

ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА НОВОГО ВРЕМЕНИ

ISSN 2587-5981



Периодическое издание

Выпуск № 4

Казань, 2018

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ
РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ ЖУРНАЛ**

**"ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА
НОВОГО ВРЕМЕНИ"**

**Выпущено под редакцией
Научного объединения
«Вертикаль Знаний»**



РОССИЯ, КАЗАНЬ

2018 год

Основное заглавие: Экономика и парадигма нового времени

Параллельное заглавие: Economics and the paradigm of the new time

Языки издания: русский (основной), английский (дополнительный)

Учредитель периодического издания и издатель: Научное объединение «Вертикаль Знаний»

Место издания: г. Казань

Формат издания: электронный журнал в формате pdf

Периодичность выхода: 1 раз в месяц

ISSN: 2587-5981

Редколлегия издания:

1. Кораблев Максим Михайлович - канд. экон. наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.
2. Королюк Елена Владиславовна - д-р экон. наук, доцент, Кубанский государственный университет, филиал в г. Тихорецке.
3. Мезенцева Екатерина Викторовна - канд. экон. наук, доцент, Кубанский государственный университет, филиал в г. Тихорецке.
4. Кирова Татьяна Александровна - канд. экон. наук, доцент, Армавирский социально-психологический институт.
5. Буркальцева Диана Дмитриевна - д-р экон. наук, доцент, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь.
6. Святохо Наталья Валентиновна - канд. экон. наук, доцент, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь.
7. Самигуллин Эльдар Валиевич - д-р экон. наук, профессор, Кыргызский экономический университет, г. Бишкек, Кыргызстан.
8. Охременко Светлана Игоревна - канд. техн. наук, доцент, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Украина.
9. Гасило Елена Александровна - канд. экон. наук, доцент, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Украина.

ISSN 2587-5981



9 772587 598003 >

ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ ВЫПУСКА:

Экономика и парадигма нового времени. - 2018. - № 4 (6).

Оглавление выпуска

**МЕЖДУНАРОДНОГО
РЕЦЕНЗИРУЕМОГО
НАУЧНОГО ЖУРНАЛА**

**«ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА
НОВОГО ВРЕМЕНИ»**

Стр. 5 Алакбарова Ф.

«Темная» сторона информационной прозрачности компаний

Стр. 10 Нуриджанян Е.С.

Суть межфирменной кооперации и сотрудничества предприятий

Стр. 14 Смотрин А.Р.

Проблемы информационной прозрачности российских компаний

УДК 334.02

«ТЕМНАЯ» СТОРОНА ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОЗРАЧНОСТИ КОМПАНИЙ

Алакбарова Фидан,
Уральский государственный
экономический университет, г. Екатеринбург,
E-mail: igniwa@gmail.com

Научный руководитель: Савченко Яна Валерьевна,
Уральский государственный
экономический университет, г. Екатеринбург,
E-mail: 75karpenko@mail.ru

Аннотация. Раскрытие информации играет важную роль в привлекательности организации для инвесторов. В статье описывается отрицательная сторона транспарентности компаний, когда высокий уровень информационной прозрачности начинает граничить с понятием конфиденциальности. Также показаны риски повышенной транспарентности и способы получения данных о конкурентах.

Ключевые слова: транспарентность, риски, темная сторона, конфиденциальность, кража информации, компании-конкуренты.

Abstract. Disclosure of information plays an important role in the attractiveness of the organization for investors. The article describes the negative side of the transparency of companies, when a high level of information transparency collides with confidentiality. Also, the risks of a high level of transparency and ways of obtaining data about competitors are shown.

Keywords: transparency, risks, dark side, confidentiality, information theft, competing companies.

Сегодняшнее информационное пространство характеризуется огромными потоками информации. Информация и имидж компании играют практически решающую роль в формировании представления о фирме у потенциальных потребителей и других участниках рынка.

Для исследования информационной прозрачности компаний проводятся так называемые рейтинги, анкетирования, отслеживание открытой корпоративной отчетности. У информационной прозрачности есть две особенности: быстрый рост популярности и широкое применение в различных областях. Это вызвано тем, что в условиях неопределенности информационная прозрачность влияет на скорость и качество принимаемых решений [1, с. 2].

