

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
(НИУ «БелГУ»)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И МОДЕЛИРОВАНИЯ  
ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность  
очной формы обучения, группы 09001412  
Дробина Михаила Сергеевича

Научный руководитель:  
к. э. н., доцент  
Дружникова Е.П.

Рецензент:  
Директор ОАО «Авторейс»  
Бунин В.И.

БЕЛГОРОД 2019

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	8
1.1. Понятие конкурентоспособности.....	8
1.2. Экономическое содержание понятия экономическая безопасность предприятия.....	16
1.3. Методика оценки конкурентоспособности предприятия.....	21
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОАО «АВТОРЕЙС».....	36
2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.....	36
2.2. Анализ финансово-экономических критериев экономической безопасности предприятия.....	48
2.3. Оценка конкурентоспособности предприятия.....	63
ГЛАВА 3. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	77
3.1. Выявление возможных резервов обеспечения экономической безопасности предприятия на основе повышения его конкурентоспособности.....	77
3.2. Разработка и обоснование проекта по повышению уровня конкурентоспособности предприятия ОАО «Авторейс».....	88
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	104
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	108
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	113

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

## 1.1. Понятие конкурентоспособности предприятия

Конкурентоспособность в широком смысле слова - это оценочная категория, которая характеризует возможность оцениваемого объекта успешно конкурировать. Т.е. высказывания о конкурентоспособности государства, компании, продукта или цены на этот продукт, могут быть одинаково корректны. Все зависит от конкретной ситуации и задач, для которых используется понятие «конкурентоспособность».

Применительно к маркетингу, конкурентоспособность это относительная оценка потенциальной способности успешно конкурировать на рынке за ограниченный платежеспособный спрос. При этом можно говорить о конкурентоспособности отдельных продуктов или компании в целом. [8]

Высокая конкурентоспособность означает, что продукт или компания потенциально могут с высокой долей вероятности рассчитывать на коммерческий успех на данном рынке. Низкая оценка конкурентоспособности обычно подразумевает малую вероятность потенциального коммерческого успеха.

В реальной жизни конкурентоспособность компании и производимых ею продуктов тесно переплетены. Так, низкая конкурентоспособность продукта может компенсироваться конкурентными преимуществами компании (в форме использования для продукта популярного бренда, либо эффективных каналов продаж), обеспечивая коммерческий успех на конкретном рынке, и наоборот.

Согласно М. Портеру, конкурентоспособность можно обеспечить двумя способами:

- 1) добиться лидерства в издержках;

2) через дифференциацию товара. Низкие издержки отражают способность фирмы разрабатывать, выпускать и продавать сравнимый товар с меньшими затратами, чем конкуренты. Дифференциация - это способность обеспечить покупателя уникальной и большей ценностью в виде нового качества товара, особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания.

Конкурентоспособность предприятия - это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами. Конкурентоспособность не является имманентным качеством предприятия, это означает, что его конкурентоспособность может быть оценена только в рамках группы компаний, относящихся к одной отрасли, либо предприятий, выпускающих аналогичные товары (услуги). Конкурентоспособность можно выявить только сравнением между собой этих компаний как в масштабе страны, так и в масштабе мирового рынка. [31]

Основные виды конкурентоспособности отражены на рисунке 1.1.

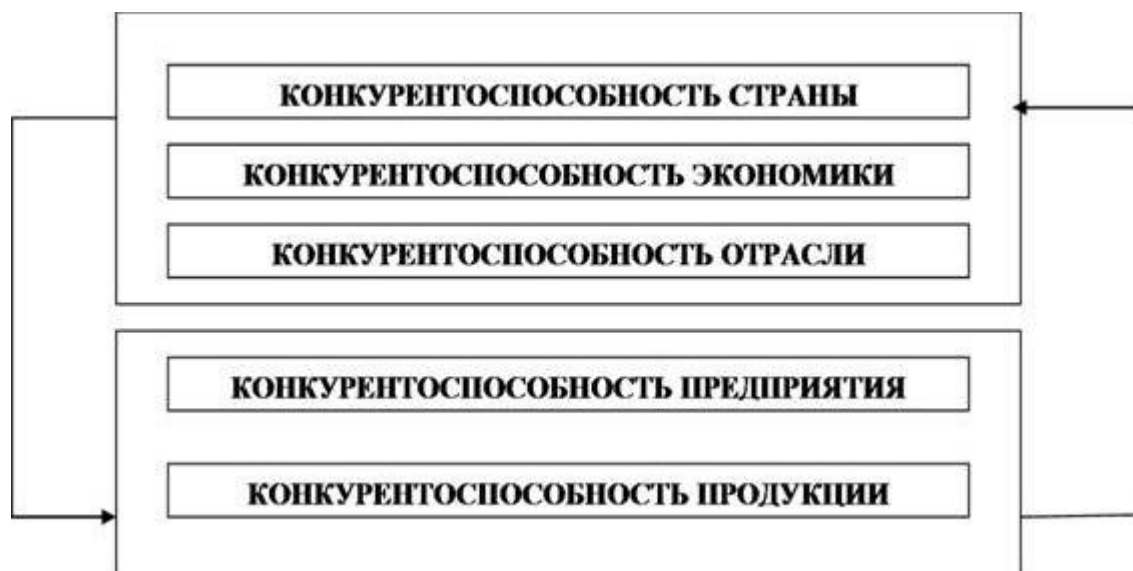


Рисунок 1.1. – Основные виды конкурентоспособности

Таким образом, конкурентоспособность предприятия - понятие относительное: одна и та же компания в рамках, например, региональной отраслевой группы может быть признана конкурентоспособной, а в рамках отраслей мирового рынка или его сегмента - нет. Оценка степени конкурентоспособности, т.е. выявление характера конкурентного преимущества компании по сравнению с другими компаниями, заключается в первую очередь в выборе базовых объектов для сравнения, иными словами, в выборе предприятия-лидера в отрасли страны или за ее пределами.

Такая компания-лидер должна обладать следующими параметрами:

- соизмеримостью характеристик выпускаемой продукции по идентичности потребностей, удовлетворяемых с ее помощью;
- соизмеримостью сегментов рынка, для которых предназначена выпускаемая продукция;
- соизмеримостью фазы жизненного цикла, в которой функционирует фирма.

Таким образом, конкурентное преимущество одной компании над другой может быть оценено в том случае, когда они обе удовлетворяют идентичные потребности покупателей, относящиеся к родственным сегментам рынка. При этом предприятия находятся примерно в одних и тех же фазах жизненного цикла. В том случае, если данные условия не соблюдаются, сравнение будет некорректным.

Далее, исходя из того, что конкурентоспособность отражает продуктивность использования ресурсов предприятия, для ее оценки необходимо выбрать критерии продуктивности использования ресурсов. В том случае, если деятельность предприятия связана с извлечением прибыли, а совокупные ресурсы оцениваются в денежном выражении, продуктивность использования ресурсов компанией может быть оценена показателем рентабельности производства, т.е. отношением прибыли, полученной в том или ином периоде, к истраченным в том же периоде ресурсам, оцененным как издержки производства. Кроме этого, для объективной оценки

конкурентоспособности предприятия ее руководству необходима возможность слежения рынка, особенно за пределами страны [14].

Сложность, а иногда и полное отсутствие доступа к информации о деятельности конкурентов может создать у руководства предприятия необоснованное мнение о превосходстве фирмы над конкурентами, привести к самоуспокоению и ослаблению усилий, связанных с поддержкой необходимого уровня конкурентного преимущества своего предприятия.

В настоящее время, для того чтобы компания была конкурентоспособной в борьбе с ведущими компаниями, требуются совершенно новые подходы к организации производства и управления, чем те, на которые руководители ориентировались в прошлом. И, прежде всего новые подходы нужны в инвестиционной политике, при проведении на предприятии технической реконструкции, в процессе внедрения новой техники и технологии. Факторы конкурентоспособности – это те явления и процессы производственно-хозяйственной деятельности предприятия и социально-экономической жизни общества, которые вызывают изменение абсолютной и относительной величины затрат на производство, а в результате изменение уровня конкурентоспособности предприятия. Факторы могут изменять конкурентоспособность предприятия в сторону повышения и в сторону уменьшения.[37]

Конкурентоспособность предприятия зависит от ряда факторов, которые можно считать компонентами (составляющими) конкурентоспособности. Их можно разделить на три группы факторов:

- технико-экономические;
- коммерческие;
- нормативно-правовые.

Технико-экономические факторы включают: качество, продажную цену и затраты на эксплуатацию (использование) или потребление продукции или услуги. Эти компоненты зависят от производительности и интенсивности труда, издержек производства и пр.

Коммерческие факторы определяют условия реализации товаров на конкретном рынке. Они включают:

- конъюнктуру рынка (острота конкуренции, соотношение между спросом и предложением данного товара, национальные и региональные особенности рынка, влияющие на формирование платежеспособного спроса на данную продукцию или услугу);

- предоставляемый сервис (наличие дилерско-дистрибьютерских пунктов изготовителя и станций обслуживания в регионе покупателя, качество технического обслуживания, ремонта и других предоставляемых услуг);

- рекламу (наличие и действенность рекламы и других средств воздействия на потребителя с целью формирования спроса);

- имидж компании (популярность торговой марки, репутация компании, страны).

Нормативно-правовые факторы отражают требования технической, экологической и иной (возможно, морально-этической) безопасности использования товара на данном рынке, а также патентно-правовые требования (патентной чистоты и патентной защиты). В случае несоответствия товара действующим в рассматриваемый период на данном рынке нормам и требованиям стандартов и законодательства товар не может быть продан на данном рынке. Поэтому оценка этой группы факторов и компонент с помощью коэффициента соответствия нормативам лишена смысла.

Высокая конкурентоспособность предприятия является гарантом получения высокой прибыли в рыночных условиях. При этом предприятие имеет цель достичь такого уровня конкурентоспособности, который помогал бы ему выживать на достаточно долговременном временном отрезке. В связи с этим перед любым предприятием встает проблема стратегического и тактического управления развитием способности предприятия выживать в изменяющихся рыночных условиях.

Управление конкурентоспособностью предполагает совокупность мер по систематическому совершенствованию изделия, постоянному поиску новых каналов его сбыта, новых групп покупателей, улучшению сервиса, рекламы.

Основой конкурентоспособности предприятия является конкурентоспособность его продукции.

В зависимости от интенсивности конкуренции в этой среде фирма прогнозирует цены на те или иные товары, организует свою сбытовую деятельность.

В условиях насыщенного рынка конкуренция покупателей уступает место конкуренции продавцов. В связи с этим среди этих трех направлений конкурентной деятельности фирмы наибольший интерес, с точки зрения маркетинга, представляет собой конкуренция продавцов в области сбыта товара и/или услуги на рынке. Два оставшихся направления являются конкуренцией покупателей.

Основным направлением конкурентной деятельности абсолютного большинства российских предприятий, производителей продукции производственно-технического назначения является конкуренция продавцов в области сбыта товаров и услуг на рынке.

А. Смит впервые доказал, что конкуренция, уравнивая нормы прибыли, приводит к оптимальному распределению труда и капитала. Она должна уравнивать частные интересы и экономическую эффективность и, в этом смысле, А. Смит отождествлял конкуренцию с «невидимой рукой» рынка – автоматически равновесным механизмом рынка. Если учесть, что центральным мотивом знаменитого труда ученого «Исследование о природе и причине богатства народов» является действие «невидимой руки», понятно, какое большое значение Смит А. уделял конкуренции как фактору, регулирующему соответствие частных и общественных интересов. На примере ценовой конкуренции он убедительно доказал ряд существенных положений, ставших впоследствии постулатами доктрины «максимального



удовлетворения потребностей». К ним в первую очередь необходимо отнести понимание того, что совокупность действий отдельных производителей на рынке устанавливает цены; каждый отдельный потребитель подчиняется ценам, а сами цены подчиняются совокупности всех индивидуальных реакций. Таким образом, обеспечивается результат, не зависящий от воли и намерений индивида. Более того, из данного положения следует, что рыночная экономика, не управляемая коллективной волей, не подчиненная единому замыслу, тем не менее, следует строгим правилам поведения. В соответствие с ними свободная конкуренция на рынках факторов производства стремится уравнивать преимущества этих факторов во всех отраслях и тем самым устанавливает оптимальное распределение ресурсов между отраслями.

Несмотря на то, что Смит А. не рассмотрел конкретные элементы рыночного механизма, которые часто мешают достижению оптимума, он действительно сделал первый шаг к пониманию конкуренции как эффективного средства ценового регулирования:

- на основе теории конкурентной цены сформулировал понятие конкуренции как соперничества, повышающего цены (при сокращении предложения) и уменьшающего цены (при избытке предложения);
- определил основные условия эффективной конкуренции, включающие наличие большого количества продавцов, исчерпывающую информацию о них, мобильность используемых ресурсов;
- впервые показал, каким образом конкуренция, уравнивая нормы прибыли, приводит к оптимальному распределению труда и капиталов между отраслями;
- разработал элементы модели совершенной конкуренции и теоретически доказал, что в ее условиях возможно максимальное удовлетворение потребностей;
- сделал существенный шаг к формированию теории оптимального распределения ресурсов в условиях совершенной конкуренции.

Стратегический фактор конкурентного преимущества предприятия - конкретный компонент (фактор) внешней или внутренней среды предприятия, по которому оно может превзойти конкурирующие предприятия после выполнения в перспективе конкретных условий, определяющих превосходство анализируемого компонента предприятия по сравнению с конкурирующими. Схема достижения конкурентоспособности наглядно отражена на рисунке 1.2.



Рисунок 1.2 – Схема достижения конкурентоспособности

Отдаленность срока реализации стратегического фактора конкурентного преимущества предприятия может быть не менее двух лет. Конкретный срок определяется иерархическим уровнем фактора, сложностью объекта и актуальностью проблемы. Например, срок достижения конкурентного преимущества по какому-либо фактору внешней среды будет больше, чем по фактору внутренней среды, в машиностроении - больше, чем в электронной промышленности, сфере услуг и т.д.

Конкурентные преимущества составляют основу конкурентной стратегии предприятия.

Под конкурентной стратегией подразумевается стратегия развития предприятия или стратегия его деятельности на определенном товарном рынке. Конкурентная стратегия представляет собой стремление компании занять конкурентную рыночную позицию в своей отрасли. Она направлена

на то, чтобы занять устойчивую и выгодную позицию, которая позволит компании противостоять напору тех сил, которые определяют конкурентную борьбу в отрасли.

Обязательное условие успеха в современных экономических условиях - это ориентация на конкурентов. Это значит, что организация должна четко представлять сильные и слабые стороны своих конкурентов и использовать эту информацию в своих интересах. При этом не нужно стремиться к лидерству во всех сферах деятельности, гораздо эффективнее будет сконцентрировать свои усилия на основных направлениях.

## **1.2. Экономическое содержание понятия**

### **экономическая безопасность предприятия**

Одной из наиболее важных сфер при изучении угроз национальной безопасности является экономическая сфера. Изучение экономической безопасности всех субъектов предпринимательской и других видов деятельности приобретает решающее значения для благоприятного развития государства.

Категория «экономическая безопасность» сравнительно недавно появилась в понятийном аппарате экономической науки. Как всякое новое понятие она ещё не имеет общепризнанного толкования. Применительно к предприятию её рассматривают как интегральную оценку ресурсного потенциала и степени защищённости предприятия от отрицательного действия внешней среды. В ней находят отражение, как элементы диагностики текущего состояния, так и прогноз будущих рисков и угроз.

Одно из разных толкований понятия экономической безопасности есть следующие. Считается, что экономическая безопасность предприятия - это положение наиболее эффективного использования ресурсов для предотвращения угроз и обеспечение стабильного функционирования предприятия на настоящее время и в будущем [22].

Экономическая безопасность предприятий, на взгляд авторов, есть комплекс экономических, социальных, правовых и экологических условий для функционирования, развития и достижения конкурентоспособности отрасли с обеспечением необходимого уровня жизнедеятельности и материальным стимулированием собственных товаропроизводителей.

Таким образом, экономическая безопасность предприятия предусматривает стойкое развитие, то есть сбалансированное и непрерывное, что достигается с помощью использования всех видов ресурсов и предпринимательских возможностей, при которых гарантируется наиболее эффективное их использование для стабильного функционирования и динамического научно-технического и социального развития, предотвращения внутренних угроз.

Основными составляющими экономической безопасности предприятия являются: ресурсная, технико-технологическая, финансовая, социальная безопасность. Каждая из составляющих оценивается с помощью ряда качественных или количественных показателей-индикаторов. Экономическая безопасность, хотя и может считаться интуитивно понимаемой категорией, количественное выражение для неё пока что не найдено. Определённые шаги в этом направлении сделаны в работе, авторы которой предлагают рассчитывать показатель уровня экономической безопасности на основе экспертных оценок. Оценка уровня экономической безопасности является отправным пунктом стратегического планирования, показателем инвестиционной привлекательности и надёжности предприятия, характеристикой его жизнеспособности. Особенно она важна в «проблемных» отраслях, переживающих кризис.

При оценке экономической безопасности ряд положений оценки пересекается с отдельными видами деятельности предприятия. Это касается, прежде всего, формулирования стратегических интересов предприятия и их количественной интерпретации. Эти положения оценки экономической безопасности затрагивают область стратегического управления

предприятием, и если на предприятии разработаны и приняты к реализации соответствующие функциональные стратегии (инновационная, ресурсная, инвестиционная, маркетинговая), то их цели должны корреспондироваться с формулировкой стратегических интересов предприятия в рассматриваемой функциональной области деятельности, а показатели, характеризующие цели стратегии, должны соответствовать количественной оценке стратегических интересов предприятия.

Установление такого соответствия является очень важным, поскольку именно с его помощью обеспечивается единство методической базы организации управления предприятием. В своих работах Н.П. Фокина для обеспечения единого подхода к оценке степени соблюдения интересов предприятия находит необходимость обеспечить единство характера используемых значений показателей, т.е. выбрать вид показателей — фактические или плановые. Эти виды показателей имеют разный статус достоверности.

Фактические показатели характеризуются самым высоким уровнем достоверности, поскольку они фиксируют результаты уже прошедших процессов производства и реализации продукции. Менее высокий уровень достоверности имеют плановые показатели ввиду их природы — они отражают предполагаемое состояние предприятия и предполагаемые результаты его деятельности. Наконец, наименьший уровень достоверности принадлежит показателям количественной оценки интересов предприятия, поскольку они характеризуют некие гипотетические результаты работы кооператива. К расчету этих показателей предъявляются наиболее высокие требования с точки зрения их достоверности и обоснованности, поскольку они являются базой оценки степени соблюдения интересов предприятия.

На предприятиях промышленности оценкой уровня экономической безопасности может служить рейтинг предприятия, рассчитанный по совокупности единичных критериев. Он определяется либо как статический показатель — «мгновенная фотография» положения дел на предприятии, либо

как динамический - с учётом прогнозируемого изменения единичных критериев в будущем. Рейтинг предприятия характеризует его конкурентоспособность по отношению к другим предприятиям отрасли, а сила конкурентной позиции как раз и является наилучшим показателем безопасности в условиях рынка.

В качестве базы для сравнения могут использоваться нормативные (рекомендуемые) или прогрессивные значения по группам предприятий (соответственно, максимальные для стимуляторов и минимальные для дестимуляторов). Для выбора эталона промышленные предприятия целесообразно группировать по промышленным районам, в пределах которых экономические условия примерно одинаковы. На территории России выделяют девять таких регионов: Московский, Санкт-Петербургский, Ростовский, Саратовский и другие. По ряду единичных критериев эталонами могут служить показатели зарубежных предприятий: Польши, Германии, Франции, Великобритании.

В экономической литературе уже предпринимались попытки количественной оценки уровня экономической безопасности предприятия с помощью так называемых индикаторов. Проблема заключается в том, что в настоящее время отсутствует методическая база определения индикаторов.

Неотъемлемым элементом исследования экономической безопасности предприятия является выбор ее критерия. Под критерием экономической безопасности предприятия понимаются признак или сумма признаков, на основании которых может быть сделан вывод о том, находится ли предприятие в экономической безопасности или нет. Такой критерий должен не просто констатировать наличие экономической безопасности предприятия, а и оценивать ее уровень. Если назначение критерия будет сводиться только к констатации экономической безопасности предприятия, то в этом случае неизбежна субъективность оценки. При этом количественную оценку уровня экономической безопасности желательно было бы получить с помощью тех показателей, которые используются в

планировании, учете и анализе деятельности предприятия, что является предпосылкой практического использования этой оценки.

