Журнал правовых и экономических исследований.
Journal of Legal and Economic Studies, 2021, 4: 194–197
© Н.С. Смирницкий, 2021

DOI 10.26163/GIEF.2021.79.37.029
УДК (623:351.86):346.548

N.S. Smirnitskiy

INFLUENCE OF ECONOMIC FEATURES OF PRODUCTION ON DEVELOPING STRATEGY OF BUSINESS ECONOMIC SECURITY

Nikolay Smirnitskiy – military man, military unit 38995, Moscow; **e-mail: Smi1315@mail.ru**.

The research is dedicated to the problem of developing a system of strategic management of economic security of production enterprises. Special attention is paid to distinguishing economic features of manufacturing various products; we analyze the influence of the features in question on developing a strategy of economic security of businesses. The quality level and innovation characteristics of the production often depend on non-market factors. Taking these features into account is essential for developing the strategy of ensuring economic security of businesses.

Keywords: *production enterprises; strategic management; economic security; market environment threats; export of innovative products; market power.*

Н.С. Смирницкий

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОИЗВОДСТВА НА ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Николай Сергеевич Смирницкий – военнослужащий, сотрудник ВЧ 38995, г. Москва; **e-mail: Smi1315@mail.ru**.

Статья посвящена проблеме формирования системы стратегического управления экономической безопасностью производственных предприятий. Основное внимание автор уделяет определению экономических особенностей производства различной продукции и анализирует их влияние на формирование стратегии экономической безопасности предприятий. Уровень качества и инновационные характеристики производства часто зависят от влияния нерыночных факторов. Учет этих особенностей является определяющим для формирования стратегии обеспечения экономической безопасности предприятий.

Ключевые слова: *производственные предприятия; стратегическое управление; экономическая безопасность; угрозы со стороны рыночной среды; экспорт инновационной продукции; рыночная власть.*

Наиболее убедительный концептуальный подход к выработке вариантов управленческой реакции руководства фирм (предприятий) на угрозы со стороны внешней среды предложен И. Ансоффом [1]. В качестве возможных вариантов И. Ансофф рассматривает варианты активного, реактивного и планового управления [1, с. 24]. Отличия по отдельным вариантам заключаются в определении момента реакции фирмы на угрозу.

В соответствии с подходом И. Ансоффа отличие управленческой реакции предприятия по отдельным вариантам заключается в скорости реагирования на угрозу. Таким образом, основным оценочным показателем эффективности реакции является время: момент начала действенного реагирования на угрозу и период времени противодействия угрозе и ее

полной ликвидации. Чем раньше система управления предприятия начинает реагировать на угрозу, используя все имеющиеся в наличии средства противостояния, тем короче будет общий период борьбы с угрозой, и тем меньше будет величина суммарных потерь предприятия от угрозы во всех ее проявлениях.

Следует отметить, что рассмотрение фактора времени и использования его влияния при формировании мер по предотвращению угроз имеют универсальный характер и применимо практически для всех видов организаций и предприятий, производящих продукцию как гражданского, так и оборонного назначения.

Вместе с тем, другой аспект концептуального подхода И. Ансоффа заключается в его экономической оценке ущерба от угрозы, он считает, что основной причиной наращивания потерь является продолжение, несмотря на воздействие угрозы, осуществления предприятием неэффективной и нерентабельной деятельности. В условиях падения или полного исчезновения спроса на продукцию предприятия на рынке, оно продолжает производить данную продукцию, накапливая запасы нереализованной продукции, используя невостребованные, с точки зрения потребителей во внешней среде, технологий и оборудования. Суммарный экономический ущерб от угрозы, по мнению И. Ансоффа, складывается из потерь предприятия из-за продолжения нерентабельной деятельности и затрат предприятия, связанных с ликвидацией нерентабельной деятельности [1].

Представляется, что данный аспект концептуального подхода И. Ансоффа в случае, если его использовать применительно к предприятиям ОПК, следует рассмотреть более подробно. Он затрагивает проблему поддержания экономической безопасности ОПК в случае сокращения государственного оборонного заказа и, как следствие, появления потенциально избыточных производственных мощностей, однако при использовании данного подхода не учитываются различия между накоплением объемов реализуемой гражданской продукции в условиях снижения рыночного спроса и продолжающимся процессом производства военной продукции сверх гособоронзаказа. Организационно-экономический механизм процессов поддержания необходимого уровня экономической безопасности предприятий ОПК должен располагать возможностями осуществления маневра высвободившимися производственными мощностями с целью их эффективного использования за пределами РФ. Экономическая сторона вопроса эффективности маневра использования производственных мощностей на внешних рынках вооружений заключается в правильном соотношении предприятиями российского ОПК при экспорте военной продукции таких понятий, как «цена на инновационную военную продукцию» и «скорость развития и внедрения достижений НТП в сфере вооружений».

Если рассматривать экономические особенности экспорта продукции военного назначения, то, прежде всего, следует сконцентрировать внимание на цене на продукцию. Формирование цены и ценовой стратегии экспорта продукции предприятий ОПК играет важнейшую роль в получении доходов от экспорта, необходимых и достаточных для создания модели диверсификации производства, основанной на наличии возможностей саморазвития.

Развитие НТП в области производства военной продукции находит свое конкретное выражение в создании инноваций. Если исходить из утверждения, в соответствии с которым экспорт российских вооружений иностранным заказчикам представляет собой процесс производства и реализации инновационной продукции, то основу ценовой стратегии предприятий ОПК должны составлять теоретические положения и концептуальные подходы экономики инноваций, основателем которой является Й. Шумпетер.