Можно выделить следующие эффекты информационной открытости:

- снижение информационного разрыва между внешними инвесторами и объектом инвестиций;
- возможность привлечь высококвалифицированных специалистов;
- возможность привлечь дополнительные ресурсы в условиях жесткой конкуренции.

Низкий уровень прозрачности фирмы может свидетельствовать о наличии оппортунистического поведения компании. Отсутствие прозрачности может снизить лояльность покупателей, а также негативно влиять на имидж компании. Многие инвесторы уверены, что низкая информационная открытость компании существенно повысит риски вложений и снизить капитализацию [2, с.70].

Информационная прозрачность корпорации для инвесторов и кредиторов является индикатором устойчивости компании в долгосрочной перспективе. Прозрачность – это своевременное раскрытие достоверных данных о результатах деятельности предприятия для всех экономических субъектов. Для того, чтобы информационная транспарентность была наиболее информативна для потенциальных инвесторов, она должна быть актуальна, достоверна и существенна. Практика показывает, что инвесторы зачастую заинтересованы в прозрачности данных о структуре уставного капитала, структуре управления, динамике производимой продукции, о финансовой отчетности, о месте компании на рынке и ее кредитной истории [3].

Предполагая заинтересованность потенциальных инвесторов, компании могут самостоятельно регулировать состав открытости информации об определенных сторонах деятельности фирмы.

На данном этапе развития экономики транспарентность жизненно важна, но у нее существует «темная», противоположная сторона, и для правильного баланса требуется реальное мастерство [4]. Таким образом, следует помнить, что любая информация, а особенно конфиденциальная имеет огромную ценность для конкурентов (например, для подражания стратегии, получения преимущества на рынке) и может нанести определенный вред компании. Таким образом, повышенная транспарентность граничит с понятием конфиденциальности [1, с.4], соответственно, появляются следующие риски (рис.1).



Рис. 1 Риски повышенного уровня транспарентности предприятия

Итак, информация о разных компаниях, ее услугах, продуктах, клиентах, поставщиках и т.д. имеет определенную стоимость и зачастую конкуренты согласны дорого за нее заплатить. В российской практике для получения информации о предприятии-конкуренте широко распространен опрос «под чужим флагом», суть которого состоит в следующем [5, 6] (рис.2):