Для этого целесообразно исследовать показатели финансовой устойчивости, безубыточности и ликвидности предприятия. В экономической литературе уже предпринимались попытки количественной оценки уровня экономической безопасности предприятия, что привело к появлению нескольких подходов к оценке уровня экономической безопасности предприятия. Так, известен индикаторный подход, при котором уровень экономической безопасности определяется с помощью так называемых индикаторов.

Индикаторы рассматриваются как пороговые значения показателей, характеризующих деятельность предприятия в различных функциональных областях, соответствующие определенному уровню экономической безопасности. Оценка экономической безопасности предприятия устанавливается по результатам сравнения (абсолютного или относительного) фактических показателей деятельности предприятия с индикаторами.

Уровень точности индикатора в этом случае является проблемой, которая заключается в том, что в настоящее время отсутствует методическая база определения индикаторов, учитывающих особенности деятельности предприятия, обусловленные, в частности, его отраслевой принадлежностью, формой собственности, структурой капитала, существующим организационно-техническим уровнем. В случае неквалифицированного определения значения индикаторов неправильно может быть определен уровень экономической безопасности предприятия, что может повлечь за собой принятие управленческих решений, не соответствующих реальному положению дел. Индикаторный подход вполне оправдан на макроуровне, где значения индикаторов более стабильны.

Существует и иной подход к оценке уровня экономической безопасности предприятия, который может быть назван ресурсно-

функциональным. В соответствии с этим подходом оценка уровня экономической безопасности предприятия осуществляется на основе оценки состояния использования корпоративных ресурсов по специальным критериям. При этом в качестве корпоративных ресурсов рассматриваются факторы бизнеса, используемые владельцами и менеджерами предприятия для выполнения целей бизнеса.

### **1.3 Методы оценки конкурентоспособности предприятия**

Оценка качества и конкурентоспособности являются исходным элементом для производственно-хозяйственной деятельности предприятий в условиях рыночной экономики. При этом систематической оценке должны подвергаться не только качество и конкурентоспособность производимой предприятием продукции, но и конкурентоспособность самого предприятия.

Важность такой оценки обусловлена целым рядом обстоятельств, среди которых следует назвать необходимость разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции, выбор предприятием партнера для организации совместного выпуска продукции, привлечение средств инвестора для организации конкурентоспособного производства, составление маркетинговых программ для выхода предприятия на новые рынки сбыта, своевременного принятия решения об оптимальных изменениях товарного ассортимента, разработке и производстве новых и модернизированных изделий, расширении и создании производственных мощностей и другие.

На первом этапе должны быть определены цели анализа и оценки конкурентоспособности продукции. Оценка конкурентоспособности продукции должна проводиться на различных стадиях жизненного цикла продукта (разработке, изготовлении, продаже и эксплуатации), соответственно цели оценки конкурентоспособности могут быть определены исходя из стадии жизненного цикла продукта. [42]



Важнейшим этапом оценки конкурентоспособности продукции является проведение маркетинговых исследований по изучению рынка, включающих изучение рыночного потенциала (емкости рынка), анализ рыночной сегментации, исследование фирменной структуры рынка и позиций конкурентов, изучение информации о покупателях.

На основании маркетинговых исследований формулируются требования к изделию.

Основными критериями при этом выступают:

- технический уровень продукции;
- стандарты, законодательных органов страны-импортера и специфические требования потребителя;
- соответствие уровня качества продукции требованиям нормативно-технической документации;
- затраты потребителя на приобретение продукции, оплату таможенных сборов, налоги, транспортирование, монтаж, наладку приобретенного оборудования, оплату запчастей, обслуживание и ремонт изделия, оплату материалов, топлива, энергии и т.п.

Сформулированные требования к изделию являются базой для определения перечня параметров изделия, подлежащих оценке. Параметры количественно характеризуют свойства продукции. Следует отметить, что конкурентоспособность определяется только теми свойствами, которые представляют интерес для конкретного потребителя, поэтому все параметры изделия, выходящие за рамки этих свойств, не должны рассматриваться при оценке конкурентоспособности, как не имеющие к ней отношения. Такое превышение параметров, с точки зрения потребителя, представляется бесполезным и даже может снизить конкурентоспособность товара, в случае, если превышение параметров, характеризующих технический уровень продукции, будет способствовать повышению цены.

При определении перечня параметров изделия, подлежащих оценке, анализе нормативных параметров целесообразно руководствоваться:

- действующими международными (ИСО, МЭК и др.) и региональными стандартами;
- национальными зарубежными и отечественными стандартами;
- действующими законодательствами, нормативными актами, техническими регламентами страны-экспортера и страны-импортера, устанавливающие требования к ввозимой в страну продукции;
- документацией на поставку;
- каталогами, проспектами и стандартами фирм-изготовителей данной продукции;
- патентной и конъюнктурно-экономической документацией;
- результатами сертификации продукции.

Значительная роль в оценке конкурентоспособности промышленной продукции должна отводиться анализу нормативных параметров и условий. Первым шагом на этом этапе является оценка патентной чистоты продукции, отражающая степень воплощения в изделии технических решений, не попадающих под действие патентов, введенных в стране, на рынке которой запланирован сбыт. Если в продукции имеются составные части или решения, не обладающие патентной чистотой, то дальнейший анализ конкурентоспособности целесообразно проводить только после разработки и оценки мероприятий, направленных на обеспечение такой патентной чистоты.

В рамках анализа нормативных параметров и условий следует определить принципиальные возможности продаж товара на конкретном рынке, с точки зрения наличия нетарифных ограничений в торговле. [3]

В процессе анализа внешнеторговой политики стран предполагаемого сбыта товара следует установить наличие прямых запретов (эмбарго) на его импорт, ограничение импорта (квотирование), а также выявить необходимость и принципиальную возможность получения лицензий на поставку планируемого количества товара (лицензирование).

Наряду с количественными ограничениями в торговле со страной предполагаемого импорта рассматриваются технические ограничения, которые также могут распространяться на анализируемую продукцию.

Проблема конкурентоспособности предприятия является сложной и комплексной, поскольку конкурентоспособность складывается из множества самых разных факторов. Однако эта оценка необходима предприятию для осуществления ряда мероприятий, таких как выработка основных направлений, по созданию и изготовлению продукции, пользующейся спросом; оценка перспективы продажи конкретных видов изделий и формирование номенклатуры; разработке мероприятий по оптимизации деятельности различных структурных подразделений, установление цен на продукцию и т. д. В настоящее время методология и методика проведения оценки не являются достаточно разработанными. Сложность категории конкурентоспособности обуславливается многообразием подходов к ее оценке.

Среди основных методов анализа в экономической литературе выделяются следующие:

- 1) горизонтальный анализ, или анализ тенденций, при котором показатели сравниваются с такими же за другие периоды;
- 2) вертикальный анализ, при котором исследуется структура показателей путем постепенного спуска на более низкий уровень детализации;
- 3) факторный анализ – анализ влияния отдельных элементов конкурентоспособности предприятия на общие экономические показатели;
- 4) сравнительный анализ – сравнение исследуемых показателей с аналогичными среднеотраслевыми или с аналогичными показателями конкурентов.

Как правило, в экономической литературе выделяются следующие методы оценки конкурентоспособности предприятия:

- 1) оценка с позиции сравнительных преимуществ;

- 2) оценка с позиции теории равновесия;
- 3) оценка исходя из теории эффективности конкуренции;
- 4) оценка на базе качества продукции;
- 5) профиль требований;
- 6) профиль полярностей;
- 7) матричный метод;
- 8) SWOT-анализ;
- 9) построение «гипотетического многоугольника конкурентоспособности».

Рассмотрим более детально каждый из вышеперечисленных методов оценки конкурентоспособности предприятия.

*Изучение конкурентоспособности с позиций сравнительных преимуществ.*

В основе большинства подходов к оценке конкурентоспособности на отраслевом уровне лежит классическая теория международного разделения труда. В соответствии с законом сравнительных преимуществ страна специализируется на производстве и экспорте тех товаров, которые ей обходятся относительно дешевле, и импорте тех, которые в других странах сравнительно дешевле, чем внутри страны.

Размещение производства между странами должно следовать закону сравнительных издержек — каждая страна специализируется на производстве тех товаров, по которым ее издержки более низкие, хотя по абсолютной величине они могут быть иногда и несколько больше, чем у конкурентов. Обладание страной преимуществами, позволяющими обеспечить относительно более низкие издержки производства в какой-либо отрасли, является предпосылкой для завоевания данной отраслью сильных рыночных позиций, т. е. для ее конкурентоспособности.

Кроме того, страна может обладать сравнительными преимуществами не только в существующих отраслях, но и в новых для себя сферах производства, если им будет положено начало. Сталкиваясь с иностранной конкуренцией, такие отрасли часто оказываются не в силах самостоятельно

преодолеть трудности периода становления. Однако если облегчить их развитие на первоначальном этапе введением протекционистских таможенных пошлин, то новые производства могут со временем стать конкурентоспособными.

На начальном этапе развитие любой новой отрасли национальной экономики в условиях открытого рыночного хозяйства сталкивается со значительными препятствиями, преодоление которых требует существенно больших усилий, чем развитие уже имеющихся отраслей.

Непосредственно измерить сравнительные преимущества невозможно, поэтому предложено несколько косвенных методов. Одним из наиболее часто используемых служит метод, построенный на предположении: чем ниже издержки производства в отрасли, тем большими преимуществами обладает отрасль по отношению к конкурентам.

Исходя из методологии сравнительных преимуществ, дать оценку конкурентоспособности фирмы-экспортера в общем виде затруднительно, поскольку имеющиеся преимущества характеризуют конкурентоспособность не только конкретной фирмы, но и всей отрасли.

Методологическая незавершенность имевшихся подходов явилась предпосылкой для разработки в рамках теории сравнительных преимуществ иных способов решения проблемы. В данном случае рассматривается конечный результат взаимодействия производителя с рынком в плане достижения производителем каких-либо целей — объема прибыли, нормы прибыли, уровня продаж, доли на рынке и т. д. И если какие-либо результаты, принимаемые за критерий конкурентоспособности, достигаются, то из этого следует, что рассматриваемый производитель обладает в той или иной степени конкурентоспособностью.

*Изучение конкурентоспособности производителя исходя из теории равновесия.*

Самостоятельное направление исследований составляют методы оценки конкурентоспособности производителя, базирующиеся на теории

равновесия фирмы и отрасли А. Маршалла и теории факторов производства. Под равновесием понимается такое состояние, когда у производителя не существует стимулов для перехода в другое состояние, т. е. для изменения объема производства (изменения своей доли на рынке).

В условиях равновесия производителя (при достижении максимально возможного объема выпуска и сбыта товара при неизменном характере спроса и уровне развития техники на данном рынке) каждый из факторов производства используется с одинаковой и одновременно наибольшей производительностью. При этом у фирм отрасли отсутствует и сверхприбыль, обусловленная действием какого-либо из факторов производства, и, следовательно, у сторонних фирм нет стимулов для вступления в отрасль.

Возможность для расширения выпуска продукции появляется в том случае, когда какой-нибудь фактор производства используется не полностью и существующие масштабы производства не обеспечивают минимума издержек. Критерием же конкурентоспособности в рамках данной модели служит наличие у производителя таких факторов производства, которые могут быть использованы с лучшей, чем у других конкурентов, производительностью.

Методы оценки конкурентоспособности производителя на основе теории равновесия и факторов производства, хотя и могут использоваться в отношении фирм и отраслей экономики, все же имеют существенные ограничения в своем применении.[16]

Во-первых, теория равновесия производителя была разработана для исследования процессов развития отрасли в условиях совершенной конкуренции, т. е. при наличии значительного количества фирм в отрасли, возможности свободного доступа других фирм в отрасль, однородности продукции, совершенного знания рынка покупателями и продавцами и полной мобильности факторов производства между отраслями и фирмами.

Во-вторых, данный метод строится на основе теории, которая предполагает, что отрасли в результате своего развития должны прийти к состоянию равновесия. Но такое состояние практически не наблюдается, что связывается с влиянием научно-технического прогресса, под действием которого изменяются спрос, уровень развития техники и условия производства. Вследствие этого для конкретного экспортера метод оценки конкурентоспособности, исходя из теории равновесия, оказывается трудно приемлемым.

*Изучение конкурентоспособности производителя исходя из теории эффективной конкуренции.*

Отдельную группу составляют методы определения конкурентоспособности, построенные на предположении о том, что, чем прочнее рыночные позиции фирм, чья деятельность попадает в данную отрасль, тем более конкурентоспособна вся отрасль. В основе теории эффективной конкуренции находится разработка критерия для признания имеющегося в отрасли уровня конкуренции достаточным для поддержания высокой эффективности хозяйственной деятельности.

В рамках этой теории существует два основных подхода к определению критерия эффективной конкуренции (конкурентоспособности): структурный и функциональный.

Согласно структурному подходу, оценка положения может быть сделана исходя из знания уровня монополизации отрасли, т. е. концентрации производства и капитала, и барьеров для вновь вступающих на отраслевой рынок компаний. К числу основных препятствий на пути новых конкурентов обычно относятся: экономичность крупномасштабного производства, степень дифференциации продукции, абсолютные преимущества в издержках у существующих фирм, размер капитала, необходимый для организации эффективного производства.

Теория международного маркетинга позволила изучить влияние внешних условий на конкурентоспособность фирмы. Возможности

завоевания фирмой любого рынка зависят не только от внутренних факторов, но и от складывающихся на рынке обстоятельств выделяют следующие факторы, которые оказывают воздействие на интенсивность конкуренции и тем самым влияют на уровень конкурентоспособности компаний:

- потенциал рынка (возможная емкость);
- легкость доступа;
- вид товара;
- входные барьеры (необходимые инвестиции, государственное регулирование);
- однородность рынка;
- структура отрасли или конкурентные позиции фирм;
- степень вовлечения фирм в данную отрасль;
- возможность технологических нововведений;
- экономия на масштабе;
- диверсификация фирм.

Вторым методом определения критерия эффективной конкуренции служит функциональный подход. Главную роль здесь играют экономические показатели деятельности фирм: соотношение издержки-цены, загрузка производственных мощностей, объемы выпуска продукции, норма прибыли и т. д. Данный метод позволяет в определенных пределах строить заключения относительно всей отрасли. Примером определения конкурентоспособности отрасли может служить деятельность известной консультационной американской фирмы «Дан энд Брэдстрит», которая рассчитывает на основании показателей рыночной деятельности обобщенные данные для отрасли.

Функциональный метод позволяет оценить конкурентоспособность отдельных предприятий или их групп, являющихся составными частями фирм. В этом случае также применяются показатели, относящиеся обычно к целой компании. Это производительность труда, рассчитанная как отношение величины добавленной стоимости к общему количеству занятых



на предприятии, отношение чистой добавленной стоимости к количеству занятых на предприятии.

Сопоставление названных показателей характеризует степень конкурентоспособности всей фирмы и ее отдельных предприятий. Как правило, в достаточно крупных и диверсифицированных компаниях данные показатели могут различаться по отдельным видам деятельности или предприятиям в 2—3 раза, что указывает на отсутствие на одном из них необходимой эффективности производства. Кроме того, сопоставление общей производительности труда рассматриваемого предприятия с другими в данной отрасли позволяет выяснить, какое место оно занимает по отношению к ее конкурентам в отрасли. В современных условиях разрыв в производительности труда в 10% и более заключает в себе угрозу конкурентоспособности. Дополнительно используются в качестве показателей конкурентоспособности рентабельность инвестиций и норма прибыли.[34]

Методы определения конкурентоспособности производителя (фирмы, отрасли), основанные на теории эффективной конкуренции, получили распространение в США и странах Западной Европы и могут быть рекомендованы для использования и организациями-экспортерами.

*Изучение конкурентоспособности производителя на базе теории качества товара.*

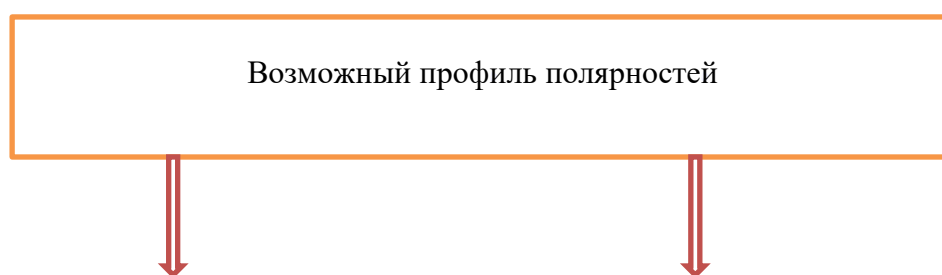
В самостоятельную группу выделяются подходы к оценке конкурентоспособности производителя, которые связывают ее уровень с показателями качества выпускаемой продукции. Субъективная оценка качества, как правило, дается отдельным потребителем исходя из его собственных требований, предъявляемых к товару. Более взвешенная оценка - учет мнения большого круга потребителей данного товара. Объективный подход к оценке качества предполагает сравнение товара рассматриваемого производителя с аналогичным изделием фирмы или отрасли-конкурента.

Сравнение чаще всего осуществляется на основании сопоставления ряда параметров обоих изделий, отражающих потребительские свойства товаров.

Оценка конкурентоспособности производителя по качеству продукции осуществляется «методом профилей». Он базируется на положениях теории маркетинга и используется консультационными фирмами Западной Европы. Выявляются различные критерии удовлетворения запросов потребителей применительно к какому-либо продукту, устанавливается их иерархия и сравнительная важность в пределах того спектра характеристик, которые в состоянии заметить и оценить потребитель, проводится сравнение технико-экономических данных продукта с другими конкурирующими продуктами.

Профиль требований - сущность данного метода заключается в том, что с помощью шкалы экспертных оценок определяется степень продвижения организации и наиболее сильный конкурент. В качестве критерия используется сопоставление профилей. Основным преимуществом данного метода оценки конкурентоспособности предприятия является его наглядность.

Профиль полярностей - в основе данного метода лежит определение показателей, по которым фирма опережает или отстает от конкурентов, т. е. ее сильных и слабых сторон. В качестве критерия используется сопоставление параметров опережения или отставания. Возможный профиль полярностей представлен на рисунке 1.3.



### Рисунок 1.3 – Возможный профиль полярностей

#### *Матричный метод.*

При использовании данного метода конкурентоспособность предприятия рассматривается в динамике. В качестве критерия оценки конкурентоспособности предприятия используется сравнение показателя конкурентоспособности с табличным значением.

Сущность приведенных методов оценки конкурентоспособности можно определить следующим образом. Методологическая незавершенность имеющихся подходов в рамках теории сравнительных преимуществ, теории равновесия и теории эффективной конкуренции явилась предпосылкой для разработки иных способов решения проблемы (оценка на базе качества, профили требований и полярностей, матричный метод). Оценка конкурентоспособности на базе качества продукции поднимает вопрос: не синонимы ли понятия «качество» и «конкурентоспособность». Однако между данными понятиями существуют принципиальные отличия: если качество товара это просто совокупность свойств, то конкурентоспособность — это отношение людей, потребителей товара, к его свойствам, товару как таковому. В основе формирования этого отношения лежит оценка товара и его свойств потребителем, которая зависит от нескольких моментов. Во-первых, от уровня свойств, которыми обладает изделие; во-вторых, от цен; в-третьих, от наличия конкурентов; в-четвертых, от времени, поскольку

потребитель хочет получить свой товар в определенное время; в-пятых, от конкретных обстоятельств, связанных с использованием данного товара;

*SWOT-анализ.*

Данный метод позволяет проанализировать слабые и сильные стороны внутренней среды предприятия, потенциальные опасности внешней среды и на основе анализа выявить существующие возможности для развития предприятий. SWOT-анализ конкурентоспособности предприятия представлен в таблице 1.1

Таблица 1.1 - SWOT-анализ конкурентоспособности

<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- высокий уровень качества продукции и услуг;</li> <li>- сбалансированное соотношение «цена/качество»;</li> <li>- высокая динамичность реагирования на изменение предпочтений покупателей на рынке.</li> </ul>	<p>Слабые стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- на первоначальном этапе недостаток средств на своевременную подготовку и повышение квалификации персонала;</li> <li>- первоначальные затраты на закупку дорогостоящего оборудования и комплектующих;</li> <li>- отсутствие первоначальной базы поставщиков и клиентов;</li> <li>- сложность в создании новых идей рекламных ходов, т.к. данный вид деятельности давно существует, и как следствие – большое количество конкурентов</li> </ul>
<p>Возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- возможность получения стабильной прибыли за счет удовлетворения спроса качественным предложением;</li> <li>- возможность развития новых видов услуг;</li> <li>- возможность применения новых технологий и оборудования</li> </ul>	<p>Угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>рост</b> цен на используемые в деятельности предприятия материалы и комплектующих, а также риск ценового демпинга со стороны конкурентов на аналогичные продукцию или услуги;</li> <li>- снижение реальных доходов населения и, как результат, снижение спроса на товары и услуги т.е. переход населения на более дешевые товары и услуги;</li> <li>- усиление конкурентной борьбы из-за появления на рынке новых «игроков»</li> </ul>

*Построение «гипотетического многоугольника конкурентоспособности».*

Данный метод предполагает оценку конкурентоспособности предприятия по восьми факторам важным для розничных торговых предприятий:

- концепция товара и услуги, на которой базируется деятельность предприятия;

- качество, выражающееся в соответствии продукта высокому уровню товаров рыночных лидеров и выявляемое путем опросов и сравнительных тестов;

- цена товара с возможной наценкой;

- финансы - как собственные, так и заемные;

- торговля - с точки зрения коммерческих методов и средств деятельности;

- послепродажное обслуживание, обеспечивающее предприятию постоянную клиентуру;

- внешняя торговля предприятия, позволяющая ему позитивно управлять отношениями с властями, прессой и общественным мнением;

Предпродажная подготовка, которая свидетельствует о его способности не только предвидеть запросы будущих потребителей, но выявить наличие брака перед выкладкой товара в торговом зале предприятия, чтобы некачественный товар не попал в руки потребителей, и убедить их в исключительных возможностях предприятия удовлетворить эти потребности.

