

НЕВОСТРЕБОВАННОСТЬ ПРОИЗВЕДЕННОЙ ПРОДУКЦИИ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ВОЗНИКНОВЕНИЯ РИСКА

А. А. Воронова

бакалавр, Институт экономики и управления, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», г. Белгород, Россия, e-mail: solovjeva@bsu.edu.ru

Научный руководитель: Н. Е. Соловьева

кандидат экономических наук, доцент, кафедра инновационной экономики и финансов, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», Белгород, Россия, e-mail: solovjeva@bsu.edu.ru

В настоящее время рыночная система экономики позволяет хозяйствующим субъектам самостоятельно разрабатывать свою стратегию и тактику функционирования для получения определенного уровня прибыли. Однако, могут произойти ситуации, когда предприятия получают убытки, возникшие как следствие проявления некоторых рисков. Как правило, убытки, возникают из-за падения спроса на производимую продукцию, отсюда становится актуальным изучение процесса производства и реализации продукции и выявление причин ее невостребованности.

Ключевые слова: невостребованная продукция; спрос; убыток; управление риском; финансовый результат деятельности.

THE MANUFACTURED PRODUCTS AS ONE OF THE FACTORS OF THE RISK

A. A. Voronova

Bachelor, Institute of Economics and Management, Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education «Belgorod State National Research University», Belgorod, Russia, e-mail: solovjeva@bsu.edu.ru

Scientific Supervisor: N. E. Solovjeva

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Innovative Economics and Finance, Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education «Belgorod State National Research University», Belgorod, Russia, e-mail: solovjeva@bsu.edu.ru

At present, the market system of the economy allows economic entities to independently develop their strategy and tactics of functioning in order to obtain a certain level of profit. However, situations may arise when enterprises receive losses arising as a result of the manifestation of certain risks. As a rule, losses arise due to a drop in demand for manufactured products, hence it becomes relevant to study the process of production and sale of products and identify the reasons for their lack of demand.

Keywords: unclaimed products; demand; loss; risk management; financial performance.

Зачастую риск свойственен организациям, которые занимают лидирующие позиции на рынке, поэтому его нецелесообразно расценивать лишь как явление, негативно влияющее на результаты деятельности компании. Но для этого риск должен быть оправдан и тщательно продуман план управления им, в частности проанализированы причины возникновения риска, выявлены возможные последствия и пути их решения.

Один из рисков, стоящих перед организациями – риск невостребованности произведенной продукции, представляющий собой некую вероятность потерь вследствие возможного отказа потребителей от выпускаемой продукции, выраженную в форме материального и морального ущерба [1, с. 20]. Поэтому предприятиям важно понимать на какую целевую аудиторию направлена их продукция и какую величину составят потери в случае ее не реализации. Во избежание таких потерь, производители проводят анализ возможных причин их возникновения, для определения которых в первую очередь следует выявить факторы, влияние которых может представлять риск для результатов деятельности организации. В любой организации необходимо изучить ее структуру, а также культуру организаций, поскольку они оба в значительной степени влияют на процессы принятия решений, а также проводить мониторинг финансового состояния предприятий, который является одним из главных инструментов, и позволяет обосновать инвестиционную и финансовую деятельность определенного сектора экономики [6, с. 44].

Риск невостребованности производимой продукции можно классифицировать по ряду признаков [1, с. 22]:

1. По экономической целесообразности нововведений:
 - а) преодолимый;
 - б) непреодолимый.
2. По стадии выявления:
 - а) предпроизводственная стадия;
 - б) производственная стадия;
 - в) послепроизводственная стадия [3,5,7].

Первая классификация предполагает, что риск невостребованности произведенной продукции можно отнести к преодолимому только в том случае, если дополнительные управленческие расходы не превышает сумму их покрытия выручкой, в противном случае риск – непреодолимый.

Вторая группа признаков направлена на устранение причин возникновения риска невостребованности выпускаемой продукции. Предпроизводственная ста-

дия в меньшей степени подвержена риску, поскольку на данном этапе можно не производить продукт, а заменить другим в случае его обнаружения [8]. Выявление риска на этапе производства позволит минимизировать негативные последствия путем внесения изменений в дизайн, упаковку, снижения цены или применения маркетинговых инструментов. Однако, риск невостребованности, обнаруженный после изготовления продукции, принесет организации лишь значительные убытки, поскольку производство продукции целесообразно только когда на нее есть платежеспособный спрос.

Лавренчук Е. Н. и Груздева Е. Ю. выделяют 12 групп факторов риска невостребованности произведенной продукции, в частности: спрос на продукцию, факторы производства, каналы сбыта, центры ответственности и центры затраты, потребитель продукции, виновники возникновения, виды продукции, производственные условия, время обнаружения, время возникновения и последним фактором авторы выделяют сами причины возникновения риска [2, с. 9]. Далее рассмотрим более подробно эти причины как одну из составляющих группы факторов возникновения риска невостребованности производимой продукции.

Все причины условно можно разделить на 2 группы: внешние, зависящие непосредственно от деятельности организации и внутренние, влияющие на возникновение риска невостребованности произведенной продукции извне. Внутренние причины представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Внутренние причины риска невостребованности продукции

Примечание – Источник: составлено на основании [2, 4, 9].

Помимо внутренних причин, представленных на рисунке, к ним опосредованно можно отнести не только организацию снабженческо-сбытовой деятельно-

сти, но и выбор конкретных каналов реализации продукции, достаточность и качество поступающих материалов [3, с. 136].

