализационных цен (Ц_i):

$$\dot{I} = \sum_{i=1} (VPI_{i\dot{u}} \cdot \dot{O}_{i\dot{r}} (\dot{O}_i - C))$$

Объем реализации продукции может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на сумму прибыли. Увеличение объема продаж продукции приводит к увеличению прибыли. Если же продукция является убыточной, то при увеличении объема реализации происходит уменьшение суммы прибыли [15].

Себестоимость продукции обратно пропорциональна прибыли: снижение себестоимости приводит к соответствующему росту суммы прибыли, и наоборот.

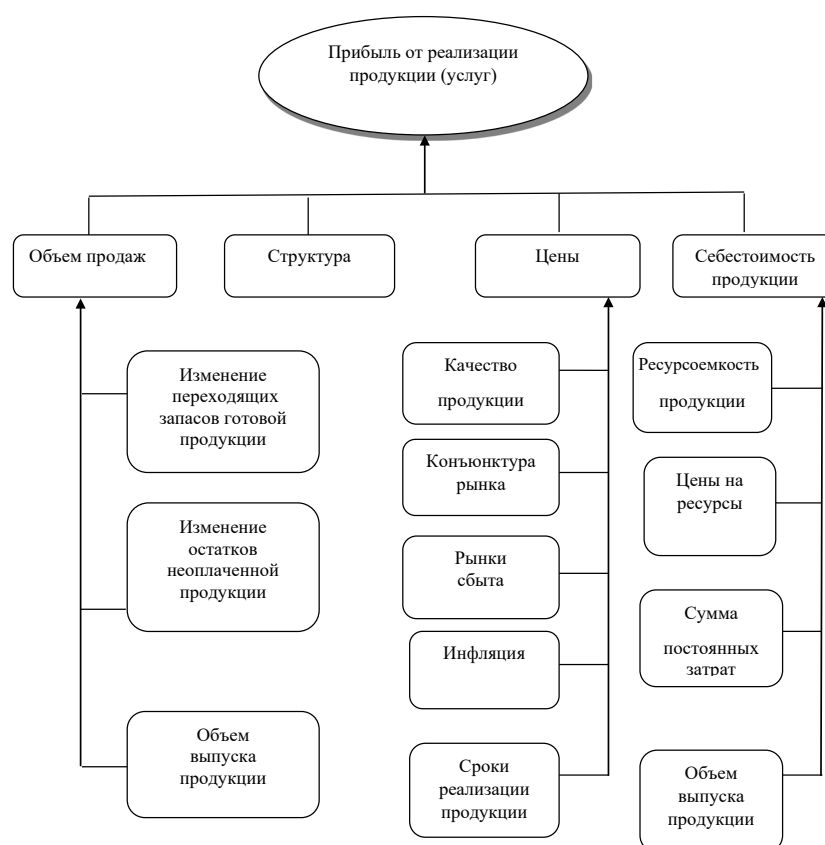


Рисунок 1. - Структурно-логическая факторная модель прибыли от реализации продукции и услуг

Список литературы:

1. Соколов А.П., Тарасов А.А., Тынчерова В.Р. Учет затрат на производство продукции учреждений УИС. Научно-методический электронный журнал Концепт. 2015. № Т13. С. 1186-1190.
2. Соколов А.П. Формирование системы устойчивого развития промышленных предприятий. Московский экономический журнал. 2017. № 4. С. 33.
3. Соколов, А. П. Формирование системы устойчивого развития промышленных предприятий / А. П. Соколов // Московский экономический журнал. – 2017. – № 4. – С. 33.
4. Соколов А.П., Пономарева Е.В. Совершенствование системы прогнозирования и планирования социально-экономического развития региона: инструменты, методология и мониторинг. Вологда, 2012.
5. Осадчий, В. В. Стратегия распределения семейного бюджета / В. В. Осадчий // Индустриальная экономика. – 2021. – № 1. – С. 37-40. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_37.
6. Мосякин, Т. Д. Анализ категорий «качество» и «ценности» с точки зрения психологии социологии и экономики / Т. Д. Мосякин, И. В. Положенцева, Е. И. Минайченкова // Индустриальная экономика. – 2021. – № 1. – С. 41-44. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_41.
7. Стаценко, В. В. Экосистемный подход в построении современных бизнес-моделей / В. В. Стаценко, И. И. Бычкова // Индустриальная экономика. – 2021. – № 1. – С. 45-61. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_45.
8. Зайцева, И. А. Практика применения методологий Agile, Scrum в ИТ-проектах / И. А. Зайцева, В. Ш. Ебата, Н. А. Ковбаса // Индустриальная экономика. – 2021. – № 1. – С. 62-69. – DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_62.
9. Рыжов, И. В. Влияние Кондратьевских волн на перспективы развития российской экономики и оборонной сферы государства / И. В. Рыжов // Финансы и кредит. – 2002. – № 19(109). – С. 54-61.

