

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

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 09001411
Холмовой Виктории Сергеевны

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

Рецензент:
Должность, Ф.И.О.

БЕЛГОРОД 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	8
1.1. Экономическое содержание понятия конкурентоспособности.....	8
1.2. Основные характеристики экономической категории экономическая безопасность предприятия.....	22
1.3. Особенности конкурентоспособности предприятия как механизма обеспечения экономической безопасности предприятия.....	27
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ООО «ТРАНСАВТОКОМПЛЕКТ».....	39
2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.....	39
2.2. Оценка критериев экономической безопасности предприятия.....	52
2.3. Анализ конкурентоспособности предприятия.....	73
ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	84
3.1. Характеристики процесса повышения конкурентоспособности..... как фактора укрепления экономической безопасности..... ООО «Трансавтокомплект».....	84 84
3.2. Расчет и обоснование общих затрат на реализацию проектных мероприятий.....	98
3.3. Оценка экономической эффективности проектных мероприятий.....	100
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	107
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	110
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	115

ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе экономического развития единственным критерием востребования и повышения качества выпускаемой продукции является конкурентоспособность. Повышение конкурентоспособности касается продукции (товаров, услуг), предприятия, региона и страны в целом, но особо важную роль она играет в качестве основного звена экономики. Чтобы добиться успеха в рыночной экономике, любому предприятию необходимо тщательно спланировать эффективное развитие, а также накапливать необходимую информацию о собственных возможностях и перспективах. К важным условиям возникновения конкуренции, можно отнести следующее: полная хозяйственная (экономическая) обособленность каждого товаропроизводителя; полная зависимость товаропроизводителя от конъюнктуры рынка; противостояние всем другим товаропроизводителям в борьбе за покупательский спрос.

Необходимым условием конкурентоспособности является качество предоставляемой продукции, которая способна в той или иной мере удовлетворять потребности населения. Конкурентоспособностью продукции необходимо управлять, поскольку она играет значительную роль в обеспечении конкурентоспособности предприятия. Моделирование показателей конкурентоспособности проводится на стадии проектирования товара. Конкурентоспособность товаров — отражает их способность более полно удовлетворять запросы покупателей в сравнении с аналогичными товарами конкурентов на рынке.

Экономическая безопасность и конкурентоспособность находятся в постоянном взаимодействии. И экономическая безопасность, и конкурентоспособность — характеристики национального хозяйственного комплекса и его составных частей. Однако если конкурентоспособность — одновременно и цель, и мегаиндикатор степени развития национального хозяйственного комплекса и его составных частей, то экономическая

безопасность представляет собой условие его существования и развития. Иными словами, достаточный уровень экономической безопасности может достигаться с помощью экономических методов, но, будучи необходимым условием существования национального хозяйственного комплекса как системы, его достижение может быть обусловлено использованием и неэкономических методов – путем прямого вмешательства государства.

Наиболее приемлема ситуация, когда факторы микро- и макроуровня, являющиеся одновременно критериями конкурентоспособности и экономической безопасности, создают высокую конкурентоспособность национального хозяйственного комплекса и его составных элементов, формирующую достаточный уровень экономической безопасности.

Применительно к экономической сфере под конкурентоспособностью понимают обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования и обеспечения экономической безопасности данного субъекта.

Экономическая безопасность можно представить как совокупность условий и факторов, обеспечивающих независимость национальной экономики, ее стабильность и устойчивость, способность к постоянному обновлению и самосовершенствованию.

Основными компонентами экономической безопасности являются следующие:

1. развитие (если экономика не развивается, то у нее сокращаются возможности выживания, сопротивляемости и приспособляемости к внешним и внутренним угрозам),
2. устойчивость (прочность и надежность элементов экономики, способность выдерживать внутренние и внешние нагрузки).

Цель экономической безопасности – обеспечение устойчивого экономического развития страны в интересах удовлетворения социальных и экономических потребностей.

Экономическая безопасность предприятия – это состояние его защищенности от негативного влияния внешних и внутренних угроз, дестабилизирующих факторов, при котором обеспечивается устойчивая реализация основных коммерческих интересов и целей уставной деятельности. Для каждого предприятия «внешние» и «внутренние» угрозы сугубо индивидуальны

К внешним угрозам и дестабилизирующим факторам можно отнести противоправную деятельность криминальных структур, конкурентов, фирм и частных лиц, занимающихся промышленным шпионажем либо мошенничеством, несостоятельных деловых партнеров, ранее уволенных за различные проступки сотрудников предприятия, а также правонарушения со стороны коррумпированных элементов из числа представителей контролирующих и правоохранительных органов

К внутренним угрозам и дестабилизирующим факторам относятся действия или бездействия (в том числе умышленные и неумышленные) сотрудников предприятия, противоречащие интересам его коммерческой деятельности, следствием которых могут быть нанесение экономического ущерба компании, утечка или утрата информационных ресурсов (в том числе сведений, составляющих коммерческую тайну и / или конфиденциальную информацию), подрыв ее делового имиджа в бизнес-кругах, возникновение проблем во взаимоотношениях с реальными и потенциальными партнерами (вплоть до утраты важных контрактов), конфликтных ситуаций с представителями криминальной среды, конкурентами, контролирующими и правоохранительными органами и т.д.