Оценка возможностей предприятия по этим факторам позволяет построить «гипотетический многоугольник конкурентоспособности», который показывает отличительные преимущества одного предприятия в отличие от другого предприятия конкурента и выявить тенденцию в определенный период времени. Если подойти одинаково к оценке конкурентных возможностей предприятий, то, накладывая схемы друг на друга, можно увидеть слабые и сильные стороны одного предприятия по отношению к другому.

Необходимо отметить, что вышерассмотренные методы оценки конкурентоспособности предприятия однонаправлены: один метод учитывает резервы в использовании факторов производства, другой - стоимость этих факторов, следующий - качество продукции.[20]

На наш взгляд, конкурентоспособность предприятия надо оценивать комплексно по всем критериям и направлениям деятельности.

Метод экспертных оценок основан на обобщении мнений специалистов-экспертов о вероятностях риска. Интуитивные характеристики, основанные на знаниях и опыте эксперта, дают в ряде случаев достаточно точные оценки. Экспертные методы позволяют быстро и без больших временных и трудовых затрат получить информацию, необходимую для выработки управленческого решения.

Суть экспертных методов заключается в организованном сборе суждений и предположений экспертов с последующей обработкой полученных ответов и формированием результатов.

Существует масса методов получения экспертных оценок. В одних с каждым экспертом работают отдельно, он даже не знает, кто еще является экспертом, а потому высказывает свое мнение независимо от авторитетов. В других – экспертов собирают вместе, при этом эксперты обсуждают проблему друг с другом, учатся друг у друга, и неверные мнения отбрасываются. В одних методах число экспертов фиксировано, в других – число экспертов растет в процессе проведения экспертизы.

## **ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОАО «АВТОРЕЙС»**

### **2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия**

ОАО «Авторейс» создано в 1996 году в соответствии с законодательством РФ путем преобразования автобазы «Белгородводмелиорация» в процессе приватизации для самостоятельной хозяйственной деятельности. (Постановление главы администрации Белгородского района №434 от 06.05.1996г.).

Общество является юридическим лицом по действующему законодательству РФ, имеет самостоятельный баланс, круглую печать, содержащую его полное фирменное наименование на русском языке и указание на место его нахождения, расчетные, валютный и другие банковские счета, а также штампы, бланки со своим наименованием, собственную эмблему, зарегистрированный в установленном порядке товарный знак и другие средства визуальной идентификации.

Местонахождения Общества – 308510, Белгородская область, Белгородский район, п. Разумное, ул. Железнодорожная, 21.

Основными видами деятельности Общества являются:

- автомобильные перевозки грузов;
- ремонт и сервисное обслуживание автомобильной техники.

Основными заказчиками ОАО «Авторейс» являются:

- ОАО «Завод ЖБК-1»;
- ООО «СМУ ЖБК-1»;
- ООО «СПАКО-ИНВЕСТ»;
- ОАО «Белгородэнергоремонт»;
- ОАО «Белгородский завод металлоизделий»;
- ОАО «Белгородстроймонтаж»;

- ОАО «Белгородстройдеталь»;
- частные и другие лица.

В таблице 2.1 представлен объем перевозимых грузов по основным заказчикам.

Таблица 2.1 - Объем перевозимых грузов по основным заказчикам

Продукция	Объем перевозки, тыс. тонн.			Абсолютное отклонение, +/-	
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2016/2015	2017/2016
ОАО «Завод ЖБК-1»	7250	8220	9120	+970	+900
ООО «СМУ ЖБК-1»	7120	7950	8360	+830	+410
ООО «СПАКО-ИНВЕСТ»	6800	7200	7540	+400	+340
ОАО «Белгородэнергоремонт»	5480	6340	6880	+860	+540
ОАО «Белгородский завод металлоизделий»	6980	7150	7520	+170	+370
ОАО «Белгородстроймонтаж»	5850	6220	6840	+370	+620
ОАО «Белгородстройдеталь»	7920	7120	7560	-800	+440
частные и другие лица	9300	9500	9880	+200	+380
Итого	56700	59700	63700	+3000	+4000

ОАО «Авторейс» в 2016 г. увеличила объем грузоперевозок на 3000 тыс. тонн в сравнении с 2015 г., а в 2017 г. увеличила объем грузоперевозок еще на 4 000 тыс. тонн.

Упрощенно организационная структура предприятия представлена в приложении. Руководство предприятием осуществляет директор, которому подчиняются начальники всех отделов и главный бухгалтер. Директор распоряжается всеми средствами предприятия, осуществляет подбор и расстановку кадров, контролирует деятельность подразделений, несет



ответственность за выполнение плана и соблюдение финансовой дисциплины.

Транспортный отдел - это непосредственно весь подвижной состав предприятия, водители и обслуживающий и ремонтный персонал. В мастерских имеются зоны технического обслуживания и ремонта, где выполняется соответствующий комплекс работ, таких как ежедневное обслуживание и ТО-1 на специально оборудованных линиях технического обслуживания. В зоне ремонта располагается разборочно-сборочный цех, в котором осуществляются ТО-2 и текущие ремонты.

Логистическая служба предприятия - аппарат предприятия по организации грузоперевозок, основные функции, структура и задачи которого будут рассмотрены ниже.

Бухгалтерия осуществляет учет материальных и денежных средств, расчеты за перевозки и другие услуги, расчеты с рабочими, учет всей деятельности предприятия в денежном выражении, контроль над законностью и целесообразностью хозяйственных операций, составляет бухгалтерские отчетности. Предприятие имеет главного бухгалтера, заместителя главного бухгалтера, одного экономиста и бухгалтера-кассира для выдачи заработной платы, а также несколько бухгалтеров для оформления и учета подотчетных сумм, движения материальных и денежных ценностей и другого имущества.

Правовой отдел возглавляется заместителем директора по юридическим вопросам, в его состав также входят юрист-консульт по дебиторам и специалист по договорам.

Перспективы развития общества - увеличение объема грузовых перевозок на междугороднем направлении.

Основными факторами риска, связанные с деятельностью общества являются:

- недостаточный спрос на услуги грузоперевозок;
- недостаток оборотных денежных средств для финансирования текущей деятельности предприятия;
- недостаток денежных средств для финансирования инвестиций;
- высокая стоимость горюче-смазочных материалов, запасных частей, автошин, аккумуляторов и прочих материалов;
- несвоевременные расчеты за выполненные автоуслуги.

В 2017 году сделок, признаваемых в соответствии с Федеральным Законом « Об акционерных обществах», сделками, в совершении которых имеется заинтересованность, а также крупных сделок совершено не было.

Как было отмечено, исследуемое предприятие занимается автомобильными перевозками грузов.

В таблице 2.2 приведена динамика показателей характеристики автотранспорта предприятия.

Показатель количества автомобилей со сроком эксплуатации до 2 лет увеличился в 2017 году на 7 автомобилей, что характеризует обновление подвижного состава.

Таблица 2.2 - Динамика показателей характеристики автотранспорта

ОАО «Авторейс» по годам выпуска за 2016- 2017 годы, ед.

Показатели	2016 год	2017 год	Отклонение (+/-)
			2017/ 2016
До 2 лет	2	9	+7
От 2,1 до 5 лет	27	25	-2

От 5,1 до 8 лет	3	5	+2
От 8,1 до 10 лет	2	4	+2
От 10,1 до 13 лет	12	7	-5
Свыше 13 лет	152	143	-9
ВСЕГО	198	193	-5
В том числе грузового автотранспорта			
До 2 лет	2	5	+3
От 2,1 до 5 лет	27	25	-2
От 5,1 до 8 лет	3	5	+2
От 8,1 до 10 лет	2	1	-1
От 10,1 до 13 лет	9	6	-3
Свыше 13 лет	123	116	-7
Всего	166	158	-8

Также увеличились показатели количества автомобилей со сроком эксплуатации от 5,1 до 8 лет и от 8,1 и до 10 лет на 2 и 2 автомобиля соответственно, что показывает увеличение в подвижном составе автомобилей с большим сроком эксплуатации.

Снизилась в 2017 году следующие показатели: показатель количества автомобилей со сроком эксплуатации от 2,1 до 5 лет, что характеризует переход автомобилей этой категории показателей в категорию более высокого срока эксплуатации; а также показатели количества транспортных средств со сроком эксплуатации от 10,1 до 13 лет и свыше 13 лет – на 5 и 9 автомобилей соответственно, что характеризует своевременное списание устаревшего автотранспорта, что способствует обновлению подвижного состава.

Характеристику перевозок ОАО «Авторейс» можно рассмотреть ниже в таблицах, в одной из которых отражается динамика основных показателей

часовых перевозок (таблица 2.3), в другой представлена динамика основных показателей прочих перевозок (таблица 2.4).

Таблица 2.3 - Динамика основных показателей часовых перевозок  
ОАО «Авторейс» за 2016- 2017 годы

Показатели	2016 год	2017 год	Отклонение (+/-)
			2017/ 2016
Среднесписочное количество автомобилей, ед.	41	39	2
Машино – дни в хозяйстве	14965	13505	1460
Машино – дни в работе	9699	8963	736
Машино – часы в наряде	83,9	68,4	15,5
Коэффициент использования парка	0,648	0,663	0,015
Средняя продолжительность рабочего дня, ч.	8,6	7,6	1,0
Средне – техническая скорость, км/ч.	18,0	18,3	0,3
Средне – суточный пробег, км.	153,5	136,6	16,9
Общий пробег автомобиля, км.	1489,3	1251,4	237,9

Среднесписочное количество автомобилей в 2017 году снизилось на 2 единицы транспортных средств или на 4,9 %. Количество машино-дней в хозяйстве уменьшилось по сравнению с 2016 годом на 1460 или на 9,8 %.

Количество машино-дней в работе уменьшилось в 2017 году на 736 или на 7,6%. Количество машино-часов в наряде сократилось по отношению к 2016 году на 15,5 или на 18,5 %. Коэффициент использования парка возрос по отношению к 2016 году на 0,015 или на 2,3 %. Средняя

продолжительность рабочего дня снизилась на 1,0 или на 11,7 %. Средне-техническая скорость увеличилась по отношению к 2016 году на 0,3 или на 1,7 %. Средне-суточный пробег снизился по отношению к 2016 году на 16,9 или на 11 %. Общий пробег автомобиля сократился по отношению к 2016 году на 237,9 или на 16 %.

Среднесписочное количество автомобилей в 2017 году снизилось на 3 единицы транспортных средств или на 10 %. Количество машино-дней в хозяйстве уменьшилось по сравнению с 2016 годом на 980 или на 9 %. Количество машино-дней в работе уменьшилось в 2017 году на 1555 или на 5,1 %. Количество машино-часов в наряде сократилось по отношению к 2016 году на 2,4 или на 2,4 %.

Таблица 2.4 - Динамика основных показателей прочих перевозок

ОАО «Авторейс» за 2016- 2017 годы

Показатели	2016 год	2017 год	Отклонение (+/-)
			2017/ 2016
Средне-списочное количество автомобилей, ед.	30	27	3
Машино – дни в хозяйстве	10950	9970	980
Машино – дни в работе	10315	8760	1555
Машино – часы в наряде	101,5	99,1	2,4
Коэффициент использования парка	0,942	0,878	0,064
Средняя продолжительность рабочего дня, ч.	9,8	11,3	1,5
Средне – техническая скорость, км/ч.	13,0	12,0	1,0
Средне – суточный пробег, км.	127,7	136,4	8,7
Общий пробег автомобиля, км.	1317,5	1195,2	11,9

Коэффициент использования парка уменьшился по отношению к 2016 году на 0,064 или на 6,8 %. Средняя продолжительность рабочего дня увеличилась на 1,5 или на 15,3 %. Средне-техническая скорость снизилась по отношению к 2016 году на 0,3 или на 7,7 %. Средне-суточный пробег увеличился по отношению к 2016 году на 8,7 или на 6,8 %. Общий пробег автомобиля сократился по отношению к 2016 году на 11,9 или на 9,3 %.

Эффективность перевозок обеспечивает логистическая служба предприятия. Логистическая служба является элементом системы управления предприятием.

Основными задачами логистической службы предприятия являются:

- ведение базы данных по участникам транспортной деятельности;
- контроль транспортной деятельности;
- организация контроля работы подвижного состава на линии;
- планирование и организация транспортной деятельности;
- определение вида и количества транспортных средств для обеспечения заданной потребности в перевозках;
- построение оптимальной транспортно-технологической схемы по различным критериям (стоимость, время, качество доставки, интегральный критерий и т.д.);
- моделирование транспортных сетей;
- диспетчерское управление транспортировкой грузов;
- документационное оформление доставки грузов;
- заключение договоров транспортно-экспедиционного обслуживания с клиентами и перевозчиками;
- ведение сопроводительной документации по договорам перевозки грузов различными видами транспорта.

Планирование перевозок грузов является одной из главных задач в работе логистической службы транспортного предприятия.

Разработанный план перевозок грузов на планируемый период сопоставляют с провозными способностями автомобильного парка. При этом обеспечивается выполнение объема перевозок в установленные сроки.

Объем транспортных работ определяется на основании данных о количестве поступающих и отправляемых грузов с учетом их номенклатуры. Перевозки основных материалов - готовой продукции полистирол и полипропилен - составляют 70-95% общего грузооборота.

На предприятии ОАО «Авторейс» при перемещении грузов используются путевые листы типовой междуведомственной формы. Информация в путевые листы вручную заносится следующими работниками:

1) диспетчером - данные о водителе (фамилия, его табельный номер); данные об автомобиле (марка машины, его государственный номер); время выезда из гаража, время возврата в гараж; требуемое количество горючего на выполнение задания; наименование и адрес заказчика; остаток горючего при выезде и при въезде в гараж (данные подтверждаются подписью механика); показание спидометра при выезде и возврате в гараж;

2) водителем - время (ч, мин) и показания спидометра при прибытии к заказчику и выбытии от него, маршрут движения. Также в путевом листе водитель указывает часы работы по совместительству, поскольку за совмещение обязанностей ему производится доплата. Например, в графе «Особые отметки» делается запись о совмещении обязанности грузчика или экспедитора;

3) заправщиком делаются отметки о полученных литрах горючего на пути следования.

Разрешение на выпуск из гаража автомобиля, находящегося в исправном состоянии, сдача автомобиля шоферу и приемка автомобиля от шофера заверяются подписью механика или заменяющего его лица.

Поскольку заполнение путевых листов на предприятии осуществляется вручную, это приводит к следующим ошибкам. Так, в путевых листах не всегда указывается точный маршрут автомобиля. Например, в графе «Маршрут движения» делаются такие записи, как «езда по городу», «езда по точкам», без уточнения мест остановки автомобиля. Согласно инструкции по заполнению и обработке путевого листа для грузового автомобиля неопределенные маршруты указывать запрещается. Так как точно определить маршрут по такому путевому листу невозможно, то нельзя быть уверенным, что указанный пробег в путевом листе соответствует действительности. Также в путевых листах часто допускаются неоговоренные подчистки, исправления, что недопустимо, поскольку путевой лист - это документ строгой отчетности. Водители, заполняя путевой лист, торопятся, и почерк при этом бывает неразборчив. После того как оформленный путевой лист примет диспетчер, его отдают в отдел автоматизированной системы управления предприятием, где всю информацию вручную переносят в базу данных для ее накопления и дальнейшей систематизации. Это увеличивает возможность возникновения ошибок.

Полученная таким образом информация не может показать четкую картину эксплуатации подвижного состава, поэтому необходимо использовать программные продукты, решающих задачи учета и специфики автоматизации деятельности автотранспортных хозяйств. Данные программы позволяют организовать учет заявок и формировать разрядку на работу автомобилей. Применение программ помогает минимизировать производственные сбои, обусловленные нестыковкой информации, касающейся разных областей работы транспорта. Однако применение таких программ связано со значительными доработками, поскольку предприятия стремятся к высокой степени интеграции учета работы транспорта с бухгалтерским учетом, а это требует дополнительного времени и квалифицированных специалистов.



Работа диспетчеров, отвечающая за технологический процесс выполнения заказа, рассматривается как один из частных элементов в логистической системе, которая является комплексным объектом. Проблема в работе диспетчеров на крупном предприятии заключается в организации информационных потоков, связанных с планированием и координацией транспортной деятельности. Обработка информационных потоков очень ответственная задача, поскольку малейший сбой в организации транспортного процесса может повлечь за собой невыполнение заказа.

Для решения данной проблемы, диспетчеру необходимо оптимально регулировать работу транспорта. Он обязан своевременно собирать и отслеживать оперативную информацию о постоянно меняющейся обстановке на транспортном предприятии, иными словами диспетчерская служба постоянно держит руку на пульсе предприятия.

От деятельности диспетчера зависит ритмичная работа предприятия, выполнение работ в соответствии с производственными программами, календарными графиками и сменно-суточными заданиями. Он производит регулярный оперативный контроль за движением транспорта, принимает меры по предупреждению и устранению нарушений по выполнению заявок, привлекает к ликвидации этих нарушений вспомогательные и другие службы предприятия. В его функции входят подведение итогов работы подвижного состава, что в дальнейшем применяется в оценке экономической эффективности, уровня сервиса и качества предоставленных транспортных услуг. Одним из параметров качества транспортного обслуживания потребителей относят время от получения заказа на перевозку до доставки, надежность и возможность доставки по требованию. Для достижения указанных задач диспетчерские службы должны координировать перевозочные операции и отслеживать техническое состояние транспорта на конкретный промежуток времени.

Информационное обеспечение в транспортной логистике играет одну из ключевых ролей, а планирование и координация транспортной деятельности невозможны без взаимодействия транспортных и информационных потоков. В ходе транспортировки с учетом ужесточения конкурентной борьбы перевозчики заботятся не только о снижении цен на тарифы, но и обеспечении важной информацией заказчика. Так информацию можно разделить на три основных вида: опережающая, сопровождающая, поясняющая транспортно-материальный поток. Опережающий информационный поток является одним из важных элементов в работе диспетчеров, поскольку он содержит предварительное сообщение о предстоящем перемещении груза. Сопровождение информации осуществляется одновременно с транспортным потоком. В этом случае информация позволяет быстро и правильно идентифицировать грузы, и направлять их по назначению. Отставание информационного потока от транспортного, обычно, допускается только для пояснения и оценки последнего. Только при наличии всех перечисленных информационных потоков можно получить возможность эффективного управления, контроля движения транспортно-материального потока.