К внешним причинам можно отнести следующие:

1) инженерно-конструкторские недоработки (здесь подразумевается слабый уровень технологической проработки и поздние сроки сдачи нормативно-технических карт по производству изделий, вследствие чего нарушаются договорные условия с покупателями, возможна их потеря);

2) неполадки транспортной логистики;

3) неплатежеспособность потребителей, возникающая либо до отгрузки продукции покупателю, либо после (в первом варианте риск невостребованности произведенной продукции может обернуться прибылью в случае, если найдется другой покупатель, второй же вариант является потенциальной угрозой для финансового положения организации, поскольку организация не имеет ни выручки, ни продукции);

4) социально-экономическая положение в стране (данная причина обусловлена возникновением ситуации, когда темп роста спроса ниже темпов роста инфляции);

5) демографические (особую роль здесь играет половозрастной состав потенциальных покупателей);

6) география распределения потребителей (немаловажной причиной являются специфические требования к производимой продукции в зависимости от местоположения рыночного сегмента, в частности дополнительные транспортные расходы увеличат цену на продукцию и сократят спрос на нее, в связи с этим появляются альтернативные варианты: осваивать новый рыночный сегмент, сохранить прежний объем производства или же вернуться на прежний рынок);

7) нормативно-законодательная база (очевидно, производство продукции намного выгоднее при наличии каких-либо налоговых льгот, но тут следует учитывать, что данный фактор может перестать действовать как нормативно-правовой акт, а поэтому организациям-производителям стоит быть готовым к такой ситуации, чтобы отмена налоговых льгот не вызвала резкого скачка цен на выпускаемую продукцию);

8) политические (в случае нестабильной политической обстановке в стране производителям следует детальнее анализировать свою целевую аудиторию и их местоположение, а также не планировать большие объемы производства продукции и их реализацию в «красных» зонах риска) [5, 10–13].

Таким образом, обобщив все вышесказанное, можно сделать вывод о том, что риск невостребованности произведенной продукции – один из опасных рисков, стоящих перед организацией. Его последствия необратимы и несут огромные убытки для производственных предприятий, поэтому для недопущения риска невостребованности специалистам экономических подразделений важно учитывать не только факторы, которые могут способствовать его возникновению, но и продумывать возможные пути минимизации последствий в случае наступления данного риска.

Библиографические ссылки

1. Бодрова Т. В., Савченко А. А. Понятие и классификация невостребованной продукции // *Достижения и научные перспективы XXI века*. 2018. № 2. С. 19–24.
2. Гусарова А. С., Шаховая Р. И. Факторы риска невостребованности продукции // *Экономика и коммерция*. 2017. № 2. С. 8–9.
3. Малахович В. А., Федоркевич А. В. Анализ риска невостребованности продукции // *Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества*. 2018. № 15. С. 135–137.
4. Гусарова А. С., Афанасьева В. А. Мониторинг возникновения риска невостребованности продукции // *Дизайн и технологии*. 2019. № 29(71). С. 100–105.
5. Двадненко М. В., Привалова Н. М., Прокопьева А. К. Обнаружение и минимизация производственных рисков // *Электронный сетевой политематический журнал «Научные труды КубГТУ»*. 2019. № 3. С. 133–141.
6. Мельникова Е. С., Лунина М. В., Соловьева Н. Е. Углубленный мониторинг отдельных показателей финансового состояния предприятия. В сборнике: *Наука и инновации – современные концепции. Сборник научных статей по итогам работы Международного научного форума*. Москва, 2021. С. 44–51.
7. Титов А. Б., Ваганова О. В. Некоторые аспекты функционирования региональной инновационной системы на примере Белгородской области. *Известия Байкальского государственного университета*. 2016. Т. 26, № 4. С. 550–556.
8. Ваганова О. В. Методологические аспекты формирования механизмов интеграционного взаимодействия субъектов в региональных инновационных системах. Автореферат дис. доктора экономических наук / Санкт-Петербургский государственный экономический университет. Санкт-Петербург, 2016, 25 с.
9. Вертакова Ю. В., Ваганова О. В. Выделение приоритетов инновационного развития региона на основе интегральной оценки. *Регион: системы, экономика, управление*. 2012. № 1(16). С. 85–89.
10. Климова Т. Б., Ваганова О. В. Интенсификация инновационных процессов в регионе на основе кластеризации экономики. *Вестник Воронежского государственного университета*. Серия: Экономика и управление. 2009. № 2. С. 47–53.
11. Vaganova O. V., Titov A. B., Solovjeva N. E., Bykanova N. I. Influence of the sanctions' regime on the regional development: evidence from Belgorod // *International Journal of Economic Perspectives*. 2017. Т. 11, № 3. С. 1889–1894.
12. Инновационное развитие экономических систем в условиях глобализации : коллективная международная монография / под общей ред. д-ра пед. наук, проф. Е. Н. Камышанченко, к-та экон. наук, доц. Ю. Л. Растопчиной. – Белгород : ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2014. 380 с.
13. Ваганова О. В., Быканова Н. И., Коннова А. В., Шевченко А. Н. Трансформация кредитного анализа малого бизнеса в условиях цифровизации банковского бизнеса. *Финансовая экономика*. 2019. № 9. С. 222–228.
14. Vaganova O. V., Bykanova N. I., Grigoryan A. S., Cherepovskaya N. A. Directions of development of bank technologies applied in the Russian market of retail credit services. *Revista Publicando*. 2018. Т. 15, № 2. С. 1365.
15. Ваганова О.В. Россия и санкции // *Научный результат. Экономические исследования*. 2022. Т. 8, № 1. С. 4–11. DOI: 10.18413/2409-1634-2022-8-1-0-1.