Объектом исследования является ООО «Трансавтокомплект».

Предметом исследования является конкурентоспособность как механизм обеспечения экономической безопасности предприятия.

Цель выпускной квалификационной работы – разработать проектные мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия для обеспечения экономической безопасности данного предприятия.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- исследовать теоретические основы конкурентоспособности предприятия;
- проанализировать финансово-экономические показатели, характеризующие экономическую безопасность предприятия ООО «Трансавтокомплект»;
- обосновать проектные мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия для обеспечения безопасности исследуемого предприятия.

Теоретическую и методологическую основу исследований составили основные положения по конкурентоспособности предприятий, а также концепции, представленные в трудах отечественных и зарубежных ученых по вопросам, касающимся экономической безопасности предприятия, программные и прогнозные разработки государственных и региональных органов власти, стандарты, рекомендации по вопросам экономической безопасности предприятия.

Информационную базу исследования составили материалы периодической печати, электронные базы данных и периодические электронные издания в сети Интернет, статистические сборники.

При обработке аналитического материала и оформлении работы использовались пакеты прикладных программ «Microsoft Excel», «Microsoft Word» и др.

Структура выпускной квалификационной работы. Структура работы определена поставленной целью и последовательностью решения сформулированных задач. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемой литературы и приложений.

В первой главе приведены теоретические основы конкурентоспособности предприятия.

Во второй главе проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия и оценка критериев экономической безопасности предприятия.

В третьей главе предложены проектные мероприятия по повышению конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности предприятия.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Экономическое содержание понятия конкурентоспособности

На современном этапе экономического развития проблема конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике государства. Создание конкурентных преимуществ перед соперником становится стратегическим направлением деятельности государства и его органов в области обеспечения конкурентоспособности национальной экономики. При этом повышение конкурентоспособности касается всех уровней ее иерархии: продукции (товаров и услуг), предприятия, отрасли, региона и страны в целом, но особую важность приобретает конкурентоспособность предприятия как основного звена экономики [4].

Конкуренция – главный фактор, который определяет, станет компания успешной либо потерпит крах.

Рыночные условия функционирования российских предприятий требуют новых стратегических подходов к решению проблемы их конкурентоспособности. Эффективность функционирования предприятия в условиях рынка предполагает активный поиск и разработку каждым из них собственной стратегии повышения их конкурентоспособности. Именно конкурентная стратегия устанавливает направление деятельности предприятия в определении типа конкурентного преимущества и формирования ресурсного потенциала его реализации.

В общем виде конкурентоспособность — это эффективность функционирования организации в краткосрочном периоде.

Для обеспечения конкурентоспособности организации необходимо наращивать конкурентный потенциал, который означает потенциальную возможность (текущие предпосылки) сохранять или увеличивать стратегическую конкурентоспособность. Этот показатель определяется

совокупностью параметров, характеризующих возможность (потенциал) и способность организации эффективно функционировать на рынке, удерживать или увеличивать свою рыночную долю, иметь достаточную рентабельность, финансовую устойчивость в перспективе.

Задача конкурентного анализа - изучение возможностей предприятия организовывать и развивать основной вид деятельности в реальных условиях с учетом нестабильности факторов внешней среды и их неопределенности.

Конкурентный анализ включает определение и оценку главных конкурентных сил, на основе которых руководство формулирует основные варианты конкурентных стратегий.

В соответствии со стартовыми позициями фирмы может быть использована одна из следующих конкурентных стратегий [12]:

- снижение себестоимости продукции;
- дифференциация продукции;
- сегментирование рынка;
- внедрение новшеств;
- ориентация на потребность рынка.

Методологической основой анализа конкурентной ситуации является идея рыночной доли, которая рассматривается как часть ресурсов, обращающихся на рынке. Размер доли определяет возможность влияния компании на рынок и на конкурентов. Чем выше доля, тем шире доступ к ресурсам, тем выгоднее их размещение и выше степень свободы в деятельности фирмы. В зависимости от величины рыночной доли фирма может быть на рынке лидером или аутсайдером, иметь сильную или слабую конкурентную позицию. Для анализа состояния конкуренции могут использоваться и другие показатели, например, динамика рынка, динамика рыночной доли фирмы. Динамика доли достаточно объективно характеризует круг конкурентов, чьи интересы затрагивает деятельность фирмы, и цели, которые реально могут быть поставлены и достигнуты фирмой на рассматриваемом рынке.

Доля рынка, предприятия, функционирующего на оптовом рынке продовольственной продукции, уровень прибыли определяются тем, насколько эффективно компания противодействует следующим пяти конкурентным силам [12]:

- проникающим в отрасль новым конкурентам, реализующим подобные товары;

- угрозе со стороны товаров-заменителей (субститутов);

- компаниям-конкурентам, уже закрепившимся на отраслевом рынке;

- воздействию продавцов (поставщиков);

- воздействию покупателей (потребителей, клиентов).