На рассматриваемом предприятии четкое диспетчерское руководство работы автотранспорта пока является невозможным, поскольку отсутствуют опережающий и сопровождающий информационные потоки. Причиной данной проблемы является отсутствие связи между диспетчером и водителем, что не допустимо, поскольку информация является одним из ключевых факторов конкурентоспособности предприятия. Так диспетчер, имея точную «информацию о местоположении автомобиля и его состоянии» имеет возможность попутно загрузить автомобиль. Рассматриваемая проблема не позволяет логистической системе обеспечить удовлетворение спроса потребителей на доставку нужной продукции в обусловленный срок и требуемое место, что не дает контролировать определенную длительность цикла логистического обслуживания.

Работа логистической службы может быть автоматизирована, однако на предприятии данная проблема остается нерешенной. Диспетчер обязан заполнять диспетчерские журналы вручную, а это усложняет и замедляет управление и контроль эксплуатации подвижного состава. Например, диспетчер на рассматриваемом крупном транспортном предприятии координирует движение подвижного состава на основании поступающей разрядки от руководства. Для обеспечения контроля работы транспорта он заполняет следующие журналы:

- журналы учета движения путевых листов;
- журнал учета выхода автомобилей в работу;
- табель автомобильного парка;
- табель использования рабочего времени;
- журнал учета переработанных часов за месяц;
- журнал учета машин в ремонте

Надо учитывать то, что диспетчер в данном случае может только контролировать доставку груза, а также отражать в журналах техническое состояние автомобиля до и после выполнения заказа. Он отмечает в журналах дату и время отъезда, приезда автомобиля, остаток горючего при возврате машины в гараж, показание спидометра, количество перевезенного груза. Однако на сегодняшний день такая работа не отвечает требованиям транспортного обслуживания. Так оператор - диспетчер предприятия может разрабатывать несколько вариантов плана доставки, определять транспортные фирмы, которые могут быть привлечены для осуществления доставки по разработанным схемам. Заказчику сообщаются условия выполнения доставки, каким образом и за какое время заказ будет выполнен. Только после решения данных вопросов между заказчиком и фирмой заключается договор на доставку. Проведение указанных работ поможет повысить эффективность доставки груза.

Повышение производительности достигается за счет быстрой передачи и обработки информации, а точности и достоверности данных - за счет уменьшения бумажных документов и возможности ошибок ввода данных. Например, на сегодняшний день программы позволяют организовать учет заявок на транспортные средства и формировать разрядку на работу автомобилей.

Обычно наибольшие затруднения при учете работы транспорта возникают при формировании отчетности по горючему и путевым листам. Особенно трудно бывает составить отчеты в том случае, если путевые листы были сданы диспетчеру несвоевременно или в них обнаружены ошибки, которые приходится исправлять «задним числом». В таких случаях применяемые программы могут значительно облегчить работу диспетчера, т.к. в них автоматически поддерживается актуальность введенной информации, и формируются наиболее важные отчеты: реестр путевых листов; карточка работы автомобиля; основные технико-эксплуатационные показатели; свод о расходе горючего по маркам топлива; ведомость прихода-расхода горючего.

Диспетчеризация является одним из звеньев в логистической цепи, поэтому не эффективная работа диспетчера отрицательно сказывается на организации всего транспортного процесса.

## **2.2. Анализ финансово-экономических критериев экономической безопасности предприятия**

С целью выявления основных тенденции развития проведем анализ основных экономических показателей работы предприятия (таблица 2.5).

Таблица 2.5 - Основные технико-экономические показатели

ОАО «Авторейс» за 2015–2017 гг.

Показатели	Год			Абсолютное отклонение (+,-)		Относительное отклонение (%)	
	2015	2016	2017	2016/ 2015	2017/ 2015	2016/ 2015	2017/ 2015
Рентабельность продаж, %	11,92	12,24	30,54	0,32	18,62	2,65	156,18
Чистые активы, тыс. руб.	12 999	13 696	16 727	697	3 728	5,36	28,68
Оборачиваемость чистых активов, %	117,50	104,71	73,34	-12,79	-44,16	-10,89	-37,58
Рентабельность чистых активов, %	7,33	5,10	18,13	-2,23	10,80	-30,39	147,33
Собственный капитал, тыс. руб.	12 999	13 696	16 727	697	3 728	5,36	28,68
Рентабельность собственного капитала, %	7,33	5,24	20,39	-2,10	13,06	-28,58	178,13
Кредиты и займы, тыс. руб.	32 691	34 678	32 603	1 987	-88	6,08	-0,27
Финансовый рычаг, %	280,59	274,19	213,32	-6,40	-67,27	-2,28	-23,97
Среднемесячная заработная плата, тыс. руб.	11695	17326	20030	5631	8335	148,1	171,3

Рассматривая динамику показателей финансово-хозяйственной деятельности ОАО «Авторейс», особое внимание следует обратить на рентабельность чистых активов и средневзвешенную стоимость капитала.

Для успешного развития деятельности необходимо, чтобы рентабельность чистых активов была выше средневзвешенной стоимости капитала, тогда предприятие способно выплатить не только проценты по

кредитам и объявленные дивиденды, но и реинвестировать часть чистой прибыли в производство.

Среднемесячная заработная плата в 2017 г. возросла на 8335 тыс. руб. или на 71% по сравнению с 2015 г. Это говорит о том, что предприятие повышает эффективность оказываемых услуг, которые пользуется спросом на рынке, увеличивает свою прибыль и, как следствие, повышает эффективность.

Проанализируем основные показатели финансовой деятельности предприятия. В таблице 2.6 проведен анализ агрегированного баланса предприятия.

Таблица 2.6 - Агрегированный баланс предприятия

Показатель ликвидности	На конец 2015 г.	На конец 2016 г.	На конец 2017 г.	Абсолютное отклонение		Относительное отклонение	
				2016/ 2015	2017/ 2015	2016/ 2015	2017/ 2015
Внеоборотные активы	1567	2826	2644	1259	1077	80,34	68,73
Оборотные активы	47906	48423	49765	517	1859	1,08	3,88
Запасы и затраты	170	246	160	76	-10	44,71	-5,88
Краткосрочная дебиторская задолженность	47591	47617	49080	26	1489	0,05	3,13
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	53	540	492	487	439	918,87	828,3
Прочие оборотные	92	20	33	-72	-59	-78,26	-64,13

активы.							
Собственный капитал	12999	13696	16727	697	3728	5,36	28,68
Долгосрочные пассивы	-	1908	270	1908	270	-	-

Продолжение табл. 2.6

Займы и кредиты	-	1908	270	1908	270	-	-
Краткосрочные пассивы	36474	35645	35412	-829	-1062	-2,27	-2,91
Займы и кредиты	32691	32770	32333	79	-358	0,24	-1,1
Кредиторская задолженность	3783	2875	3079	-908	-704	-24	-18,61
Баланс	49473	51249	52409	1776	2936	3,59	5,93

Общая величина активов предприятия в отчетном периоде, по сравнению с базовым незначительно увеличилась. По сравнению с данными на 31.12.2015 г. активы и валюта баланса выросли на 5,93 %, что в абсолютном выражении составило 2 936 тыс. руб. Таким образом, в отчетном периоде актив баланса и валюта баланса находятся на уровне 52 409 тыс. руб. В более значительной степени это произошло за счет увеличения статьи «дебиторская задолженность». За прошедший период рост этой статьи составил 1 489 тыс. руб. и уже на конец анализируемого периода значение статьи «дебиторская задолженность» достигло 49 080 тыс. руб.

В общей структуре активов внеоборотные активы, величина которых на 31.12.2015 г. составляла 1 567 тыс. руб., возросли на 1 077 тыс. руб. (темп прироста составил 68,3 %). На 31.12.2017 их величина составила 2 644 тыс. руб. (5% от общей структуры имущества).

Величина оборотных активов, составлявшая на 31.12.2015 47 906 тыс. руб., также возросла на 1 859 тыс. руб. (темп прироста составил 3,88%), и на 31.12.2017 их величина составила 49 765 тыс. руб. (95% от общей структуры имущества).

Доля основных средств в общей структуре активов на 31.12.2017 составила 5%, что говорит о том, что предприятие имеет «легкую» структуру активов и свидетельствует о мобильности имущества ОАО «Авторейс».

На конец отчетного периода наибольший удельный вес в структуре совокупных активов приходится на оборотные активы (94,96%), что говорит о достаточно мобильной структуре активов, способствующей ускорению оборачиваемости средств предприятия. Однако наблюдается отрицательная тенденция: по сравнению с базовым анализируемым периодом, в отчетном периоде удельный вес оборотных активов в общей структуре баланса снизился на -1,88 %, что в динамике может привести к снижению оборачиваемости. К тому же наблюдается положительная тенденция к росту оборотных активов.

В структуре внеоборотных активов наибольшее их изменение было вызвано увеличением на 1 077 тыс. руб. по сравнению с базовым периодом статьи «основные средства».

В структуре оборотных активов наибольшее изменение было вызвано увеличением на 1 489 тыс. руб., по сравнению с базовым периодом, статьи «дебиторская задолженность».

Размер дебиторской задолженности за анализируемый период увеличился на 1 489 тыс. руб., что является негативным изменением и может быть вызвано проблемой с оплатой продукции либо активным предоставлением потребительского кредита покупателям, т.е. отвлечением части текущих активов и иммобилизации части оборотных средств из производственного процесса.

Рассматривая дебиторскую задолженность ОАО «Авторейс», следует отметить, что предприятие на 31.12.2017 г. имеет активное сальдо (дебиторская задолженность больше кредиторской), представляя, таким образом, своим клиентам бесплатный кредит в размере 46 001 тыс. руб.



В части пассивов увеличение валюты баланса в наибольшей степени произошло за счет роста статьи «нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)».

За прошедший период рост этой статьи составил 3 728 тыс. руб. (в процентном соотношении ее рост составил 39,46 %). Таким образом, на конец анализируемого периода значение статьи «нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» установилось на уровне 13 175 тыс. руб.

Рассматривая изменение собственного капитала ОАО «Авторейс», видно, что его значение за анализируемый период увеличилось. На 31.12.2017 величина собственного капитала предприятия составила 16 727 тыс. руб. (31,92% от общей величины пассивов).

Доля обязательств в совокупных источниках формирования активов за анализируемый период незначительно снизилась. На 31.12.2017 совокупная величина долгосрочных и скорректированных краткосрочных обязательств предприятия составила 35 682 тыс. руб. (68,08% от общей величины пассивов).

Снижение заемных средств предприятия ведет к снижению степени его финансовых рисков и положительно влияет на его финансовую устойчивость, повышая степень независимости от заемных средств.

Рассматривая изменение резервов предприятия и нераспределенной прибыли, можно отметить, что за анализируемый период их общая величина возросла на 3 728 тыс. руб. и составила 13 175 тыс. руб. это в целом можно назвать положительной тенденцией, так как увеличение резервов, фондов и нераспределенной прибыли может говорить об эффективной работе предприятия.

В общей структуре пассивов величина капитала и резервов (раздел III баланса), составлявшая на 31.12.2015 г. 12 999 тыс. руб., выросла на 3 728 тыс. руб. (темп прироста составил 28,68%), и на 31.12.2017 его величина составила 16 727 тыс. руб. (31,92 % от общей структуры имущества). В

наибольшей степени это изменение произошло за счет роста статьи «нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» - на 3 728 тыс. руб.

На 31.12.2017 в общей структуре задолженности краткосрочные пассивы превышают долгосрочные на 35 142 тыс. руб., что при существующем размере собственного капитала и резервов может негативно сказаться на финансовой устойчивости предприятия.

Наибольшее влияние на увеличение долгосрочных пассивов оказал рост статьи «заемные средства». За прошедший период рост этой статьи составил 270 тыс. руб. (в процентном соотношении - -100%), и уже на конец анализируемого периода значение статьи 'Заемные средства' достигло 270 тыс. руб.

Величина краткосрочных обязательств, которая на 31.12.2015 составляла 36 474 тыс. руб., напротив, снизилась на 1 062 тыс. руб. (темп снижения краткосрочных обязательств составил -2,91%), и на 31.12.2017 их величина установилась на уровне 35 412 тыс. руб. (67,57% от общей структуры имущества).

Наибольший удельный вес в структуре краткосрочных обязательств задолженности на 31.12.2017 составляет статья «заемные средства». На конец анализируемого периода величина задолженности по данной статье составляет 32 333 тыс. руб. (доля в общей величине краткосрочной кредиторской задолженности - 91%).

За анализируемый период снижение по этой статье задолженности составило 1,1 %, что в абсолютном выражении составило -358 тыс. руб.

Таким образом, изменение за анализируемый период структуры пассивов следует признать в подавляющей части позитивным.

Для характеристики качества структуры баланса и определения уровня платежеспособности ОАО «Авторейс» рассчитаем ряд относительных показателей и отразим их в таблице 2.3.

Коэффициент абсолютной ликвидности и на начало, и на конец анализируемого периода (31.12.2015 – 31.12.2017) находится ниже нормативного значения (0,2), что говорит о том, что значение коэффициента слишком низко и предприятие не в полной мере обеспечено средствами для своевременного погашения наиболее срочных обязательств за счет наиболее ликвидных активов.

На начало анализируемого периода – на 31.12.2017 г. значение показателя абсолютной ликвидности составило 0,01.

Таблица 2.7 - Анализ платежеспособности за 2015–2017гг.

Показатель ликвидности	На конец 2015 г.	На конец 2016 г.	На конец 2017 г.	Абсолютное отклонение		Относительное отклонение	
				2016	2017	2016	2017
				2015	2015	2015	2015
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	856,14	856,14
Коэффициент промежуточной (быстрой) ликвидности	1,31	1,35	1,4	0,04	0,09	3,43	7,17
Коэффициент текущей ликвидности	1,31	1,35	1,4	0,04	0,09	3,27	7,03
Коэффициент покрытия оборотных средств собственными источниками формирования	0,24	0,26	0,29	0,03	0,05	10,58	20,86
Коэффициент восстановления (утраты)	-	0,69	0,71	0,69	0,72	-	-

платежеспособности							
--------------------	--	--	--	--	--	--	--

Коэффициент промежуточной (быстрой) ликвидности показывает, какая часть краткосрочной задолженности может быть погашена за счет наиболее ликвидных и быстро реализуемых активов.

Нормативное значение показателя составляет 0,6–0,8 означает, что текущие обязательства должны покрываться на 60–80 процентов за счет быстрореализуемых активов. На начало анализируемого периода (на 31.12.2015), значение показателя быстрой (промежуточной) ликвидности составило 1,31. На 31.12.2017 значение показателя возросло, что можно рассматривать как положительную тенденцию, и составило 1,4.

Коэффициент текущей ликвидности и на начало, и на конец анализируемого периода (31.12.2015 – 31.12.2017) находится ниже нормативного значения 2, что говорит о том, что значение коэффициента достаточно низкое и предприятие не в полной мере обеспечено собственными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств.

На начало анализируемого периода – на 31.12.2015 значение показателя текущей ликвидности составило 1,31. На конец анализируемого периода значение показателя возросло и составило 1,4

Так как на конец анализируемого периода коэффициент текущей ликвидности находится ниже своего нормативного значения 2, рассчитывается показатель восстановления платежеспособности предприятия.

Показатель восстановления платежеспособности говорит о том, сможет ли предприятие, в случае потери платежеспособности в ближайшие шесть месяцев ее восстановить при существующей динамике изменения показателя текущей ликвидности. На конец периода значение показателя установилось на уровне 0,72, что говорит о том, что предприятие не сможет восстановить свою платежеспособность, так как показатель меньше единицы.

Для определения финансовой устойчивости, рассчитаем основные коэффициенты (таблица 2.8).

Анализ финансовой устойчивости по относительным показателям, представленный в таблице 2.8, говорит о том, что заметна стабильность имущественного положения компании.

Коэффициент автономии за анализируемый период увеличился на 0,06 и на 31.12.2017 составил 0,32. Это ниже нормативного значения (0,5), при котором заемный капитал может быть компенсирован собственностью предприятия.

Коэффициент отношения заемных и собственных средств (финансовый рычаг) за анализируемый период снизился на 0,67 и на 31.12.2017 составил 2,13. Чем больше этот коэффициент превышает 1, тем больше зависимость предприятия от заемных средств. Допустимый уровень часто определяется условиями работы каждого предприятия в первую очередь скоростью оборота оборотных средств. Поэтому дополнительно необходимо определить скорость оборота материальных оборотных средств и дебиторской задолженности за анализируемый период.

Таблица 2.8 – Анализ финансовой устойчивости за 2015 – 2017 гг.

Показатели	Год			Абсолютное отклонение		Относительное отклонение (%)	
	2015	2016	2017	2016/ 2015	2017/ 2015	2016/ 2015	2017/ 2015
Коэффициент автономии	0,26	0,27	0,32	0,01	0,06	1,71	21,47
Коэффициент отношения заемных и собственных средств (финансовый рычаг)	2,81	2,74	2,13	-0,06	-0,67	-2,28	-23,97
Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств	30,57	17,13	18,82	-13,44	-11,75	-43,95	-38,43
Коэффициент отношения собственных и заемных средств	0,36	0,36	0,47	0,01	0,11	2,33	31,54

Коэффициент маневренности	0,88	0,70	0,83	-0,18	-0,05	-20,79	-5,79
Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными	67,25	51,94	89,71	-15,30	22,46	-22,76	33,40
Коэффициент имущества производственного назначения	0,04	0,06	0,05	0,02	0,02	70,73	52,38
Коэффициент долгосрочно привлеченных заемных	-	0,12	0,02	0,12	0,02	-	-
Коэффициент краткосрочной задолженности	0,90	0,87	0,91	-0,02	0,01	-2,64	1,10
Коэффициент кредиторской задолженности	0,10	0,08	0,09	-0,03	-0,02	-26,19	-16,80

Если дебиторская задолженность оборачивается быстрее оборотных средств, это означает довольно высокую интенсивность поступления на предприятие денежных средств, то есть в итоге – увеличение собственных средств. Поэтому при высокой оборачиваемости материальных оборотных средств и еще более высокой оборачиваемости дебиторской задолженности коэффициент соотношения собственных и заемных средств может намного превышать 1.

Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств за анализируемый период снизился на 11,75 и на 31.12.2017 составил 18,82. Коэффициент определяется как отношение мобильных средств (итог по второму разделу) и долгосрочной дебиторской задолженности к иммобилизованным средствам (внеоборотным активам, скорректированным на дебиторскую задолженность долгосрочного характера). Нормативное значение специфично для каждой отдельной отрасли, но при прочих равных условиях увеличение коэффициента является положительной тенденцией.

Коэффициент маневренности за анализируемый период снизился на 0,05 и на 31.12.2017 составил 0,83. Это выше нормативного значения (0,5). Коэффициент маневренности характеризует, какая доля источников



Период оборота материальных	4,06	5,31	6,04	1,25	0,85	30,68	20,85
Период оборота дебиторской задолженности, дней	1 137,14	1 214,91	1 438,47	77,77	300,94	6,84	26,46
Период оборота прочих оборотных	2,20	1,43	0,79	-0,77	-0,34	-34,99	-15,41
Затратный цикл, дней	1 143,40	1 221,65	1 445,30	78,25	301,45	6,84	26,36
Период оборота кредиторской задолженности, дней	90,39	84,96	88,57	-5,43	11,69	-6,01	12,93
Кредитный цикл, дней	90,39	84,96	88,57	-5,43	11,69	-6,01	12,93
Чистый цикл, дней	1 053,01	1 136,69	1 356,73	83,68	289,76	7,95	27,52

Отрицательную тенденцию подтверждает то, что при уменьшении количества оборотов выручка от реализации за период с конца 31.12.2015 г. по конец 31.12.2017 г. снизилась на 19,68 %.

Подводя итог, следует отметить, что за анализируемый период (с 31.12.2015 г. по 31.12.2017 г. ключевыми стали следующие моменты:

1. На основании проведенного анализа динамику изменения активов баланса в целом можно назвать положительной.
2. Изменение структуры пассивов за анализируемый период следует признать в подавляющей части позитивным.
3. Рассмотрев динамику доходов и расходов ОАО «Авторейс», можно сказать, что за анализируемый период в целом ее можно назвать негативной.
4. За анализируемый период значения большинства показателей рентабельности увеличились, что следует скорее рассматривать как положительную тенденцию.
5. Анализ типа финансовой устойчивости предприятия в динамике показывает сохранение финансовой устойчивости предприятия.
6. Так как на конец анализируемого периода Коэффициент текущей ликвидности находится ниже своего нормативного значения 2,



рассчитывается показатель восстановления платежеспособности предприятия. Показатель восстановления платежеспособности говорит о том, сможет ли предприятие в случае потери платежеспособности в ближайшие шесть месяцев ее восстановить при существующей динамике изменения показателя текущей ликвидности. На конец периода значение показателя установилось на уровне 0,72, что говорит о том, что предприятие не сможет восстановить свою платежеспособность, так как показатель меньше единицы.