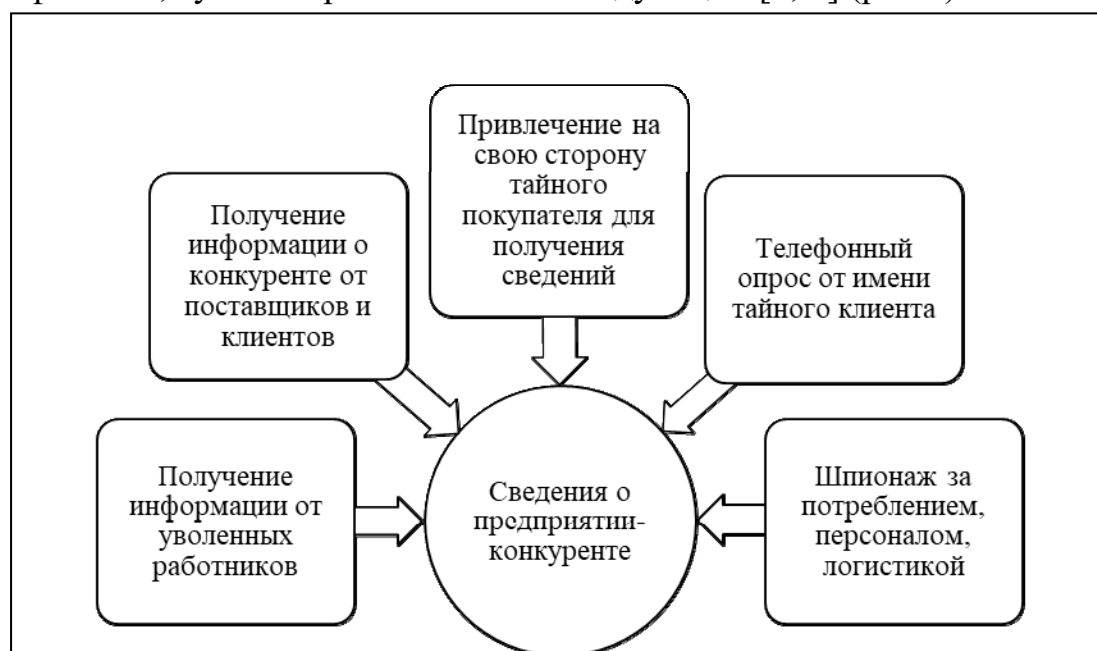


Рис. 2 Способы получения данных о компании-конкуренте

Подобные методы, показанные на рисунке, приведут к конфликту с законом, поскольку в данной ситуации нарушается коммерческая тайна конкурентов.

На сегодняшний день развитие интернета существенно облегчает ведение конкурентной разведки. Интернет ускоряет получение нужной информации из-за возможностей расширенного поиска, увеличивает оперативность принятия управленческих решений, позволяет экономить время и расходы на конкурентную разведку, также интернет предоставляет возможность получения многочисленных отзывов о том или ином предприятии-конкуренте [7, с.30].

Согласно данным глобального исследования утечек конфиденциальной информации в 2017 году, выполненного аналитиками из Infowatch [8], количество украденной информации превысило показатели 2016 года на 36,9%. Виновниками же являются нынешние сотрудники (50,3%), внешние злоумышленники (41,7%), бывшие сотрудники (2,4%) и др.

Таким образом, открытость информации о компании не всегда идет на пользу. Умные руководители должны знать, какой информацией о своей компании можно делиться, а какой нет. Они также должны понимать, когда нужно рассказать о деталях своих проектов или деятельности, а когда не стоит разглашать информацию.

Список использованных источников:

1. Лисицкая Т.С., Самойленко М.Г. Проблемы оценки информационной прозрачности российских компаний // Интернет-журнал «Науковедение». – 2016. – Том 8. – № 3. – С. 1-9 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/137EVN316.pdf> (дата обращения 22.08.18)
2. Миронова Ю.М. Проблемы информационной прозрачности российских компаний // Сервис в России и за рубежом. – 2011. – № 3. – С. 59-71. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-informatsionnoy-prozrachnosti-rossiyskih-kompaniy> (дата обращения 22.08.18)
3. Якимчук Д.Ю. Информационная прозрачность - важнейший компонент снижения рисков при инвестировании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.misbfm.ru/content/informacionnaya-prozrachnost-vazhneyshiy-komponent-snizheniya-riskov-pri-investirovani> (дата обращения 22.08.2018)
4. Julian B., Dan C. The dark side of transparency. – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/the-dark-side-of-transparency> (дата обращения 23.08.18)
5. Информация о конкурентах. Способы её поиска [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blogmarketologa.ru/for-marketolog/experience/informaciya-o-konkurentax-sposoby-eyo-poiska/> (дата обращения 23.08.18)

6. Как получить информацию о конкурентах? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketingnews.ru/article/20/> (дата обращения 23.08.18)
7. Ивашкин Г.А. Взаимосвязь конкурентоспособности и экономической безопасности предприятия // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2017. – № 3 (33). – С. 29-31
8. Глобальное исследование утечек конфиденциальной информации в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.infowatch.ru/report2017> (дата обращения: 24.08.2018)

УДК 334.7

СУТЬ МЕЖФИРМЕННОЙ КООПЕРАЦИИ И СОТРУДНИЧЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ

Нуриджанян Ерванд Степанович,
Уральский государственный
экономический университет, г. Екатеринбург
E-mail: erik.nuridzhanyan.95@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается понятие межфирменной кооперации и взаимодействия. Межфирменное сотрудничество, обмен опытом и знаниями способствует распространению новых продуктов и технологий. В качестве примеров такого сотрудничества приведены устойчивые взаимосвязи между компаниями России и Китая.