10. Рыжов, И. В. Приоритеты инвестиционной стратегии России на долгосрочную перспективу / И. В. Рыжов, С. Г. Малыгин // Экономические науки. – 2008. – № 38. – С. 164-166.

11. Голощапов, А. Н. Общая характеристика и алгоритм проведения внутреннего аудита системы менеджмента качества организации / А. Н. Голощапов, И. В. Рыжов // Экономика и предпринимательство. – 2012. – № 5(28). – С. 244-248.

12. Кулхард, Г. Д. Система разработки, принятия и исполнения управленческих решений на промышленном предприятии / Г. Д. Кулхард, И. В. Рыжов // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 5(34). – С. 601-608.

13. Роль государства в управлении функционированием и развитием предприятий оборонно-промышленного комплекса / С. С. Чеботарев, В. С. Чеботарев, Б. В. Проскурин, И. В. Рыжов // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 4(105). – С. 41-45.

14. Рыжов, И. В. Анализ актуальных направлений привлечения инвестиций на отечественные предприятия / И. В. Рыжов, Е. Д. Сахончик // Финансы и кредит. – 2003. – № 24(138). – С. 24-35.

15. Романишина, Т. С. Социокультурные проекты как элемент стратегического развития городов / Т. С. Романишина, И. В. Рыжов // Экономика и предпринимательство. – 2012. – № 3(26). – С. 174-176.

References

1. Sokolov A.P., Tarasov A.A., Ty'ncherova V.R. Uchet zatrat na proizvodstvo produkcii uchrezhdenij UIS. Nauchno-metodicheskij e`lektronny`j zhurnal Koncept. 2015. № T13. S. 1186-1190.

2. Sokolov A.P. Formirovanie sistemy` ustojchivogo razvitiya promy`shlenny`x predpriyatij. Moskovskij e`konomicheskij zhurnal. 2017. № 4. S. 33.

3. Sokolov, A. P. Formirovanie sistemy` ustojchivogo razvitiya promy`shlenny`x predpriyatij / A. P. Sokolov // Moskovskij e`konomicheskij zhurnal. 2017. № 4. S. 33.

4. Sokolov A.P., Ponomareva E.V. Sovershenstvovanie sistemy` prognozirovaniya i planirovaniya social`no-e`konomicheskogo razvitiya regiona: instrumenty`, metodologiya i monitoring. Vologda, 2012.

5. Osadchij, V. V. Strategiya raspredeleniya semejnogo byudzheta / V. V. Osadchij // Industrial`naya e`konomika. 2021. № 1. S. 37-40. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_37.

6. Mosyakin, T. D. Analiz kategorij "kachestvo" i "cennosti" s toчки zreniya psixologii sociologii i e`konomiki / T. D. Mosyakin, I. V. Polozhenceva, E. I. Minajchenkova // Industrial`naya e`konomika. 2021. № 1. S. 41-44. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_41.

7. Stacenko, V. V. E`kosistemny`j podxod v postroennii sovremenny`x biznes-modelej / V. V. Stacenko, I. I. By`chkova // Industrial`naya e`konomika. 2021. № 1. S. 45-61. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_45.