Й. Шумпетер впервые ввел в сферу экономической науки понятие «инновации» и их пять видов [4, с. 159], среди которых для характеристики процессов производства военной продукции и реализации ее иностранным потребителям в наибольшей степени подходят два вида, а

именно: производство нового продукта и организация нового способа потребления продукта.

Новшества в экономике (к которым следует отнести номенклатуру поставляемой на экспорт военной продукции), по утверждению Й. Шумпетера, создаются не в процессе обычного хозяйственного кругооборота, а в результате смещения траектории кругооборота: «… в первом случае допустимо противопоставлять между собой предложение и спрос как в принципе независимые факторы, а, во втором, – нет. Отсюда следует, что во втором случае не может быть положения равновесия в том смысле, в каком оно существует в первом» [4, с. 158].

Важность данного положения заключается в том, что согласно ему можно обосновать определяющее влияние предложения инновационной продукции на спрос и возникновение специфических явлений, в том числе – нерыночного характера, влияющих на конъюнктуру.

В диалоге между производителем вооружений (продавцом) и иностранным заказчиком (покупателем) инициатива в вопросе установления цены на инновационную, с точки зрения заказчика, военную продукцию принадлежит производителю (российскому промышленному предприятию или корпорации), поэтому производитель инновационной продукции имеет теоретически обоснованную возможность «самостоятельно устанавливать цену на свою продукцию, сообразуясь лишь с готовностью потребителя приобрести ее по предлагаемой цене» [3, с. 65].

Размер цены имеет одно из ключевых значений для разработки ценовой стратегии и стратегии обеспечения экономической безопасности предприятий ОПК, поскольку доходы предприятия от экспорта продукции, определяемые на ее основе, являются ресурсным источником для поддержания устойчивого уровня использования производственных мощностей и формирования начального этапа процесса диверсификации с организацией предприятиями ОПК производства продукции гражданского назначения.

Требования к размеру цены на военную продукцию, поставляемую зарубежным потребителям, должны быть следующие:

- экспортная цена на отдельные виды вооружений должна быть выше цены на аналогичные виды вооружений, поставляемых ВС РФ;

- надбавка к цене на экспортную продукцию должна быть достаточной для того, чтобы доходы предприятия или корпорации, полученные с ее помощью, обеспечивали финансирование начального этапа процесса диверсификации производства гражданской продукции.

Важным моментом, затрагивающим проблему поддержания экономической безопасности ОПК, который следует учитывать при формировании промышленными предприятиями ОПК программ саморазвития и обеспечения экономической безопасности, является, помимо возможности самостоятельного установления цены на экспортируемую военную продукцию, контроль за объемами продаж по ее отдельным видам. В связи с этим в теоретической части формирования программ саморазвития и обеспечения экономической безопасности предприятия ОПК заслуживает внимания исследование понятия «рыночная власть», введенного в научный оборот Дж. Гэлбрейтом [2].

Рыночная власть, по мнению Дж. Гэлбрейта, – результат реализации промышленным производителем функции роста, а следствием обретения рыночной власти крупными производителями является обеспечение возможности выполнения ими двух необходимых для стабильного функционирования экономических условий: осуществления контроля над ценами и контроля над объемами продаж по установленным ценам произведенной продукции. Дж. Гэлбрейт утверждает, что «… необходимость контроля над объемами продаж по установленным ценам тесно переплетается с необходимостью контроля над ценами» [2, с. 246–247].

Контроль над ценами и объемами продаж военной продукции на экспорт как следствие рыночной власти производителей позволяет предприятиям ОПК получать устойчивый доход от экспорта

вооружений в течение длительного периода времени.

Проблемой поддержания экономической безопасности ОПК является необходимость учета фактора времени, т.е. определение продолжительности периода реализации экспортных поставок вооружений на рассмотренных ранее условиях.

Продолжительность периода реализации экспортных поставок вооружений должна быть достаточной для того, чтобы объем доходов от продажи продукции в данном периоде позволил предприятию или корпорации использовать полученные денежные средства для модернизации производства, перенацелить неиспользуемые производственные мощности на выпуск гражданской продукции и сформировать организационно-экономические основы потенциала саморазвития промышленных предприятий и корпораций ОПК.

Продолжительность периода экспортных поставок, обеспечивающих экономическую безопасность предприятия, должна определяться с учетом следующих факторов.

1. На протяжении всего периода предприятие-производитель инновационной продукции должно сохранять рыночную власть над потребителем и обеспечивать контроль над ценами и объемами продаж.

2. На протяжении всего периода поставляемая продукция по своим потребительским свойствам и эксплуатационным параметрам должна сохранять инновационный характер.

3. Определение продолжительности периода должно учитывать темпы развития НТП, разработку новых технологий, создание новых видов продукции сходного потребительского назначения.

4. Продолжительность периода должна быть достаточной для завершения реализации предприятием ОПК начального этапа стратегии диверсификации и достижения производственными системами, действующими в рамках программ производства гражданской продукции, «точек безубыточности».

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ансофф И.* Стратегическое управление. М.: Экономика, 1989.

2. *Гэлбрейт Дж.* Новое индустриальное общество. М.: Прогресс, 1969.

3. *Мазалов Н.Е.* Стратегия и техническая политика промышленных предприятий. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2011.

4. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.