7. На начало анализируемого периода у предприятия достаточно собственных средств для формирования запасов и затрат. На конец периода у предприятия достаточно собственных средств для формирования запасов и затрат.

8. За анализируемый период величина чистых активов, составлявшая на 31.12.2015 12 999 тыс. руб., возросла на 3 728 тыс. руб. (темп прироста составил 28,68%), и на 31.12.2017 их величина составила 16 727 тыс. руб.

Далее рассмотрим показатели рентабельности предприятия. Совокупность этих показателей всегда отражает эффективность производственной (операционной), инвестиционной и финансовой деятельности предприятия и отвечает интересам участников экономического процесса (таблица 210).

Таблица 2.10 - Анализ показателей рентабельности предприятия за 2015-2017 гг.

Показатели	Год			Абсолютное отклонение		Относительное отклонение	
	2015	2016	2017	2016/ 2015	2017/ 2015	2016/ 2015	2017/ 2015
Общая рентабельность, %	6,24	4,87	24,72	-1,37	18,48	-21,88	296,24
Рентабельность продаж, %	11,92	12,24	30,54	0,32	18,62	2,65	156,18
Рентабельность собственного капитала, %	7,33	5,24	19,93	-2,10	13,06	-28,58	178,13

Рентабельность оборотных активов, %	1,99	1,44	6,09	-0,55	4,10	-27,44	206,13
Общая рентабельность производственных фондов, %	54,87	22,75	108,17	-32,12	53,30	-58,53	97,13
Рентабельность всех активов, %	1,93	1,36	5,78	-0,56	3,86	-29,20	200,20
Рентабельность основной деятельности	-8,12	-6,27	-40,04	1,85	-31,92	22,82	-393,12
Рентабельность производства, %	30,14	28,57	61,95	-1,56	31,82	-5,19	105,58

Динамика показателей рентабельности представлена на рисунке 2.1.

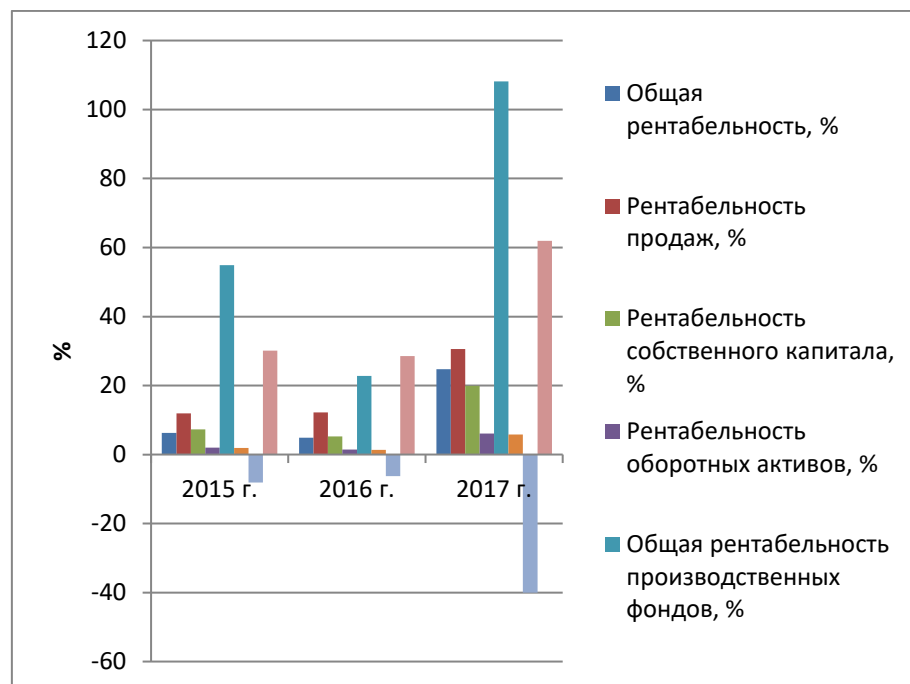


Рисунок 2.1 - Динамика показателей рентабельности

Рассматривая показатели рентабельности, прежде всего, следует отметить, что на начало анализируемого периода частное от деления прибыли до налогообложения и выручки от реализации (показатель общей рентабельности) находится на уровне среднеотраслевого значения, которое составляет 10%. На конец периода общая рентабельность ОАО «Авторейс» уже выше среднего значения по отрасли.

Повышение рентабельности собственного капитала с 7.33 до 20.39 процента за анализируемый период было вызвано увеличением чистой прибыли предприятия за анализируемый период на 2 078 тыс. руб.

Как видно из таблицы, за анализируемый период значения большинства показателей рентабельности увеличились, что следует скорее рассматривать как положительную тенденцию.

Далее оценим показатели затрат и прибыли предприятия (таблица 211).

Таблица 2.11- Анализ показателей затрат и прибыли предприятия за 2015-2017 гг.

Показатели	Год			Абсолютное отклонение		Относительное отклонение	
	2015	2016	2017	2016/ 2015	2017/ 2015	2016/ 2015	2017/ 2015
Выручка	15 274	14 341	12 268	-933	-3 006	-6,11	-19,68
Себестоимость продаж	11 737	11 154	7 575	-583	-4 162	-4,97	-35,46
Валовая прибыль (убыток)	3 537	3 187	4 693	-350	1 156	-9,90	32,68
Управленческие расходы	1 716	1 432	946	-284	-770	-16,55	-44,87
Прибыль (убыток) от продаж	1 821	1 755	3 747	-66	1 926	-3,62	105,77
Прочие доходы	283	112	223	-171	-60	-60,42	-21,20
Прочие расходы	952	891	657	-61	-295	-6,41	-30,99
Прибыль (убыток) до налогообложения	953	699	3 033	-254	2 080	-26,65	218,26
Чистая прибыль (убыток) отчетного	953	699	3 031	-254	2 078	-26,65	218,05

Из таблицы видно, что выручка от реализации компании по сравнению с базовым периодом незначительно уменьшилась (с 15 274 тыс. руб. на 31.12.2015 г. до 12 268 тыс. руб. на 31.12.2017 г.). За анализируемый период изменение объема продаж составило -3 006 тыс. руб. Тем прироста составил -19.68%

Валовая прибыль на 31.12.2015 г. составляла 3 537 тыс. руб. За анализируемый период она возросла на 1 156 тыс. руб., что следует рассматривать как положительный момент и на 31.12.2017 г. она составила 4 693 тыс. руб.

Прибыль от продаж на 31.12.2015 г. составляла 1 821 тыс. руб. За анализируемый период она, также как и валовая прибыль, возросла на 1 926 тыс. руб., и на 31.12.2017 г. прибыль от продаж составила 3 747 тыс. руб.

Следует отметить высокий уровень управленческих расходов в структуре отчета о прибылях и убытках организации. На начало анализируемого периода их доля составляла 14,62 %, от себестоимости реализованной продукции, а на конец периода – 12,49 % от себестоимости проданных товаров, продукции, работ, услуг.

Показателем повышения эффективности деятельности предприятия можно назвать более высокий темп снижения себестоимости по отношению к снижению выручки, который составил -35,46 % по сравнению со снижением выручки (-19,68 %).

Отрицательным моментом является наличие убытков по прочим доходам и расходам. На 31.12.2017 г. сальдо по ним установилось на уровне - 714 тыс. руб., однако наблюдается положительная тенденция – за период с конца 31.12.2015 г. по конец 31.12.2017 г. сальдо по прочим доходам и расходам увеличилось на 316 тыс. руб.

Чистая прибыль за анализируемый период выросла на 2 078 тыс. руб., и на конец 31.12.2017 г. установилась на уровне 3 031 тыс. руб. (темп прироста составил 218,05%).

### **2.3. Оценка конкурентоспособности предприятия**

Отметим, что экономическая безопасность и конкурентоспособность – взаимосвязанные и взаимозависимые параметры. Сохранение и укрепление позиций предприятий реализуется через повышение их конкурентоспособности. Конкурентоспособность является целью и показателем степени развития любой индустрии, а экономическая безопасность представляет собой важное условие ее существования. Поэтому чем выше уровень развития факторов, определяющих конкурентоспособность предприятия, тем более оно устойчиво и жизнеспособно в условиях постоянно возникающих внешних и внутренних угроз. В связи с этим можно сказать, что большинство показателей, характеризующих конкурентоспособность, характеризуют экономическую безопасность. Здесь нельзя оставить без внимания и тот факт, что механизм обеспечения экономической безопасности предприятий состоит в реализации совокупности методов, позволяющих распознавать критические ситуации, осуществлять их профилактику и нейтрализовать внешние и внутренние угрозы. В таблице 2.12 приведен SWOT-анализ объекта исследования – предприятия ОАО «Авторейс».

Таблица 2.12 - SWOT-анализ ОАО «Авторейс»

<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- высокий уровень качества оказания услуг по перевозке;</li> <li>- известность марки;</li> <li>- высокий уровень брэндинга;</li> <li>- сбалансированное соотношение «цена/качество»;</li> <li>- высокая динамичность реагирования на изменение предпочтений покупателей на рынке.</li> </ul>	<p>Слабые стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- зависимость цен от себестоимости ус;</li> <li>- рост тарифов на перевозки;</li> <li>- неблагоприятная политика государства в отношении перевозчиков.</li> </ul>
<p>Возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- внутренние:</li> <li>а) продолжение политики социальной защиты работников, выплаты материальной помощи работающим, пенсионерам;</li> </ul>	<p>Угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>рост</b> цен на используемое в деятельности комплектующие и материалы, а также риск ценового демпинга со стороны конкурентов на услуги, аналогичные оказываемые ОАО</li> </ul>

<p>б) расширение ассортимента оказываемых услуг; внешние: в) обеспечить конкурентное качество услуг на рынке Белгородской области; г) субсидирование правительством новых и уже выданных инвестиционных кредитов, проектов по перевозке грузов и ремонту автомобилей</p>	<p>«Авторейс»;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- снижение реальных доходов населения и, как результат, снижение количественного потребления услуг по перевозке и снижение качественного уровня перевозок, т.е. переход населения на более дешевые услуги других перевозчиков;</li> <li>- усиление конкурентной борьбы федеральных сетевых структур.</li> </ul>
--	---

Оценивая сильные и слабые стороны предприятия ОАО «Авторейс», стоит выделить физическую неспособность значительного увеличения объемов оказываемых услуг, вызванного не столько возможностями транспортных средств и ремонтных мастерских, сколько самой организацией процесса транспортировки и устаревшей системой складского хозяйства предприятия. Анализ делового окружения предприятия представлен в таблице 2.15. В данной таблице показаны основные значимые факторы влияния на предприятие и возможная на них реакция.

Таблица 2.15 - Факторы непосредственного окружения ОАО «Авторейс»

Фактор	Проявление	Влияние на предприятие	Возможная реакция со стороны предприятия
Покупатели	Заказы на покупку продукцию	Изменение объема оказания услуг	Установление скидок за дополнительные объемы перевозок
Поставщики	Заказы на приобретение транспортных средств, комплектующих, запасных частей и материалов	Изменение качества и стоимости услуги	Выбор наилучших поставщиков комплектующих и материалов по соотношению цена-качество

Конкуренты	Ценовая и брендовая политика	Изменение цен, брендов	Снижение цен, обновление брендов, активная реклама
Рынок рабочей силы	Поиск и подбор персонала	Изменение качества работы персонала	Выбор более квалифицированного персонала

Как наглядно видно из таблицы 2.15 существуют основные факторы влияния на предприятие – изменение объема оказания услуг, качества и стоимости услуг, изменение цен, брендов и качества работы персонала. Соответственно со стороны предприятия должны быть приняты (и принимаются) соответствующие методы воздействия (реакции) на основные факторы воздействия.

Теперь отметим потенциальные угрозы предприятий с которыми они сталкиваются, обеспечивая себе конкурентоспособность в условиях повышения экономической безопасности России:

- 1 рост влияния административных рисков;
- 2 коррупционные отношения при распределении государственных и муниципальных заказов;
- 3 угроза роста социальной напряженности (рост недовольства, недоверия к властям);
- 4 кадровые проблемы.

Руководству предприятий необходимо понимать, что следствием данных проблем в рамках обеспечения конкурентоспособности предприятий может стать ухудшение состояния различных отраслей экономики, замедление инвестиционной и инновационной активности. Следовательно, возникает экономический ущерб в результате выявления дефектов производства, неисправностей и несанкционированных действий и отказов. И при этом всегда остается открытым вопрос о привлечении в штат

дополнительных сотрудников или решать все вопросы имеющимся персоналом (скорее всего неквалифицированным, так как проблемы возникли).

Многие отрасли промышленности запаздывают с применением таких современных принципов и элементов рыночной экономики как маркетинг, стратегическое управление и планирование, забывая о том, что конкурентоспособность предприятия отражаясь, в модели стратегического поведения, обеспечивается за счет взаимодействия и координации многочисленных элементов внешней и внутренней среды организации [4]. Поэтому для решения проблем необходимо пересмотреть подход к вопросам управления предприятием, к вопросам планирования, прогнозирования, производства и сбыта продукции. Должна быть сформирована новая модель стратегического поведения предприятий, направленная на обеспечение его конкурентоспособности в рамках обеспечения экономической безопасности не только самого предприятия, но и страны в целом.

Современное состояние бизнес среды участников рынка характеризуется ограниченной адаптацией. Оно нашло свое отражение в том, что большинство производственных заводов входят сейчас в состав торгово-промышленных групп (ТПГ), и стратегическое поведение отдельного предприятия строится на основе общей корпоративной стратегической политики. Поэтому усиливается конкуренция и усиливается влияние факторов внутрифирменной конкуренции, так как конкурентные отношения проявляются даже в рамках одной ТПГ.

Выявляя и решая проблемы обеспечения конкурентоспособности предприятий следует помнить, что развитие всех предприятий промышленности напрямую зависит от развития смежных производственных отраслей, поэтому для повышения уровня обеспеченности страны отечественными продуктами необходимо провести качественную работу по повышению выработки объемов продуктов из российского сырья и



обеспечению его конкурентоспособности на отечественном рынке, а в перспективе и на зарубежных. При этом особое внимание следует уделять именно качеству исходного сырья. Здесь применение новейших технологий и систем качества позволит отечественным отраслям выйти на новый качественный уровень, достичь высокого уровня конкурентоспособности продукции, тем самым поспособствовать решению проблемы экономической безопасности страны.

Также очень важно создать такую систему управления, которая обеспечила бы предприятию не только высокую эффективность работы, но и конкурентоспособность, дающую устойчивость положения на рынке.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия достигается за счет разработки стратегии, обеспечивающей устойчивое развитие предприятия в различных сферах и направлениях деятельности. При этом важными условиями такой стратегии должны стать эффективное позиционирование на мировом и внутреннем рынке, повышение технологического уровня производства, обеспечение высококачественной сырьевой базы и «привязанность» потребителей к производителям.

Одним из важнейших элементов стратегического управления является анализ внешней среды. Анализ внешних факторов конкурентной среды помогает выработать стратегические решения, обеспечивающие алгоритмы взаимодействия компании со средой в краткосрочной и долгосрочной перспективе, которые позволяют поддерживать ее потенциал на уровне, необходимом для достижения целей, и определять заключенные во внешней среде угрозы и возможности.

Внешнее окружение для упрощения анализа условно принято разделять на макросреду и микросреду.

Говоря о макросреде, мы имеем в виду то широкое окружение, которое находится вне сферы отрасли и рынков организации. Как правило,

макросреда находится за пределами влияния самих компаний, но она может оказывать существенное воздействие на микросреду (отрасль и рынки), в которой эти компании функционируют

Рассмотрим влияние макросреды на деятельность ОАО «Авторейс».

Можно выделить четыре основных фактора, которые влияют на деятельность организации в рамках макросреды (см. рисунок 2.2):

- политико-правовой фактор;
- социальный фактор;
- экономический фактор;
- технологический фактор.

Каждый из этих факторов по-своему влияет на деятельность организации.

Социальная среда оказывает значительное влияние на деятельность фирмы, т.к. фирма работает с людьми. И если что-то людям не нравится, это у всех на устах. Именно люди создают антирекламу. Но можно найти и положительное влияние – это повышение образовательного уровня и рост числа служащих. Последнее время все больше внимания уделяется проблеме образования. Примером может служить многоуровневая система образования. То есть все больше становится специализированных рабочих, профессионалов в своей сфере, но так же все больше становится менеджеров, юристов, которым очень сложно устроиться на работу по специальности, и им приходится работать в другом направлении. ОАО «Авторейс» тщательно отбирает специалистов для работы в компании, мотивирует их к успешной работе всего предприятия, и пока ни один работник не был уволен или не был принят на работу по непонятным ему причинам.

Также социальный фактор оказывает положительное влияние в том, что население растет, развивается. Повышается уровень доходов, с каждым днем повышается количество вновь открываемых фирм, которым всегда

необходима реклама. А соответственно с открытием новых фирм у агентства расширяется круг потенциальных потребителей.

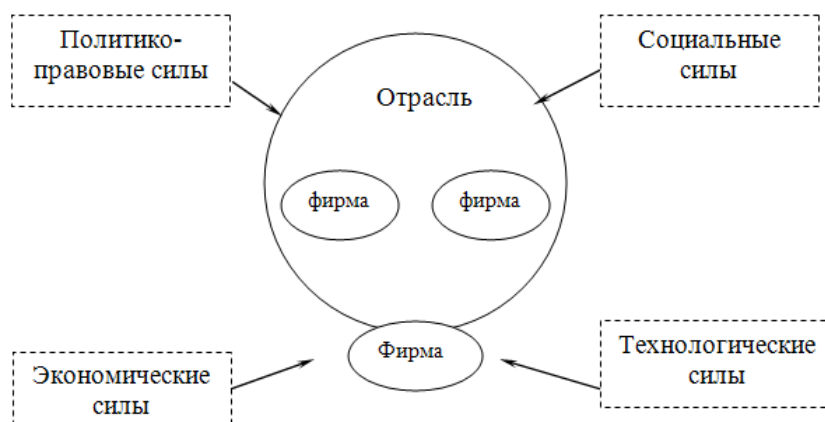


Рисунок 2.2 - СТЭП – анализ

Технологическая среда проявляет свое влияние в виде постоянного появления новой продукции, технологических перемен, несущих существенное изменение продукта организации, значительными тенденциями в области НТР. Постоянное появление новых технологий производства, нового оборудования влечет за собой постоянное обучение персонала для работы с этим оборудованием. А это большие затраты и денег, и времени. Но тут предприятию самому предстоит выбирать. ОАО «Авторейс» регулярно обновляет «технологический парк» (в разумных пределах) и проводит обучение персонала, его стажировку.

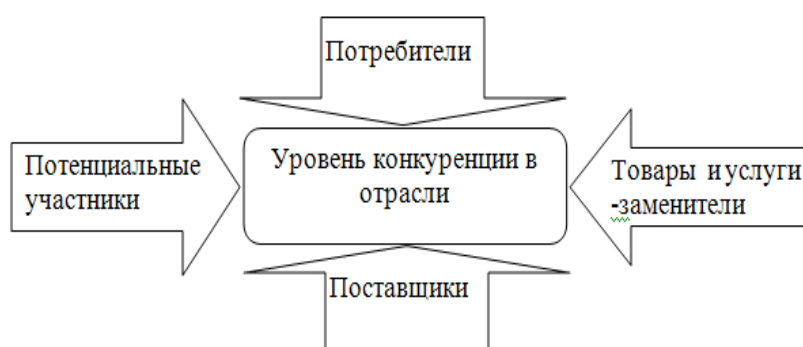
Экономическая среда является одним из самых непредсказуемых факторов влияния. Ведь можно только предсказать, каким будет курс рубля к доллару через год, тип и значимость инфляции, стабильность экономики страны. А эти перечисленные факторы очень сильно могут повлиять на деятельность организации. А уберечься от них очень сложно.

Влияние политики прослеживается через определенные меры, например, изменение налогового законодательства, а точнее, постоянное введение поправок, изменений в расчеты и т.п.; отношения с городскими властями (выполнение каких-либо работ для нужд города, уплата налогов и т.п.); регулирование конкуренции в отрасли на уровне городских властей и уполномоченных органов; государственное влияние в отрасли.