Ключевые слова: межфирменное сотрудничество, совместная деятельность, взаимосвязь, партнерские отношения.

Abstract. The concept of inter-firm cooperation and interaction is considered in the article. Inter-firm cooperation, exchange of experience and knowledge promotes distribution of new products and technologies. Steady interrelations between the companies of Russia and China are given as the examples of such cooperation.

Key words: inter-firm cooperation, joint activities, interrelation, partnerships

Межфирменное взаимодействие основано на совместном использовании специфических ресурсов, таким образом, такого рода сотрудничество – это комплекс разносторонних, устойчивых взаимосвязей между предприятиями. Оно результативно благодаря объединяющему использованию положительных эффектов кооперации [1, с. 165].

Именно межфирменное сотрудничество выступает основным рычагом запуска модернизационных процессов в экономической среде. Этот вид взаимодействия стал распространен из-за глобализации и открытости экономики [2, с.28].

Таким образом, на мировом рынке начинает преобладать межфирменное сотрудничество, а не конкуренция (рис.1).

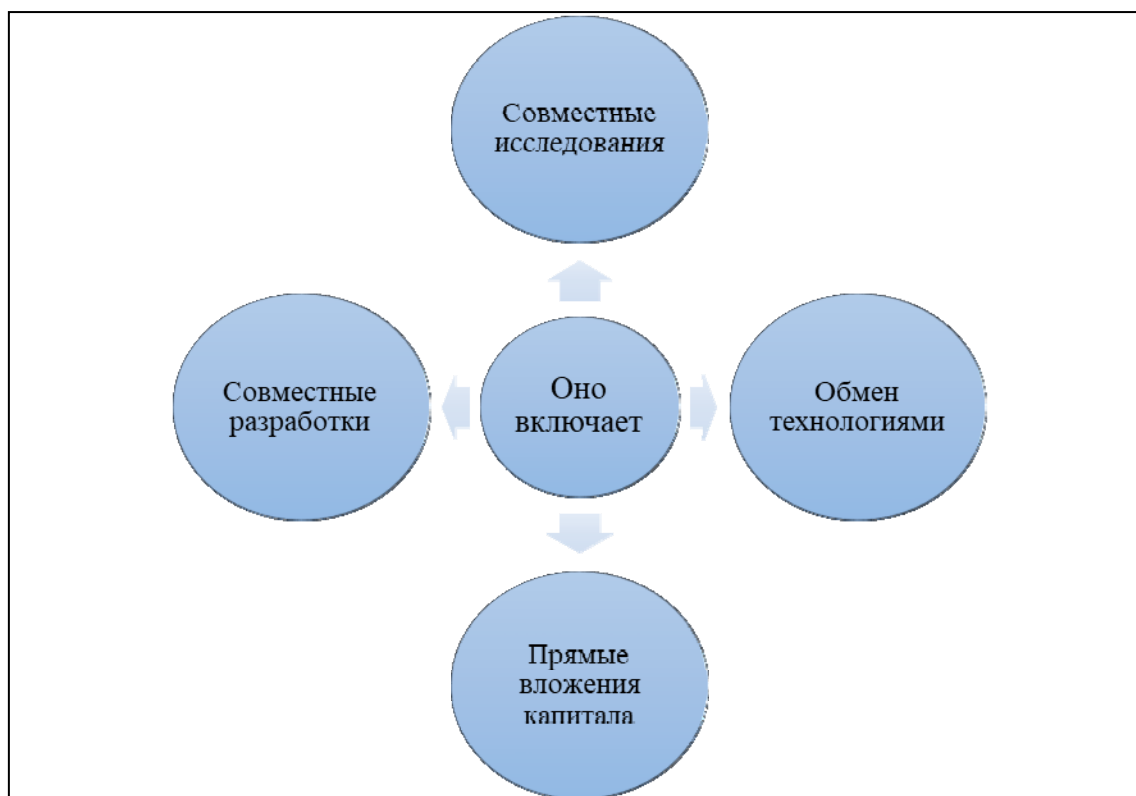


Рис. 1 Что входит в межфирменное сотрудничество?