8. Zajceva, I. A. Praktika primeneniya metodologij Agile, Scrum v IT-proektax / I. A. Zajceva, V. Sh. Ebata, N. A. Kovbasa // Industrial`naya e`konomika. 2021. № 1. S. 62-69. DOI 10.47576/2712-7559_2021_1_62.

9. Ry`zhov, I. V. Vliyanie Kondrat`evskix voln na perspektivy` razvitiya rossijskoj e`konomiki i oboronnoj sfery` gosudarstva / I. V. Ry`zhov // Finansy` i kredit. 2002. № 19(109). S. 54-61.

10. Ry`zhov, I. V. Prioritety` investicionnoj strategii Rossii na dolgosrochnuyu perspektivu / I. V. Ry`zhov, S. G. Maly`gin // E`konomicheskie nauki. 2008. № 38. S. 164-166.

11. Goloshhapov, A. N. Obshhaya xarakteristika i algoritm provedeniya vnutrennego audita sistemy` menedzhmenta kachestva organizacii / A. N. Goloshhapov, I. V. Ry`zhov // E`konomika i predprinimatel`stvo. 2012. № 5(28). S. 244-248.

12. Kulxard, G. D. Sistema razrabotki, prinyatiya i ispolneniya upravlencheskix reshenij na promy'shlennom predpriyatii / G. D. Kulxard, I. V. Ry'zhov // E'konomika i predprinimatel'stvo. 2013. № 5(34). S. 601-608.

13. Rol' gosudarstva v upravlenii funkcionirovaniiem i razvitiem predpriyatij oboronno-promy'shlennogo kompleksa / S. S. Chebotarev, V. S. Chebotarev, B. V. Proskurin, I. V. Ry'zhov // E'konomika i predprinimatel'stvo. 2019. № 4(105). S. 41-45.

14. Ry'zhov, I. V. Analiz aktual'ny'x napravlenij privlecheniya investicij na otechestvenny'e predpriyatiya / I. V. Ry'zhov, E. D. Saxonchik // Finansy' i kredit. 2003. № 24(138). S. 24-35.

15. Romanishina, T. S. Sociokul'turny'e proekty' kak e'lement strategicheskogo razvitiya gorodov / T. S. Romanishina, I. V. Ry'zhov // E'konomika i predprinimatel'stvo. 2012. № 3(26). S. 174-176.

Прикладные экономические исследования
Международный межвузовский рецензируемый научный журнал.
№ 3 (43) / 2021

Главный редактор
Доктор экономических наук, профессор А.А. Степанов

Выпускающие редакторы: к.э.н. В.Д. Петухов, к.с.-х.н., доцент М.В. Ступников
Научный редактор: д.э.н., доцент М.В. Савина
Оформление обложки Ж.Г. Черепанова

Стать автором:

Чтобы опубликовать статью в журнале «Прикладные экономические исследования»
свяжитесь с редакцией:

keyneslab@gmail.com или по телефону: +7 (926) 609-32-93.

<http://www.n-ko.ru>. Москва 2021. © Издательство «Научный консультант».

Издательство ООО «Научный консультант».
123007, г. Москва, ул. Хорошевское ш., д.35 к2, оф. 508.
Тел.: +7 (926) 609-32-93, web: www.n-ko.ru, mail: keyneslab@gmail.com

The Applied Economic Researches
Peer reviewed international interuniversity scientific journal.
N 3 (43) / 2021

Editor-in-chief
Stepanov A.A., Doctor of Economics, professor

Managing editors: Petukhov V.D., PhD, Stupnikov M.V., PhD, associate professor
Scientific editor: Savina M.V., Doctor of Economics, associate professor
Cover design Zh.G. Cherepanova

Submit a manuscript:

The Applied Economic Researches is an open access journal. To submit a manuscript please,
contact us: keyneslab@gmail.com or via phone: +7 (926) 609-32-93.

<http://www.n-ko.ru>. Moscow 2021. © Publishing house «Scientific Adviser».

Publishing house «Scientific Adviser»
123007, Moscow, Russia, Khoroshevskoe shosse., bld 35, constr 2, office 508.
Phone: +7 (926) 609-32-93, web: www.n-ko.ru, mail: keyneslab@gmail.com