Таким образом, можно сделать вывод, что факторы в макросреде являются менее предсказуемыми и управляемыми. Ничто не влияет в такой степени на общую ситуацию в отношении фирмы, как политический и экономический факторы. Это то, что происходит в стране в целом. Изменение налогового законодательства в отношении конкретных видов деятельности, установление определенных норм и правил, которые требуют обязательного соблюдения.

Нужно быть всегда готовым к тому, что завтра не исключен расцвет экономики либо серьезный кризис и полный упадок. От этого в нашей стране никто не застрахован, т.к. нет стабильности в экономике. Необходимо планировать каждую минуту ежедневной деятельности организации для того, чтобы минимизировать простои в производстве, например, в связи с появлением новых технологий производства и переходом на новый, более современный уровень обслуживания клиента.

Для того чтобы оценить микроокружение организации, предполагается анализ пяти конкурентных сил (см. рисунок 2.3).



## Рисунок 2.3 - Анализ пяти конкурентных сил

### 1. Угроза появления новых конкурентов (потенциальные участники):

Угроза появления новых конкурентов очень велика, т.к. чтобы открыть магазин не нужны высокие капитальные издержки.

С другой стороны, заказчики, обращаясь в агентства, обращают внимание на бренд, на марку и имидж компании, поэтому уже давно существующей и известной фирме гораздо проще существовать, нежели только создающимся агентствам. К тому же уже существующие известные бренды могут просто оставить в тени зарождающиеся организации, если последние не придумают новые способы завоевания рынка и доверия потребителей. В то же время, у новых фирм возникает еще один барьер – это отсутствие эффекта экономии от масштаба производства практически на всех видах продукции. Имеется ввиду, что большее количество заказанных услуг не будет соответствовать меньшим затратам, меньшей стоимости изделия.

### 2. Угроза появления услуг или товаров-заменителей:

Угроза появления услуг или товаров заменителей очень слаба, так как все автомобили отечественного и зарубежного производства имеют стабильную структуру и перечень автозапчастей.

Гарантия распространяется на все транспортные операции, осуществляемые в ОАО «Авторейс»:

- ремонт и сервисное обслуживание автомобильной техники.
- при соблюдении правил эксплуатации автомобиля при перевозке грузов.

### 3. Рыночная власть поставщиков.

Поставщики – это торговые посредники зарубежных и отечественные предприятия, обеспечивающие продукцией. Сеть поставщиков компании насчитывает сегодня более 70 фирм, среди которых всемирно известные LEMFORDER, BOGE, SACHS, RUVILLE, NGK, FEBI, BILSTEIN, KYB и многие другие. Прямые поставки позволяют компании гарантировать качество поставляемой продукции, защищая потребителя от наводнивших рынок поддельных товаров под марками известных производителей, и позволяют поддерживать при этом разумный уровень цен

Поставщики могут оказать очень сильное влияние на деятельность организации, например, они могут вообще отказать в предоставлении своих услуг вследствие более выгодных предложений от конкурентов; несоблюдение графика поставок может привести к финансовым потерям и, что самое худшее, к потере клиентов; любые кризисы на предприятии – поставщике в той или иной степени могут сказаться и на деятельности нашей организации и т.п.

#### 4. Рыночная власть потребителей.

ОАО «Авторейс» учитывает все разумные предпочтения клиентов и несколько раз на этапе производства продукции согласовывает вариант рекламного продукта (его качества, формы, цвета и т.п.) с заказчиками.

#### 5. Уровень конкуренции в отрасли

Конкуренты могут в значительной степени повлиять на деятельность организации.

ОАО «Авторейс» располагает большими складскими ресурсами, что позволяет нам удовлетворять покупательский спрос и чутко реагировать на изменения рынка. На сегодняшний день компания располагает самыми современными информационными технологиями, собственными программными разработками, накопленными за годы работы статистической и аналитической информацией.

Проведенные исследования показали, что в настоящее время ОАО «Авторейс» имеет средний уровень конкурентоспособности. Основные показатели, формирующие общий показатель конкурентоспособности, находятся на весьма низком уровне. Предприятию, для повышения уровня конкурентоспособности необходимо расширять ассортимент, совершенствовать ценовую политику, проводить больше акций для заказчиков, внедрять спектр дополнительных услуг.

Созданию системы экономической безопасности на предприятии обычно предшествуют два события: либо это острое желание руководителей предприятия отреагировать на внезапно возникшие реальные угрозы имуществу, физической расправы с персоналом и т.д., либо это основанный на результатах исследования вывод о неудовлетворительном состоянии безопасности предприятия. В первом случае созданная поспешно служба безопасности способна в некоторой степени отразить угрозы и в дальнейшем реагировать на их появление по принципу «угроза — отражение». Дело меняется существенным образом при реализации второго варианта. После детального изучения состояния безопасности предприятия у его руководителей появится реальное представление о системе безопасности предприятия.

Экономическая безопасность предприятия зависит от целого ряда факторов, которые наглядно представлены на рисунке 2.4.



Рисунок 2.4 - Факторы, влияющие на экономическую безопасность предприятия

Система экономической безопасности на предприятии ОАО «Авторейс» построена и функционирует на основе следующих принципов:

- приоритет мер предупреждения. Содержание этого принципа предполагает своевременное выявление тенденций и предпосылок, способствующих развитию угроз, на основе анализа которых вырабатываются соответствующие профилактические меры по недопущению возникновения реальных угроз;
- законность. Меры безопасности предприятия разрабатываются на основе и в рамках действующих правовых актов, т.е. локальные правовые акты предприятия не должны противоречить законам и подзаконным актам
- комплексное использование сил и средств. Для обеспечения безопасности используются все имеющиеся в распоряжении предприятия силы и средства. Каждый сотрудник предприятия должен в рамках своей компетенции участвовать в обеспечении безопасности предприятия.



Организационной формой комплексного использования сил и средств является программа обеспечения безопасности предприятия;

- координация и взаимодействие внутри и вне предприятия. Меры противодействия угрозам осуществляются на основе взаимодействия и скоординированности усилий всех подразделений, служб предприятия, а также установления необходимых контактов с внешними организациями, способными оказать необходимое содействие в обеспечении безопасности предприятия;

- сочетание гласности с конспирацией. Доведение до сведения персонала предприятия и общественности в допустимых пределах мер безопасности, что он выполняет важнейшую роль – предотвращение потенциальных и реальных угроз. Такая гласность, однако, должна непременно дополняться в оправданных случаях мерами конспиративного характера;

- компетентность. Сотрудники и группы сотрудников должны решать вопросы обеспечения безопасности на профессиональном уровне, а в необходимых специализироваться по основным его направлениям;

- экономическая целесообразность. Стоимость финансовых затрат на обеспечение безопасности не должна превышать тот оптимальный уровень, при котором теряется экономический смысл их применения;

- плановая основа деятельности. Деятельность по обеспечению безопасности должна строиться на основе комплексной программы обеспечения безопасности предприятия, подпрограмм обеспечения безопасности по основным его видам (экономическая, научно-техническая, экологическая, технологическая и т.д.) и разрабатываемых для их исполнения планов работы подразделений предприятия и отдельных сотрудников;

- системность, которая предполагает учет всех факторов, оказывающих влияние на безопасность предприятия (в т. ч. и конкурентоспособность предприятия), включение в деятельность по его обеспечению всех сотрудников подразделения, использование в этой деятельности всех сил и средств.

Таким образом, в целом система безопасности исследуемого предприятия ОАО «Авторейс» включает в себя ряд следующих подсистем:

- экономическая безопасность – состояние наиболее эффективного использования всех видов ресурсов в целях предотвращения (нейтрализации, ликвидации) и обеспечения более высокого уровня конкурентоспособности современного предприятия;

- техногенная безопасность – совокупность действий по обеспечению проектирования, строительства и эксплуатации сложных технических устройств с соблюдением необходимых требований их безаварийной работы;

- экологическая безопасность – состояние защищенности жизненно важных интересов персонала предприятия и его имущества от потенциальных или реальных угроз, создаваемых последствиями антропогенного воздействия на окружающую среду, а также от стихийных бедствий и катастроф;

- информационная безопасность – это способность персонала предприятия обеспечить защиту информационных ресурсов и потоков от угроз несанкционированного доступа к ним;

- психологическая безопасность – состояние защищенности от негативных психологических воздействий персонала предприятия и других лиц, вовлеченных в его деятельность.

## **ГЛАВА 3. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

### **3.1. Выявление возможных резервов обеспечения экономической безопасности предприятия на основе повышения его конкурентоспособности**

В современных условиях риска и неопределенности уровень конкурентоспособности предприятия тесно связан с понятием его экономической безопасности. В том случае, если предприятие экономически безопасно, то соответственно оно имеет целый ряд преимуществ перед другими предприятиями того же профиля в привлечении инвестиций, в получении кредитов, в выборе поставщиков и в подборе квалифицированных кадров. Кроме того, оно не вступает в конфликт с государством и обществом, осуществляет своевременные выплаты налогов в бюджет, взносы в социальные фонды, заработную плату своему персоналу, дивиденды выплачивает акционерам и т.д.

Экономическую безопасность можно представить как такое конкурентоспособное состояние предприятия, которое свидетельствует о стабильном превышении уровня доходов над расходами, свободном маневрировании денежными средствами предприятия и эффективном их использовании, динамичном процессе производства и реализации продукции.

Экономическое положение предприятия считается безопасным, если оно покрывает собственными средствами не менее 50 % экономических ресурсов, необходимых для осуществления нормальной хозяйственной деятельности, соблюдает экономическую, кредитную и расчетную дисциплину, иными словами, является платежеспособным.

Повышение уровня конкурентоспособности предприятия ОАО «Авторейс» для обеспечения его экономической безопасности предполагает разработку комплекса мероприятий, которые учитывают особенности деятельности предприятия, а именно осуществление транспортных перевозок.

Формы организации внутренних перевозок зависят от мощности грузопотоков и объема грузооборота. Под грузопотоком понимается объем перевозок грузов в определенном направлении или через данный пункт за определенный отрезок времени. Грузопотоки разделяются на внешние и внутренние. Внутренние грузопотоки – это количество грузов, перемещаемых между подразделениями предприятия. Мощность грузопотоков на внутривозовском транспорте измеряется в тоннах (иногда в тонно-километрах) в единицу времени.

По ходу своей деятельности предприятиях присущи многокилометровые внутренние транспортные потоки (по производственным вопросам и необходимости внутренних согласований между филиалами и главным дистрибьютером).

Организация работы внутреннего транспорта ОАО «Авторейс» включает выбор системы планирования перевозок, осуществление соответствующих подготовительных работ, установление определенного порядка работы транспортных средств и выполнения погрузо-разгрузочных работ.

В настоящее время предприятие применяет две разновидности системы планирования перевозок: по стандартным расписаниям и по заявкам. Первая разновидность применяется при достаточно мощных и стабильных грузопотоках, вторая – при эпизодической потребности в транспортных средствах. При работе транспорта по стандартным расписаниям выявляются рациональные маршруты, разрабатываются стандартные графики движения транспортных средств, определяются порядок выполнения погрузо-разгрузочных работ, техническое оснащение мест погрузки и выгрузки.

Для перевозки грузов применяются следующие виды маршрутов: маятниковые, веерные, кольцевые.

При маятниковом маршруте транспортное средство осуществляет перевозку грузов между двумя определенными пунктами. При веерном маршруте – перевозка грузов осуществляется из нескольких пунктов в один или из одного пункта в несколько. При последовательном обслуживании транспортным средством в течение цикла нескольких пунктов отправления и получения грузов применяется кольцевой маршрут. Выбор того или иного маршрута обосновывается экономическими расчетами.

Графиком работы транспортных средств определяется порядок выполнения погрузо-разгрузочных работ.

При разработке графика работы транспортных средств предусматривают выполнение подготовительных работ:

- порядок обеспечения тарой;
- оснащение пунктов приемки и отправления грузов средствами механизации;
- закрепление за маршрутами транспортных средств и водителей.

Планирование перевозок состоит из трех этапов:

- технико-экономическое планирование;
- календарное планирование;
- диспетчирование.

Технико-экономическое планирование заключается в составлении календарных годовых или квартальных планов перевозок. Эти планы включают в себя производственную программу (план перевозок), грузооборот, объем погрузо-разгрузочных работ, необходимое количество транспортных средств и механизмов, численность транспортных рабочих и другие данные, характеризующие работу транспорта в планируемом периоде.

Календарные планы перевозок составляются на более короткие периоды: смену, сутки, месяц. Они охватывают погрузо-разгрузочные работы, ремонт транспортных средств и путей сообщения. Основным

оперативным плановым документом является расписание движения транспортных средств.

Оперативное руководство ходом транспортных работ, контроль за соблюдением расписаний движения транспортных средств и сменно-суточных планов осуществляет диспетчерская служба транспортного хозяйства. Она же организует выполнение плановых работ. Оперативный учет ведется на основе суточных рапортов о работе транспортных подразделений.

Современный подход к оптимизации перевозок грузов в условиях рыночной экономики должен быть ориентирован не только на сокращение собственных затрат транспортных и экспедиторских компаний и рациональное использование их ресурсов, но также на снижение расходов грузовладельцев и пассажиров, ускорение перевозок, обеспечение требуемого уровня сервиса и удобств всех пользователей транспортных и экспедиторских услуг, на соблюдение нормативов экологии и безопасности перевозок, на эффективное взаимодействие видов транспорта между собой и с обслуживаемыми предприятиями, и следовательно повышение его конкурентоспособности.

Такой многокритериальный подход требует разработки и реализации, системных решений, учитывающих различные взаимосвязанные факторы, технологии и ресурсы участников перевозок. Ведь эффект от оптимизации перевозок возникает не только у компаний, предоставивших свои услуги, но также у предприятий и населения, которые воспользовались этими оптимизированными услугами. При этом доля эффекта, полученного предприятиями и населением от оптимизации перевозок, может оказаться даже выше доли эффекта, возникшего у транспортных и экспедиторских компаний.

Вместе с тем оптимизация перевозок, осуществленная лишь в рамках транспортной компании, без учета возможностей и технологий обслуживаемых ею предприятий, может обернуться для последних

дополнительными затратами и нарушениями их производственного ритма. Оптимизация расписаний движения, проводимая только во имя сокращения затрат компаний и предприятий общественного транспорта, может принести неудобства и убытки пассажирам.

Таким образом, интеграция интересов производства, транспортных компаний и населения выдвигает особые требования к формированию современного рынка транспортных и экспедиторских услуг. Практика свидетельствует, что ресурсы, используемые для обслуживания грузовых и пассажирских потоков на различных этапах их продвижения, часто не согласованы по величинам пропускных, провозных и перерабатывающих способностей, по технологиям, уровням сервиса, степеням надежности и безопасности функционирования. Несогласованность этих параметров вызывает сбои в продвижении потоков, их задержку на стыках различных этапов доставки грузов. В таких условиях необходимо использовать логистические принципы оптимизации перевозок.

Один из важнейших принципов оптимизации заключается в системном подходе к организации потоковых процессов и управлению ими. Дело в том, что отдельные этапы (звенья) этих процессов обладают разными по величине ресурсами, обеспечивающими продвижение потоков грузов и пассажиров. Одни звенья характеризуются дефицитом указанных ресурсов, другие - их избытком, третьи - соответствием ресурсов параметрам транспортных потоков.

Трудность решения такой транспортной задачи состоит в анализе и сравнении возможных вариантов оптимизации по разным показателям (соизмеримым и несоизмеримым) и в выборе оптимального варианта на основе принятых критериев. Поиск оптимального варианта всегда предполагает компромиссное решение, при котором нельзя улучшить ни один из показателей, не ухудшая значения других

Для описываемого предприятия транспортная задача является одним из ключевых элементов, оказывающих непосредственное воздействие на

конкурентоспособность предприятия и обеспечения его экономической безопасности. Транспорт — связующее звено между элементами логистических систем, осуществляющий передвижение материальных ресурсов. Затраты на создание любого товара складываются из себестоимости изготовления и издержек на выполнение всех работ от момента закупки материалов до момента покупки товара конечным потребителем. Большую часть стоимости составляет так называемая «цена перехода», то есть наценки каждого звена в цепи производитель — конечный покупатель. Наценка такого перехода может составлять 15 - 20%.

Движение материального потока от первичного источника сырья до конечного потребления в ОАО «Авторейс» осуществляется с применением различных транспортных средств. Затраты на выполнение этих операций могут достигать до 50% от суммы общих затрат на перевозки.

Транспортная составляющая ОАО «Авторейс» участвует во множестве технологических процессов, выполняя задачи транспортной системы.

К задачам транспортной системы в первую очередь относятся задачи, решение которых усиливает согласованность действий непосредственных участников транспортного процесса.

Наличие единого оператора сквозного перевозочного процесса, осуществляющего единую функцию управления сквозным материальным потоком, создает возможность эффективно проектировать движение материального потока, добиваясь заданных параметров на выходе.

При организации смешанной перевозки на предприятии предполагается использование:

- два и более видов транспорта;
- наличие единого оператора процесса перевозки;
- единый транспортный документ;
- единая тарифная ставка фрахта;
- последовательно-центральная схема взаимодействия участников;
- единая и в результате высокая ответственность за груз.



Результатом использования транспортной системы для предприятия будет: высокая вероятность выполнения «шести правил перевозчика» — нужный груз, в нужном месте, в нужное время, в необходимом количестве, необходимого качества, с минимальными затратами.

К основным задачам транспортного процесса следует отнести обеспечение технической и технологической сопряженности участников транспортного процесса, согласование их экономических интересов, а также использование единых систем планирования.

Техническая сопряженность в транспортном комплексе означает согласованность параметров транспортных средств как внутри отдельных видов, так и в межвидовом разрезе. Эта согласованность позволяет применять модальные перевозки, работать с контейнерами и грузовыми пакетами.

Технологическая сопряженность предполагает применение единой технологии транспортировки, прямые перегрузки, бесперегрузочное сообщение.

Экономическая сопряженность — это общая методология исследования конъюнктуры рынка и построения тарифной системы.

Совместное планирование коммерческой деятельности участников процесса перевозки означает разработку и применение единых планов графиков. К задачам решаемым в процессе оказания услуг по перевозке относятся:

- создание транспортных систем, в том числе создание транспортных коридоров и транспортных цепей;
- обеспечение технологического единства транспортно-складского процесса;
- совместное планирование транспортного процесса со складским и производственным;
- определение рационального маршрута доставки груза;
- выбор типа и вида транспортного средства;

-создание информационного обеспечения всех элементов транспортной процесса на предприятии ОАО «Авторейс».

Информационное обеспечение процесса перевозки на предприятии ОАО «Авторейс» с точки зрения интегрированного подхода к проблемам транспортирования наиболее эффективно позволяет реализовывать цели деятельности предприятия. Взаимодействие ключевых сфер информационного обеспечения транспортировки представлено на рисунке 3.1.



Рисунок 3.1 - Взаимодействие ключевых сфер информационного обеспечения процесса транспортировки

На максимизацию прибыли будут влиять такие факторы, как конкурентная позиция (позиционирование), транспортные тарифы, издержки товародвижения и структура взаимодействия предприятий. Информационное обеспечение нацелено на эффективность и своевременность поставок, выбор между производством продукции или ее приобретением у поставщиков, предотвращение нерациональных потерь ресурсов.

Среди ключевых сфер компетентности процесса оказания услуг по перевозке грузов выделяют следующие:

- управление запасами (УЗ);

- транспортировка (Т);
- инфраструктура (И);
- складское хозяйство (СХ);
- грузопереработка и упаковка (ГУ);
- информация (ЛИ).

Особо следует выделить информацию, которая составляет важнейший стратегический ресурс процесса транспортировки.

Использование электроники позволяет снизить издержки транспортировки благодаря более эффективному управлению информационными потоками, увеличению их скорости и координации. Управление информационными ресурсами как элементом транспортного процесса означает:

- оценку информационных потребностей на каждом уровне и в рамках каждой функции менеджмента;
- изучение и рационализацию документации, организацию эффективного обмена электронными документами;
- преодоление проблем несовместимости типовых данных;
- создание системы управления данными и некоторые другие.

В результате взаимодействия информационных технологий и информационных ресурсов (ИР) создается новый массив информации, которая передается в распоряжение пользователей - менеджеров по перевозкам. Предприятия, объединенные в цепочку, заинтересованы в получении своевременной и точной информации на всех уровнях управления. Полученная при этом информация рассматривается как ресурс, самостоятельный фактор транспортно-перевозочной деятельности.