С каждым годом хозяйствующие субъекты все более активно используют те или иные формы межфирменного сотрудничества, стремясь развивать бизнес и обеспечивая конкурентное преимущество на рынке.

Можно привести пример стратегий и целей межфирменного сотрудничества в зарубежных странах, где основной задачей совместной деятельности является успешное завоевание новых рынков сбыта и эффективное продвижения различного вида продукции и предоставляемых услуг. (таб.1) [3, с. 81-82].

Таблица 1

**Характеристики стратегии межфирменного сотрудничества
в гипер-растущих и стабильно-растущих иностранных фирмах**

Гипер-растущие	Стабильно-растущие
Количество и качество альянсов	
Долгосрочные и краткосрочные, около 8 000 активных партнеров, продажи.	Долгосрочные, 10-150 альянсов, продажи, аутсорсинг
Причины и цели сотрудничества	
Новые ресурсы, интернационализация, новые решения, идеи, клиенты.	Новые ресурсы, клиенты, социальные потребности.
Виды подходов к работе	
Ориентированы на партнерство, стратегия сотрудничества доминирует над отношениями: их компетенции, навыки, рынок, потребности, продукты, решения важнее, чем личные / социальные отношения.	Более «традиционный» подход к управлению, стратегия сотрудничества с ориентацией на отношения: личные отношения очень важны, высоко ценятся стабильные, социальные, долгосрочные отношения.

В качестве примеров межфирменной кооперации и сотрудничества можно привести взаимосвязи между компаниями России и Китая. Например, «Уральский Турбинный Завод» (УТЗ) совершал поставки 14 паровых турбин мощностью 300 МВт. в Китайскую Народную Республику совместно с «Harbin Turbine Co., Ltd». Соглашение было подписано во время визита в Екатеринбург вице-губернатора провинции Хэйлунцзян Лю Хай Шэна [4]. Также чтобы производственные проекты китайских компаний успешно и эффективно реализовывались на территории Российской Федерации, предприятие ЭСК «СОЮЗ» подписало соглашение с китайской фирмой «Power Construction Corporation of China Ltd» (Power China) по взаимной работе над энергетическими проектами в России. В договоре обозначены наиболее важные проекты для совместного участия, рассмотрены схемы для их финансирования (в том числе с участием китайских банков), обозначается цель создания совместного предприятия [5]. Ко всему прочему, межфирменное взаимодействие между предприятиями России и Китая активно в сфере технологий. Сотрудничество заключается не только в поставке готовой продукции, но и в проведении совместных разработок на основе имеющихся технологий с последующим внедрением [6].

Таким образом, становится ясно, что межфирменное сотрудничество выступает ключевым условием динамичного развития промышленной, инновационной и экономической деятельности хозяйствующих субъектов.

Список использованных источников:

1. Симонова В.Л., Самойлова А.А. Развитие межфирменного взаимодействия // Журнал экономической теории. – 2017. – № 3. – С. 165.
2. Писарская О.В. Межфирменное сотрудничество предприятий промышленного комплекса: мировой и отечественный опыт // Таврический научный обозреватель. – 2015. – № 1. – С. 28
3. Monika Golonka. Interfirm Cooperation Strategy of Hyper-Growth and Stable-Growth ICT Firms in Sweden // Journal of Management and Business Administration. Central Europe. –2016. – Vol. 24. – № 4. – pp. 81-82.
4. Уральский турбинный завод развивает кооперацию с ведущими мировыми производителями энергетического оборудования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.utz.ru/cgi-bin/news/view.cgi?news=137> (дата обращения 12.09.2018)
5. ЭСК СОЮЗ расширяет сотрудничество с китайскими энергетическими компаниями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mashportal.ru/company_news-39393.aspx (дата обращения 12.09.2018)
6. Сотрудничество России и Китая в сфере технологий выгодно обеим сторонам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/2746437> (дата обращения 12.09.2018)

УДК 334.02

ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОЗРАЧНОСТИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

*Смотрин Антон Романович,
Уральский государственный
экономический университет, г. Екатеринбург,
E-mail: a.n.t.o.n-s@mail.ru*

*Научный руководитель: Савченко Яна Валерьевна,
Уральский государственный
экономический университет, г. Екатеринбург,
E-mail: 75karpenko@mail.ru*

Аннотация. В данной статье приведены статистические данные об общем состоянии корпоративной прозрачности крупнейших российских компаний, рассмотрены основные причины и проблемы низкого уровня информационной прозрачности компаний, а также описаны возможные способы повышения транспарентности в российских корпорациях.