Основное внимание должно быть уделено изучению структуры ресурса и его использования, включая воздействие на динамику изменения затрат. Информационное обеспечение через инструменты информационной интеграции охватывает стратегический, тактический и оперативный уровни деятельности предприятия (альянса). Главная цель - целенаправленное

использование информации как ресурса в транспортно-логистической цепочке.

Подводя некоторые итоги, следует подчеркнуть, что важнейшим индикатором полноты и качества информационных ресурсов в транспортной процессе (а значит, и их эффективности) является степень удовлетворенности запросов потребителей на перевозку грузов. Соответственно, неудовлетворение информационным обеспечением свидетельствует:

- об отсутствии необходимой информации о грузах, транспортных процессах, условиях перевозки;
- запаздывании поступления информации на запросы;
- рассогласовании между уровнем профессиональной подготовки персонала, создающего информацию, и персонала, использующего ее;
- неразвитости коммуникационной сети между различными объектами транспортировки;
- существовании системы различных видов неоправданных ограничений по допуску к информационным ресурсам и их использованию;
- неактуальности накапливаемой информации, вызванной изменением проблем и задач у пользователей информации;
- отсутствии эффективных методов слежения за качеством информационных ресурсов.

В данный момент современные транспортные компании часто применяют электронные приборы в своей практической деятельности при перевозке груза. Это позволяет следить за транспортным процессом не только на стадии перевозки, но и при погрузке и выгрузке багажа конечному потребителю. Все это делает процесс транспортировки более прозрачным, а само предприятие более конкурентоспособным.

С целью получения необходимой информации все чаще применяются навигационные системы - на транспортное средство устанавливается комплект бортового оборудования, которое с помощью навигационных спутников определяет его местоположение, скорость, направление движения.

Так же собирается информация с различных датчиков о расходе топлива, состоянии транспортного средства, его основных узлов и агрегатов, внештатных ситуациях и т.д. Эти данные (по запросу оператора, либо с заданной периодичностью) через сеть GSM передаются в диспетчерский центр, где он автоматически собирает и обрабатывает данные. Диспетчер видит положение и состояние транспортных средств, принимает решения, формирует отчеты.

Основные задачи, которые решает созданная система:

- определение местоположения транспортных средств на электронной карте в режиме реального времени;
- контроль прохождения установленных точек в заданный период времени;
- отображение местоположения и маршрутов движения за любой промежуток времени на карте на экране монитора;
- формирование отчетов о движении и стоянках транспорта за любой период наблюдения;
- формирование графиков скорости движения транспорта за любой период наблюдения;
- сбор телеметрической информации о состоянии бортовых систем подвижных объектов;
- хранение полученной информации в базе данных.

Экономический эффект от внедрения системы GPS мониторинга достигается за счет следующих оптимизационных процессов:

- снижение пробега автотранспорта достигается за счет более эффективного оперативного управления перевозками, транспортной логистики. Диспетчер, имеющий перед глазами полную картину, где находятся автомобили, в каком состоянии исполнение выданных водителю заказов, имеет возможность отправить на задание более близкий автомобиль и т.д.;
- снижение расхода ГСМ (топлива) за счет уменьшения пробега.

- повышение дисциплинированности и ответственности персонала;
- оперативное реагирование на происшествия и нештатные ситуации;
- снижение потребности в расширении транспортного парка;
- увеличение срока эксплуатации транспортных средств;
- повышение безопасности перевозок;
- организация рациональных маршрутов доставки и, как следствие, снижение времени доставки;
- снижение затрат на персонал и обслуживание транспорта.

Таким образом, экономический эффект от внедрения системы сможет проявить себя уже на первых этапах внедрения и составит от 10 до 30 %.

### **3.2. Разработка и обоснование проекта по повышению уровня конкурентоспособности предприятия ОАО «Авторейс»**

Как уже было отмечено выше, на предприятие, с целью управления внутренними, достаточно объемными по километражу, транспортными потоками и повышения его конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности целесообразно предложить к внедрению систему транспортной навигации Трал Авто.

На контролируемый транспорт устанавливается GSM-терминал FORT-300, а на компьютерах предприятия используется программное обеспечение.

Система видеонаблюдения, установленная на автомобиле, позволит получить достоверную картину событий на дороге, сделать видеозапись при срабатывании автомобильной сигнализации, проанализировать маршрут движения, используя возможности GPS.

Схема установки навигационного средства представлена на рисунке 3.2.

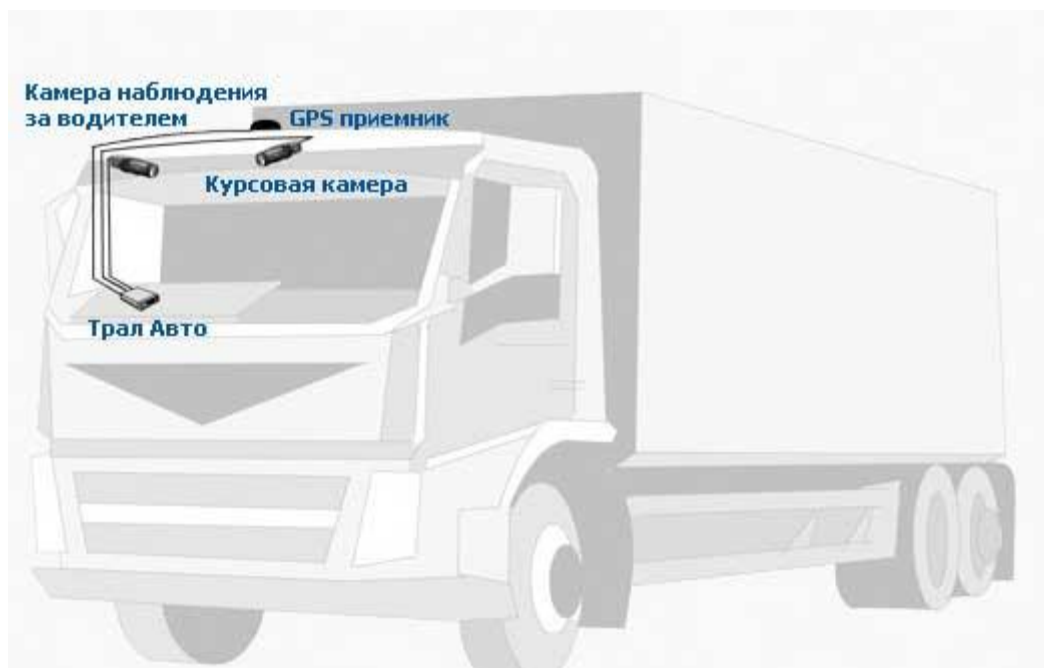


Рисунок 3.2 - Схема установки навигационного средства

Трал Авто, как и система видеонаблюдения в целом, монтируется внутри салона автомобиля.

Видеонаблюдение для автомобиля на базе Трал Авто - две видеокамеры: одна курсовая, вторая - направленная на водителя различаются записываемой частотой кадров и методом компрессии. Это позволяет экономно расходовать ресурсы Flash носителя. Через устройство Авох Авто включение видеозаписи может происходить по срабатыванию автомобильной сигнализации или по нажатию тревожной кнопки, и в том и в другом случае сохраняется предзапись 15 секунд событий предшествующих срабатыванию управляющих сигналов. GPS-приемник подключается непосредственно к видеорегистратору и использует его ресурсы электропитания. На случай аварийного пропадания напряжения бортовой сети автомобиля в Трале Авто существует встроенный источник резервного питания, который обеспечивает гарантированное сохранение видеоархива вплоть до пропадания видеосигнала.

Трал Авто выполнен в прочном металлическом корпусе, USB Flash-носитель может быть установлен как непосредственно внутри устройства и

опломбирован, так и снаружи, соединен кабелем длиной до двух метров. Это позволяет разместить видеорегистратор в месте, удобном для прокладки проводов, а USB Flash-носитель в месте, удобном для оперативного извлечения.

Координаты объекта, его скорость, высота над уровнем моря и т.п. параметры определяются с использованием технологии GPS, остальная информация определяется с помощью датчиков, устанавливаемых на различных устройствах и механизмах объекта и подключенных к GSM-терминалу.

Вся информация о контролируемом транспорте передается на сервер по каналу GPRS, для этого сервер должен иметь выделенный IP адрес в сети Интернет. Данные, пришедшие от GSM-терминала на сервер, обрабатываются им и сохраняются в базе данных.

Схема системы мониторинга мобильных объектов приведена на рисунке 3.3.

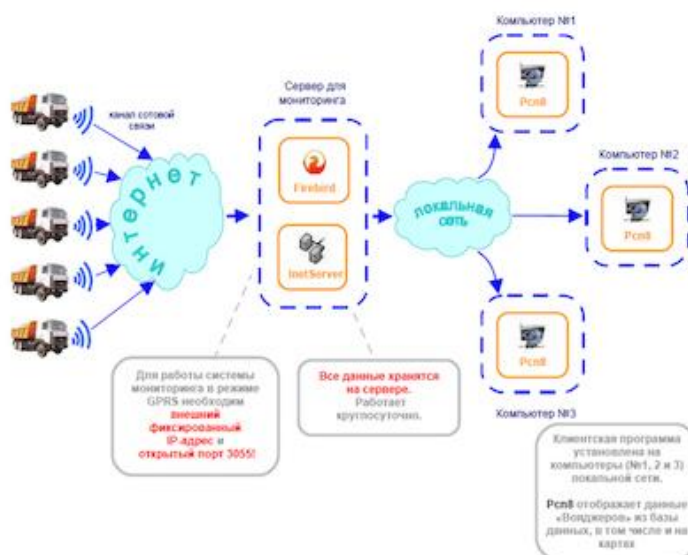


Рисунок 3.3 - Схема системы мониторинга мобильных объектов



Передача данных возможна там, где есть покрытие GSM сети, выбранного пользователем оператора сотовой связи. Если покрытия нет, то данные накапливаются в «чёрном ящике» и будут переданы при появлении сети GSM. Клиентские приложения могут подключаться к серверу, как из локальной сети организации, так и через глобальную сеть Интернет, и получать от него всю необходимую информацию о местоположении и состоянии мониторируемых объектов, отображать ее на карте, строить графики, отчеты и т.п.

Для того, чтобы оказывать ряд необходимых транспортных услуг, приобретет в наличие все необходимое оборудование и осуществит его установку. Доставка транспортной системы навигации осуществляется из г. Москва, фирма ООО «Навигация».

После доставки, данную навигацию устанавливают специалисты на транспортные средства фирмы в количестве 17 штук, т.е. устанавливается бортовое оборудование - терминал, который обменивается информацией о местоположении, скорости движения и состоянии различных датчиков, установленных на транспорте, с диспетчерским центром.

Информация, поступающая в отделы, попадает в специальную базу данных. Потребителями этой информации являются различные программы, одни из которых, к примеру, отображают пользователю транспорта на карте в режиме реального времени, другие следят за параметрами датчиков на транспорте, а третьи выдают различные отчеты о работе системы мониторинга.

Преимущества системы:

- революционная простота установки. Для установки системы на автомобиль нужно всего немногим более 40 минут времени. Система не требует установки никаких дополнительных датчиков (кроме датчика скорости, при его отсутствии в штатной комплектации). Для работы системы достаточно подключить сигналы включения зажигания, оборотов двигателя,

датчика скорости и датчика уровня топлива. Такие сигналы доступны в любом автомобиле;

- никаких ограничений по маркам автомобилей. Никакого вмешательства в топливные магистрали;

- довольно низкая цена на рынке аналогичных систем;

- очень высокая надежность и максимальное удобство системы за счет отсутствия движущихся частей и разъемов. Все данные передаются по GPRS каналу GSM оператора в автоматическом режиме, исключая человеческий фактор. Не нужно нанимать дополнительный штат для работы с системой. Все данные может использовать непосредственно руководитель предприятия или подразделения;

- простота настройки и эксплуатации. После установки системы на автомобиль все дальнейшие настройки протекают только за компьютером, установленным в помещении;

- высокая защищенность от попыток мошенничества и подтасовки фактов достигается за счет привязки событий к реальному суточному времени.

- в отличие от Автоскан ASK-1 система состоит только из Регистраторов, базовая станция отсутствует. В качестве базовой станции может выступать любой компьютер предприятия, имеющий выход в интернет;

- считывание параметров движения автомобиля и его местонахождения происходит постоянно (on-line) с определенной периодичностью, задаваемой пользователем, через GPRS канал GSM оператора в пределах зоны покрытия сети;

- данные можно просматривать с любого компьютера, имеющего доступ в Интернет;

- авторегистратор непрерывно считывает данные с датчика скорости. Для устранения больших скачков в диаграммах, а также для устранения

колебания скорости на незначительно малых участках, показания скорости усредняются на интервале 1 мин;

- при движении авторегистратор накапливает данные с датчика скорости, преобразуя этот сигнал в значение пробега. При достижении значения пробега условной единицы (например 1 км) в память записывается отметка о прохождении соответствующего расстояния. Данные о расходе топлива рассчитываются аналитическим путем по формуле, использующей настраиваемые пользователем коэффициенты. Этот метод имеет достаточно низкие значения погрешности (при правильной настройке) и не требует дорогостоящих датчиков мгновенного расхода топлива, имеющих определенные проблемы эксплуатации в наших климатических условиях.

Расход топлива может рассчитываться:

- по пробегу;
- по оборотам;
- по моточасам (при отсутствии датчика скорости или контроля работы доп. оборудования).

Авторегистратор имеет в своем составе часы реального времени с автономным питанием. Ход времени контролируется и автоматически корректируется. Устройство регистрирует следующие события:

- включение/выключение аккумуляторной батареи;
- пропадание/появление GPS сигнала;
- заправка/слив топлива.

Моменты регистрирования событий графически отображаются на карте с подробным описанием, что очень удобно.

Формирование отчетов происходит по следующим параметрам:

- статистика: пробег, расход топлива удельный и общий, время работы, моточасы;
- отчет по простоям: дата и время простоя, начало и конец, длительность, адрес;

- отчет по простоям на объектах: название объекта, количество посещений, время посещения и длительность;

- отчет по проезду объектов: название объекта, кол-во проездов мимо него, дата и время (контроль автобусов).

Для того, чтобы система эффективно работала данные программные средства устанавливаются на компьютеры в отдел снабжения и в транспортный цех.

В таблице 3.1 приведены затраты на приобретение навигационных средств.

Таблица 3.1 - Инвестиционные затраты на приобретение GPS-навигацию

Наименование	Стоимость в руб.	Сумма в руб. на 17 авто
GPS-навигатор	7 090	120 530
GPS автомобильный трекер	5 900	100 300
Доставка, установка систем	54000	54000
Обучение персонала навыкам работы с системой	30000	30000
Закупка, установка программных средств	52000	52000
Итого	148990	356830

Далее определим расходы предприятия, необходимые для реализации проектных мероприятий.

В таблице 3.2 расходы предприятия за год.

Таблица 3.2 - Расходы предприятия на внедрение проекта за год

№ п/п	Название расходов	Сумма расходов, руб
1.	Заработная плата (2 контролера навигационной системы)	360 000
2.	Соц. отчисления (30,2 %)	108 720
3.	Амортизация	48 166
4.	Оплата за телефон	24000
5.	Коммунальные услуги	25000
Итого затрат		565 886

Норма амортизации (%) каждого объекта нематериальных активов рассчитывается как величина, обратная нормативному сроку службы.

Амортизация начисляется линейным способом, он заключается в равномерном начислении амортизации в течении всего нормативного срока службы.

Норма амортизации рассчитывается следующим образом:

$$N_a = 1/n * 100\% \quad (3.1)$$

где:

n-срок полезного использования оборудования.

Амортизация начисляется следующим образом:

$$A = \text{Стоимость оборудования} * \text{Норму амортизации} / 100. \quad (3.2)$$

Срок полезного использования навигационного оборудования 5 лет, следовательно, норма амортизации составит 20 %, амортизация на навигационные системы составит 44166 рублей в год.

Так же приобретается специальная компьютерная программа «Анализ навигационных потоков» (FortMonitor), которая относится к нематериальным основным средствам, норма амортизации составляет 10 %, стоимость программы (лицензия) – 40000 рублей, амортизация составит 4000 рублей. Экономический эффект от внедрения данных мероприятия, как показывает опыт внедрения систем в данной отрасли, составит около 40 % чистой прибыли, т.е.

$$3\,031\,000 \times 40 / 100 = 1\,212\,400$$

Далее необходимо рассмотреть исходные данные для анализа эффективности капитальных вложений, для этого сведем в таблицу затраты на проект, рассчитаем чистую прибыль и чистые денежные потоки.

Чистый денежный поток - это разница между положительным денежным потоком (поступление денежных средств) и отрицательным

денежным потоком (расходование денежных средств) в рассматриваемом периоде времени в разрезе отдельных его интервалов.

Экономия средств достигается за счет более экономного расхода топлива (снижение издержек на и за счет снижения расходов на эксплуатацию транспортного средства).

Исходные данные для анализа эффективности капитальных вложений по проекту представлены в таблице 3.3.

Таблица 3.3 - Исходные данные для анализа эффективности капитальных вложений по проекту

Показатели	Период реализации проекта		
	2020 год	2021 год	2022 год
Экономический эффект за счет совершенствования процесса транспортных потоков, руб.	1 212 400	1 285 144	1 362 253
Расходы, руб.	565 886	599 839	635 830
Прибыль до налогообложения, руб.	646 514	685 305	726 423
Налог на прибыль, %	129 303	137 061	145 284,6
Чистая прибыль, руб.	517 211	548 244	581 138,4
Амортизация, руб.	48166	48166	48166
Чистые денежные потоки, руб.	565 377	596 410	629 304,4

Используя исходные данные, необходимо оценить эффективность капитальных вложений в проектные мероприятия.

Рассчитаем основные показатели эффективности инвестиционного проекта, для этого используем данные таблицы 3.3.

В данной таблице покажем объем инвестиций, необходимых для реализации проектных мероприятий, чистые денежные потоки нарастающим итогом, дисконтированные денежные потоки.

Для определения текущего остатка денежных средств предприятия прибегают к определению величины денежных потоков в рассматриваемый период.

Таблица 3.4 - Анализ эффективности капитальных вложений с использованием показателя NPV

Показатель	Период реализации проекта			
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Инвестиции, тыс. руб.	-356830	-	-	-
Чистый денежный поток, руб.	-356830	565 377	596 410	629 304,4
Чистый денежный поток нарастающим итогом, руб.	-356830	208 547	804 957	1 434 261,4
Коэффициент дисконтирования (20 %)	1	0,8333	0,6944	0,5787
Дисконтированный денежный поток, руб.	-356830	471 129	414 147	364 178,5
Дисконтированный денежный поток нарастающим итогом, руб.	-356830	114 299	528 446	892 624,5

Для оценки эффективности проекта рассмотрим поток реальных денег на всей стадии инвестирования. Об эффективности проекта можно судить по таким показателям как

- чистый дисконтированный доход (NPV),
- индекс доходности (PI),
- срок окупаемости.

Важным элементом при экономическом обосновании инвестиций является правильный выбор величины ставки дисконта.

Дисконтирование денежных потоков проводилось при годовой ставке дисконта, равной 20%, учитывающей норму доходности на данный вид инвестиций, инфляцию и надбавки за риск.

NPV характеризует общий абсолютный результат инвестиционной деятельности и носит назначение интегрального экономического эффекта. Разность между притоками и оттоками денежных средств в данный период времени представляет собой чистый денежный поток, разновременные величины которого приводятся в сопоставимый вид путем приведения к начальному периоду осуществления проекта.

Полученные чистые дисконтированные доходы складываются за определенное количество лет реализации проекта, образуя чистую текущую стоимость.

Если  $NVP > 0$ , то проект следует принять, потому что его реализация приводит к росту стоимости предприятия;

-  $NVP < 0$ , то проект следует отвергнуть, он приведет к уменьшению стоимости предприятия;

-  $NVP = 0$ , проект полностью окупает инвестиции, но стоимость предприятия равняется нулю.

Индекс доходности (PI) - показывает, сколько единиц современной величины денежного потока приходится на единицу предполагаемых первоначальных затрат.

Для расчета показателя используется формула.

Если величина критерия  $PI > 1$ , то современная стоимость денежного потока проекта превышает первоначальные инвестиции, обеспечивая наличие положительной величины  $NVP$ ; при этом норма доходности превышает заданную, т.е. проект следует принять.

При  $PI < 1$ , проект не обеспечивает заданного уровня рентабельности и его следует отвергнуть.

Если  $PI = 1$ , инвестиции не приносят дохода, проект ни прибыльный, ни убыточный.

Сроком окупаемости проекта называется время, в течение которого прогнозируемые поступления денежных средств возместят сумму инвестиций. Для срока окупаемости не существует нормативных значений - чем меньше, тем лучше.

Главное условие заключается в том, что он должен удовлетворять инвестора и быть не больше жизненного цикла создаваемого объекта.

Достоинство этого показателя в том, что он достаточно хорошо характеризует риск проекта, однако, в то же время, он не учитывает весь период функционирования инвестиций, поэтому он не должен служить критерием выбора, но может использоваться как вспомогательный показатель при оценке эффективности проекта.



1) Чистый дисконтированный доход (ЧДД, NPV) – накопленный дисконтированный эффект за расчётный период.

$$\text{ЧДД} = -ИЗ_n + \sum \frac{\text{ЧДП}}{(1+i)^n} \quad (3.3)$$

где ЧДД – чистый дисконтированный доход;  $i$  – дисконтная ставка;  $ИЗ_n$  – первоначальные инвестиционные затраты.

$$\text{ЧДД} = 892\,624,5 \text{ тыс. руб.}$$

$\text{ЧДД} > 0$ , что говорит об эффективности инвестиционного проекта.

2) Индекс доходности инвестиций (ИДИ) – отношение суммы дисконтированных элементов денежного потока от операционной и финансовой деятельности к сумме инвестиций.

$$\text{ИДИ} = \sum \frac{\text{ЧДП}}{(1+i)^n} / ИЗ_n \quad (3.4)$$

где ИДИ – индекс доходности инвестиций.

$$\text{ИДИ} = 892\,624,5 / 356830 = 2,5.$$

Индекс доходности инвестиций также превышает 1, что говорит об эффективности проекта.

3) Срок окупаемости проекта – продолжительность периода от начального момента до момента окупаемости проекта. Моментом окупаемости называется тот наиболее ранний момент времени в расчётном периоде, после которого чистый доход становится и в дальнейшем остаётся неотрицательным.

Таким образом, проект окупается уже на втором году. Рассчитаем точный срок окупаемости инвестиционного проекта. Для этого используем формулу.

$$T_{ок} = ((k-1) + \frac{|\text{ЧД}_{k-1}|}{(\text{ЧД}_k - \text{ЧД}_{k-1})}) * l \quad (3.5)$$

где  $T_{ок}$  – срок окупаемости проекта, дни;

$k$  – приближённый дисконтированный срок окупаемости проекта (2 года);

$l$  – продолжительность в днях расчётного интервала времени (месяца, квартала, года), в котором выражен показатель  $k$  (365 дней).

$$T_{ок} = ((2-1) + (\frac{356830}{565377})) * 365 = 596(\text{дней})$$

или 1 год 231 день.

4) Дисконтированный срок окупаемости проекта – сроком окупаемости проекта с учётом дисконтирования называется продолжительность периода от начального момента до момента окупаемости проекта с учётом дисконтирования.

Рассчитаем уточненный срок окупаемости проекта.

Для расчета используем формулу.

$$T_{ок} = ((k-1) + (\frac{|ЧДД_{k-1}|}{(ЧДД_k - ЧДД_{k-1})})) * l \quad (3.6)$$

где  $T_{ок}$  – срок окупаемости проекта, дни;  $k$  – приближённый дисконтированный срок окупаемости проекта (2 года);

$l$  – продолжительность в днях расчётного интервала времени (месяца, квартала, года), в котором выражен показатель  $k$  (365 дней).

$$T_{ок} = ((2-1) + (\frac{356830}{471129})) * 365 = 644(\text{дня})$$

Или 1 год 279 дней.

Таким образом, проведенные расчеты говорят о том, что предложенные мероприятия эффективны и приведут к совершенствованию системы управления транспортными потоками на предприятии и повышении его конкурентоспособности и обеспечением тем самым экономической безопасности.

Оценим риски, возникающие при реализации проекта.

Основными рисками будут являться:

- неустойчивость спроса;
- зависимость от поставщиков услуг;
- недобросовестность компаньонов;
- снижение цен конкурентами и непредвиденные затраты, в том числе инфляция.

Проблему неустойчивости спроса можно решить расширением рекламной кампании, предоставлением скидок и снижением цен.

Возможность возникновения риска, связанного с неустойчивостью спроса, достаточно велика, поскольку нельзя предугадать изменение рыночной конъюнктуры, если возникнет такая ситуация необходимо расширить спектр услуг и заняться поиском новых клиентов. Чтобы зависимость от поставщиков существенно не сказывалась на деятельности фирмы, необходимо конкретно заключать сделки с указанием точного времени поставки услуг. В случае невыполнения, должны предусматриваться штрафные наказания.

Таким образом, внедрение проекта транспортной навигационной системы на предприятии позволит повысить конкурентоспособность рассматриваемого предприятия.

Непосредственно, проект имеет достаточный процент риска, но ОАО «Авторейс» имеет достаточные стратегии управления рисками. Проект достаточно рентабелен и его можно осуществить в реализацию.

Таким образом, проведенная оценка инвестиционных рисков и определение сметной стоимости проекта внедрения навигационных транспортных систем подтвердили о необходимости его внедрения.

После расчета и экономического обоснования проектных мероприятий, направленных на обеспечение экономической безопасности предприятия, приведем оценку сводного интегрального показателя уровня экономической безопасности предприятия.

Таблица 3.4 – Сводный интегральный уровень экономической безопасности предприятия до и после внедрения проекта на основании экспресс-оценки

Составляющие потенциала компании	Наименование показателя	Оценка показателя в 2017 г.	Прогнозируемая оценка после внедрения проекта
Финансовый потенциал	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,5	1
	Коэффициент промежуточного покрытия	1	1
	Коэффициент текущей ликвидности	0,5	1
	Коэффициент автономии	0	0,5
	Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными средствами	1	1
	Коэффициент отношения заемных и собственных средств	0	1
	Рентабельность продаж	0	1
Итоговая финансовая составляющая		0,43	0,92
Производственный потенциал	Фондоотдача	0	0,5
	Коэффициент обновления основных средств	0,5	1
	Коэффициент годности основных средств	0,5	1
Итоговая производственная составляющая		0,33	0,83
Социальный потенциал	Коэффициент уровня заработной платы	0,5	1
	Коэффициент стабильности кадров	0,5	1
	Коэффициент выработки продукции на одного работника	0,5	0,5
Итоговая социальная составляющая		0,5	0,83
Итоговый сводный коэффициент ЭБП		0,42	0,86

На основании представленной таблицы можно увидеть значительный рост интегрального показателя экономической безопасности предприятия.

Таким образом, можно сделать вывод, что внедрение проекта позволит повысить конкурентоспособность предприятия, и тем самым обеспечить экономическую безопасность предприятия.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Конкурентоспособность предприятия - это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами. Конкурентоспособность не является имманентным качеством предприятия, это означает, что его конкурентоспособность может быть оценена только в рамках группы компаний, относящихся к одной отрасли, либо предприятий, выпускающих аналогичные товары (услуги). Конкурентоспособность можно выявить только сравнением между собой этих компаний, как в масштабе страны, так и в масштабе мирового рынка.

В настоящее время, для того чтобы компания была конкурентоспособной в борьбе с ведущими компаниями, требуются совершенно новые подходы к организации производства и управления, чем те, на которые руководители ориентировались в прошлом. И, прежде всего новые подходы нужны в инвестиционной политике, при проведении на предприятии технической реконструкции, в процессе внедрения новой техники и технологии. Факторы конкурентоспособности – это те явления и процессы производственно-хозяйственной деятельности предприятия и социально-экономической жизни общества, которые вызывают изменение абсолютной и относительной величины затрат на производство, а в результате изменение уровня конкурентоспособности предприятия. Факторы могут изменять конкурентоспособность предприятия в сторону повышения и в сторону уменьшения.

Конкурентные преимущества составляют основу конкурентной стратегии предприятия.

Под конкурентной стратегией подразумевается стратегия развития предприятия или стратегия его деятельности на определенном товарном

рынке. Конкурентная стратегия представляет собой стремление компании занять конкурентную рыночную позицию в своей отрасли. Она направлена на то, чтобы занять устойчивую и выгодную позицию, которая позволит компании противостоять напору тех сил, которые определяют конкурентную борьбу в отрасли.

Одной из наиболее важных сфер при изучении угроз национальной безопасности является экономическая сфера. Изучение экономической безопасности всех субъектов предпринимательской и других видов деятельности приобретает решающее значение для благоприятного развития государства.

Экономическая безопасность предприятия предусматривает стойкое развитие, то есть сбалансированное и непрерывное, что достигается с помощью использования всех видов ресурсов и предпринимательских возможностей, при которых гарантируется наиболее эффективное их использование для стабильного функционирования и динамического научно-технического и социального развития, предотвращения внутренних угроз.

Основными составляющими экономической безопасности предприятия являются: ресурсная, технико-технологическая, финансовая, социальная безопасность. Каждая из составляющих оценивается с помощью ряда качественных или количественных показателей-индикаторов.

Объектом исследования было выбрано предприятие ОАО «Авторейс», основными видами деятельности, которого является автомобильные перевозки грузов; и ремонт и сервисное обслуживание автомобильной техники.

Проведенный анализ финансово-экономических критериев экономической безопасности предприятия показал, что особое внимание следует обратить на рентабельность чистых активов и средневзвешенную стоимость капитала.

Для успешного развития деятельности необходимо, чтобы рентабельность чистых активов была выше средневзвешенной стоимости

капитала, тогда предприятие способно выплатить не только проценты по кредитам и объявленные дивиденды, но и реинвестировать часть чистой прибыли в производство.

Среднемесячная заработная плата в 2017 г. возросла на 8335 тыс. руб. или на 71% по сравнению с 2015 г. Это говорит о том, что предприятие повышает эффективность оказываемых услуг, которые пользуется спросом на рынке, увеличивает свою прибыль и, как следствие, повышает эффективность.

Повышение уровня конкурентоспособности предприятия ОАО «Авторейс» для обеспечения его экономической безопасности предполагает разработку комплекса мероприятий, которые учитывают особенности деятельности предприятия, а именно осуществление транспортных перевозок.

На предприятие, с целью управления внутренними, достаточно объемными по километражу, транспортными потоками и повышения его конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности целесообразно предложить к внедрению систему транспортной навигации Трал Авто.

На контролируемый транспорт устанавливается GSM-терминал FORT-300, а на компьютерах предприятия используется программное обеспечение.

Система видеонаблюдения, установленная на автомобиле, позволит получить достоверную картину событий на дороге, сделать видеозапись при срабатывании автомобильной сигнализации, проанализировать маршрут движения, используя возможности GPS. Проведенные по проекту расчеты показали, что предлагаемый проект окупится через 1 год 279 дней. Следовательно, предложенные мероприятия эффективны и приведут к совершенствованию системы управления транспортными потоками на предприятии.

Проведенная оценка рисков, возникающих при реализации проекта показала, что проект имеет достаточный процент риска, но ОАО «Авторейс» имеет достаточные стратегии управления рисками. Проект достаточно рентабелен и его можно осуществить в реализацию.

После расчета и экономического обоснования проектных мероприятий, направленных на обеспечение экономической безопасности предприятия, была проведена оценка сводного интегрального показателя уровня экономической безопасности предприятия, которая показала, что можно увидеть значительный рост интегрального показателя экономической безопасности предприятия, и, следовательно, внедрение проекта позволит повысить конкурентоспособность предприятия и обеспечит тем самым его экономическую безопасность.

## **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 26.12.1996 г. № 14-ФЗ с изменениями от 29.12.2014 года [Текст] // Российская газета. - 2014. - № 289.
2. О безопасности [Текст]: федер. закон от 28 декабря 2010 г. № 390-ФЗ // собрание законодательства Российской Федерации.
3. О несостоятельности (банкротстве) [Текст]: федер. закон от 26 октября 2002 г. № 127 –ФЗ // собрание законодательства Российской Федерации.- 2002. – №2 – ст. 222.
4. О бухгалтерском учете [Текст]: федер. закон от 21 ноября 1996 г. № 129-ФЗ // собрание законодательства Российской Федерации.



5. Об акционерных обществах [Текст]: федер. Закон от 26.12.1995 № 208 – ФЗ // собрание законодательства Российской Федерации
6. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года [Электронный ресурс]: указ президента РФ №537 от 12 мая 2009 года. Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/supplement/424>
7. Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению (с изменениями от 7 мая 2003 г.). [Электронный ресурс]: Приказ Минфина РФ от 31 октября 2000 г. № 94. Режим доступа: [base.consultant.ru](http://base.consultant.ru), свободный.
8. О формах бухгалтерской отчетности организации [Электронный ресурс]: Приказ Министерства Финансов РФ от 13 января 2000 г. №4. Режим доступа: [base.consultant.ru](http://base.consultant.ru), свободный.
9. Инструкция по применению Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций [Электронный ресурс]: утв. приказом Минфина РФ от 31 октября 2000 г. № 94н (с изменениями от 7 мая 2003 г.). Режим доступа: [base.consultant.ru](http://base.consultant.ru), свободный.
10. О порядке формирования показателей бухгалтерской отчетности организации [Электронный ресурс]: Приказ Минфина РФ от 28 июня 2000 г. № 60н. Режим доступа: [base.consultant.ru](http://base.consultant.ru), свободный.
11. Байнев В. Ф. Экономика предприятия и организация производства[Текст]: Учебное пособие для студентов вузов / В. Ф. Байнев. — М.: Издательство ДИС, 2015. – 321 с.
12. Белокур В.В. Угрозы экономической безопасности предприятия[Текст]. Учебник. – М.: 2015. – 290 с.
13. Богомолов В.А. Экономическая безопасность[Текст]: Учебное пособие / В.А. Богомолов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 521 с.
14. Березин, Артем Инновационно-инструментальный механизм повышения конкурентоспособности [Текст]: / Артем Березин. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2015. - 156 с.

15. Вечканов Г.С. Экономическая безопасность[Текст]: Учебник. - СПб.: Вектор, 2015. – 296 с.
16. Глотова И.И., Томилина Е.П. Угрозы экономической безопасности и направления их нейтрализации в системе экономической безопасности предприятия // Экономическая безопасность: правовые, экономические, экологические аспекты[Текст]: сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 29-33.
17. Гончаренко Л.П. Экономическая безопасность [Текст]. Учебник для вузов. — М.: Издательство Юрайт, 2014. – 478 с.
18. Грунин О.С. Экономическая безопасность организации [Текст]. Учебник. – СПб.: Питер, 2014. – 323 с.
19. Гусев В.С. Экономика и организация безопасности хозяйствующих субъектов[Текст]. Учебник. - СПб.: ИД «Очарованный странник», 2014. – 314 с.
20. Донцова Л.В. Комплексный анализ бухгалтерской отчетности[Текст]: монография / Л.В. Донцова. - М.: Дело и сервис, 2015. – 592 с.
21. Жулега И.А. Методология анализа финансового состояния предприятия[Текст]: монография / И. А. Жулега. - СПб.: ГУАП, 2016. – 280 с.
22. Захаров О.В. Обеспечение комплексной безопасности предпринимательской деятельности[Текст]. – М.: АСТ, 2016. – 320 с.
23. Иванкова И.А. Сравнительная оценка официальных методик финансового состояния[Текст] // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2015. № 21. С.47–53.
24. Казакова Н.А. Концепция внутреннего контроля эффективности организации[Текст]: монография / Н.А. Казакова, Е.И. Ефремова - М.: ИНФРА-М, 2015. – 34 с.
25. Коваленко Н.П. Управление финансами российских предприятий в современных условиях[Текст] // Социально-экономические явления и процессы. 2014. № 2. С. 39–41.

26. Коноплева И.А. Управление безопасностью и безопасностью бизнеса[Текст]. Учебное пособие / И.А. Коноплева, И.А. Богданов. - М.: ИНФРА-М, 2015. – 219 с.
27. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем[Текст]. - Москва: РГГУ, 2015. - 126 с.
28. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг[Текст]. Учебное пособие / И.М. Лифиц. - М.: Юрайт, 2015. - 438 с.
29. Мак-Мак В.П. Служба безопасности предприятия[Текст]: Организационно-управленческие и правовые аспекты деятельности. — М.: Мир безопасности, 2015. – 218 с.
30. Манохина Н.В. Экономическая безопасность[Текст]: Учебное пособие / Н.В. Манохина, М.В. Попов, Н.П. Колядин, И.Э. Жадан. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 320 с.
31. Матвеев Н.В. Экономическая безопасность организации[Текст]. Учебник. - СПб.: Питер, 2015. – 823 с.
32. Методические рекомендации по написанию выпускной квалификационной работы (дипломной работы) для студентов специальности 38.05.01 «Экономическая безопасность» [Текст]: учебно-методическое пособие. – Белгород: ИД «Белогорье», 2017. – 30 с.
33. Нестеренко А.Н. Экономика и институциональная теория[Текст]: монография / А.Н. Нестеренко- М.: ИНФРА-М, 2016. – 269 с.
34. Олейников Е.А. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) [Текст]. Учебник. - М.: ЗАО «Интел-Синтез», 2014. – 247 с.
35. Покропивный Г.А. Экономика предприятия[Текст]. Учебное пособие / Г.А. Покропивный. - М.: Высшая школа, 2015. – 421 с.
36. Пястолов С.М. Экономический анализ деятельности предприятий[Текст]. Учебное пособие / С.М. Пястолов. – М.: Академический проспект, 2014. – 769 с.

37. Раицкий К.А. Экономика организации[Текст]. Учебник для студентов вузов. Изд.4-е. - М.: Дашков и К, 2016. - 1012 с.
38. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь[Текст] . Учебник. - 15-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 649 с.
39. Савицкая Г.В. Экономический анализ[Текст]. Учебник. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 649 с.
40. Сергеев И.В. Экономика предприятия. Учебное пособие для студентов вузов, 4-е изд., пер. и доп. -М.: Финансы и статистика[Текст], 2015. – 304 с.
41. Сенчагов В.К. Экономическая безопасность России[Текст]. / В.К. Сенчагов. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2015. – 816 с.
42. Соловьев А.И. Экономическая безопасность хозяйствующего субъекта[Текст]. Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2014. – 269 с.
43. Соложенцев Е.Д. Топ-экономика. Управление экономической безопасностью социально-экономических систем[Текст]. / Е.Д. Соложенцев // Национальная безопасность и стратегическое планирование. – 2015. - № 2-1 (10). – С. 31-41.
44. Суглобов А.Е. Экономическая безопасность предприятия[Текст]. Учебное пособие / А.Е. Суглобов, С.А. Хмелев, Е.А. Орлова. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 272 с.
45. Ульянов В. А. Хозяйственный механизм[Текст]. Учебник. -М.: Финансы и кредит. - 2014. 598 с.
46. Уразгалиев В.Ш. Экономическая безопасность[Текст]. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2016. – 376 с.
47. Управление бизнесом[Текст]: сборник статей. – Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского университета, 2015. – 243 с.
48. Фащевский В.Н. Об анализе платежеспособности и ликвидности предприятия[Текст]. Монография / В.Н. Фащевский. –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 703 с.

49. Фирсова О. А. Экономическая безопасность предприятия: учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] / О.А. Фирсова; Межрегиональная Академия безопасности и выживания. - Орел: МАБИВ, 2014. - 174 с. - Режим доступа: <http://biblioclib.ru/index.php?page=book&id=428621>.

50. Харсеева А.В. Подходы к изучению финансового состояния предприятия[Текст]. Учебник. -М.: Финансы и кредит. - 2015. 497 с.

51. Шаронова В.П. Менеджмент на предприятии: Мероприятия по улучшению финансового состояния предприятия [Электронный ресурс]: Финансовый анализ и инвестиционный анализ от Жданова Василия. - Электрон. текстовые дан. - 2016. - Режим доступа: <http://www.beintrend.ru>

52. Шлыков В.В. Комплексное обеспечение экономической безопасности предприятия[Текст]. Учебник. -СПб.: Алетейя, 2015. – 412 с.

53. Ярочкин В.И. Система безопасности фирмы[Текст]. Учебник. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 531 с.

## **ПРИЛОЖЕНИЕ**