Ключевые слова: информационная прозрачность, информация, транспарентность, корпорации, интегрированная отчетность.

Abstract. This article presents statistical data on the overall state of corporate transparency of the largest Russian companies, examines the main causes and problems of the low level of information disclosure of the companies and also describes the possible ways of increasing transparency in Russian corporations.

Key words: information transparency, information, transparency, corporations, integrated reporting.

Одним из наиболее важных элементов качественного корпоративного управления является обеспечение максимальной информационной прозрачности (транспарентности) компании для всех стейкхолдеров. Высокий уровень информационной прозрачности является ключевым фактором в создании успешной компании. Раскрытие информации о деятельности компании позволяет определять и решать существующие проблемы как на корпоративном, так и на финансовом уровне, дает возможность инвесторам увидеть все возможные риски и способы их минимизации, сокращает информационную асимметрию между менеджментом и владельцами акций, повышает инвестиционную привлекательность, что в результате способствует росту ее стоимости. Кроме того, информационная прозрачность оказывает весомое значение и на формировании имиджа организации, завоевании доверия

потребителей и, как следствие, на повышении её конкурентоспособности по отношению к другим компаниям.

Однако для России характерна проблематика неполноты информационной открытости или даже ее отсутствия, возникающие в виду различных причин, которые и будут рассмотрены в данной статье.

Прежде всего, чтобы доказать наличие проблемы низкой информационной прозрачности российских корпораций, рассмотрим статистические данные об общем состоянии корпоративной прозрачности крупнейших российских компаний, опубликованные на сайте Российской региональной сети (PPC), которая занимается продвижением принципов концепции интегрированной отчетности в России. Под интегрированной отчетностью понимается новая модель корпоративной отчетности, в основе которой лежит концепция интегрированного мышления, предполагающая взаимосвязь финансовой и управленческой отчетности, отчетов о корпоративном управлении и вознаграждениях, а также отчетов в области устойчивого развития [1, с. 13].



Рис. 1 Распределение компаний по уровню прозрачности [2]

Как видим из рисунка 1, большинство компаний (50%) соответствуют 5 уровню прозрачности, который характерен полным отсутствием какой-либо информации о деятельности финансово-хозяйственного субъекта. И только 1% раскрывает информацию на уровне лидеров международного класса, то есть такие компании соответствуют уровню Premium. Чем же обусловлено такое большое количество корпораций, не раскрывающих информацию о своей

деятельности? Рассмотрим, каковы могут быть причины и как можно решить данную проблему.

Процесс формирования отчетности является трудоемким и высокзатратным, поскольку для составления качественной отчетности компании необходимо формировать отдел по аудиту, а также нанимать независимых аудиторов, которые берут немалую сумму за проведение оценок, в связи с этим многие компании просто не в состоянии позволить себе такие затраты и поэтому зачастую пренебрегают отчетностью.

Вторая причина вытекает из первой. Поскольку штрафы за отсутствие минимальной информации, требующейся по законодательству, ниже, чем расходы на обеспечение информационной прозрачности, то компании будет выгоднее заплатить штраф, чем создать комитет по аудиту и нанять внешнего аудитора. Решением данной проблемы может являться повышение штрафов за отсутствие информации, требуемой законом. А также, решить данную проблему можно с помощью изменения морально-этического статуса Кодекса корпоративного управления на правовой, то есть расширить список требуемой законом информации в отчетах компании. Более жесткая правовая система позволит минимизировать количество компаний, пренебрегающих раскрытием информации.

Менеджмент компании может извлекать выгоду из отсутствия информационной прозрачности в ущерб интересам владельцев акций. Нередки случаи, когда топ-менеджеры компании осуществляют сделки в своих личных интересах. Решением данной проблемы может являться включение в состав директоров независимого директора.

Раскрытие информации связано с риском утечки информации, составляющей коммерческую тайну, поэтому неудивительно, что компании опасаются публиковать отчеты о своей финансово-хозяйственной деятельности, поскольку это может являться для них смертельным оружием в руках конкурентов. Поэтому необходимо разработать грамотную политику конфиденциальности, которая не будет вступать в противоречие с прозрачностью.

Малое число крупных инвесторов, готовых вкладываться в российские компании также является одной из причин низкой информационной прозрачности, поскольку это не дает стимула для раскрытия информации. В связи с этим необходимо направить усилия на поддержание перспективных сартапов с целью привлечения крупных зарубежных инвесторов.

Низкая капитализация фондового рынка России относительно таких стран, как Китай и США. Кроме того, введение 9 апреля 2018 года Минфином США новых санкций в отношении российских бизнесменов, менеджеров госкомпаний и чиновников привело к снижению капитализации фондового рынка на 820 млрд. руб. — с 9,835 трлн. до 9,015 трлн. руб. [3], в свою очередь, данный факт

негативно влияет на мотивацию компаний заниматься раскрытием информации, поскольку, как уже говорилось выше, этот процесс требует существенных затрат. В данном случае сыграл свою роль политический фактор. А также стоимость акций российских компаний во многом зависят от стоимости на сырье, поэтому необходимо грамотно наладить торговые взаимоотношения с другими странами.

Таким образом, как мы можем видеть, проблем связанных с информационной прозрачностью в России достаточно. В первую очередь необходимо, чтобы у корпораций была мотивация раскрывать информацию о своей деятельности. Сделать это возможно с помощью ужесточения законодательства в сфере раскрытия информации, распространения практики найма независимых директоров, привлечения на российский фондовый рынок крупных зарубежных инвесторов и партнеров, что позволит развивать российский фондовый рынок и, безусловно, положительно скажется на состоянии транспарентности российских компаний. Кроме того, России необходимо распространить практику ранжирования рейтинга корпораций, поскольку участие компаний в различного рода рейтингах – это один из способов сигнализировать рынку о своей открытости и готовности к ведению диалога с клиентами и инвесторами [4, с. 41].

Список используемых источников:

1. Малиновская Н.В. Интегрированная отчетность: исторический аспект // Международный бухгалтерский учет. - 2015. - № 32 (374). - С. 41-50.
2. Российская региональная сеть: «Состояние корпоративной прозрачности крупнейших российских компаний» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://transparency2016.da-strateg.ru/page/status_of_corporate_transparency, свободный (дата обращения: 28.08.2018)
3. РБК: Российский фондовый рынок за день потерял 820 млрд руб. капитализации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5acb89909a79473c4fc5239e> (дата обращения: 02.09.2018)
4. Савченко Я.В. Транспарентность российских банков: проблемы повышения и оценки. Известия Уральского государственного экономического университета. – 2016. - № 1 (63). - С. 40-50.

ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА НОВОГО ВРЕМЕНИ

Международный научный рецензируемый журнал

Выпуск № 4 / 2018

Подписано в печать 15.09.2018

Рабочая группа по выпуску журнала

Главный редактор: Барышов Д.А.

Верстка: Сятынова А.В.

Корректор: Хворостова О.Е.

Издано при поддержке

Научного объединения

«Вертикаль Знаний»

Россия, г. Казань

Научное объединение «Вертикаль Знаний» приглашает
к сотрудничеству студентов, магистрантов, аспирантов,
докторантов, а также других лиц, занимающихся научными
исследованиями, опубликовать рукописи в электронном
журнале **«Экономика и парадигма нового времени»**.

Контакты:

Телефон: +7 965 585-93-56

E-mail: nauka@znanie-kzn.ru

Сайт: <https://znanie-kazan.ru/>