Для анализа поведения фирмы на рынке, постановки стратегических задач маркетинга товаров и услуг, разработки плана маркетинга строятся конкурентные карты рынка. Построение конкурентных карт осуществляют в виде матрицы, в которой по строкам откладываются темпы роста рыночной доли, а по столбцам - размещаются фирмы, в зависимости от занимаемой ими рыночной доли (лидер, сильная конкурентная позиция, слабая конкурентная позиция, аутсайдер).

Конкуренция возникает, когда организации из других отраслей или создаваемые структуры могут заняться бизнесом в данной отрасли.

Угроза со стороны новых конкурентов коррелирует с величиной входного барьера в отрасль, спецификой отношений в ней. Появление новых конкурентов могут предупредить следующие входные барьеры.

Экономия на масштабе и опыте закупки, реализации уже работающих фирм помогает удерживать издержки на таком высоком уровне, который недоступен потенциальным конкурентам.

Потребность новых конкурентов в капитале. Очень часто эффективная конкуренция требует крупных первоначальных инвестиций. Этот барьер в сочетании с экономией на опыте в масштабе создает, в частности, серьезные препятствия инвестиций новых предприятий.

Дифференциация товаров и услуг, т.е. опора на торговые марки, подчеркивающие уникальность товара и признание покупателями (например, трудно конкурировать с уникальными свойствами изделий народных промыслов - Палеха, Гжели, Хохломы).

Издержки переориентации новых конкурентов, связанные со сменой поставщиков, переобучением персонала.

Необходимость создания новой системы каналов распределения.

Политика государства (Правительства), не способствующая проникновению на рынок, например, установление высоких таможенных пошлин для иностранных конкурентов или отсутствие льготных государственных субсидий для предприятий-новичков. Примером организации такой политики является создание в 1991 г. антимонопольного комитета РФ, который призван осуществлять государственную политику по развитию товарных рынков и конкуренции, мероприятия по ограничению монополистической деятельности в стране.

Составной частью конкурентного анализа является диагностика конкурентной среды - оценка уровня и интенсивности конкуренции. К диагностике конкурентной среды относятся бесконтактные методы оценки (аналитическая диагностика), экспертные оценки, построение гипотез (экспертная диагностика), компьютеризованные имитационные модели.

Обострить конкуренцию может появление товаров, эффективно удовлетворяющих те же потребности, но несколько иным способом, когда товар, предлагаемый организацией, имеет сходные функциональные характеристики с товаром, вводимым на рынок другими организациями. Так появляются товары-заменители (товары-субституты).

Препятствиями на пути товаров-субститутов может стать:

- проведение ценовой конкуренции, переключающей внимание покупателя с проблемы качества на снижение цены;
- рекламные атаки на потребителей;
- улучшение качества обслуживания при продаже товара.

Внутриотраслевая конкуренция является наиболее интенсивной. Как правило, конкуренты борются за величину рыночной доли (особенно на этапе отраслевого роста), поскольку в большинстве случаев именно этот параметр определяет другие в долгосрочном периоде.

Поставщики имеют возможность оказывать прямое влияние на эффективность функционирования их покупателей и заказчиков.

Сильные поставщики могут повышать или снижать цены на свои товары, повышать или снижать качество поставляемых товаров и услуг. Значимость товара поставщика для данной организации заставляет учитывать конкурентоспособность и позиции данного поставщика среди других.

Конкуренция со стороны поставщиков может анализироваться с позиций необходимости установления деловых контактов и возможностей их замены в случае обострения отношений фирмы с поставщиком.

Силу воздействия поставщика на потребителя определяет ряд факторов, в частности [15]:

- баланс спроса и предложения;
- доля закупок потребителя у данного поставщика в общем объеме закупок (чем больше доля, тем больше зависимость от поставщика);
- степень специализированности закупаемых предметов (узкая специализация в меньшей степени влияет на хозяйственную деятельность в целом);
- возможность потребителя приступить к созданию аналога или товара-заменителя, производимого поставщиком, либо закупать его у других поставщиков снижает конкурентную силу поставщика;
- заинтересованность конкурентов-потребителей в данном поставщике повышает конкурентную силу поставщика;
- наличие товаров-заменителей, производимых другими поставщиками, делает потребителя более независимым от поставщика, т.е. снижает конкурентную силу поставщика.

Влияние всех перечисленных факторов может быть выражено в денежном эквиваленте, отражающем стоимость переключения на другого поставщика. Чем она выше, тем больше конкурентная сила поставщика, и наоборот.

Воздействие со стороны покупателей заключается в том, что они определяют спрос. Их сила выражается в давлении на цены в целях их снижения, в требованиях более высокого качества, лучшего обслуживания.

Оценка уровня конкурентоспособности предприятия вызывает необходимость использовать целый ряд показателей, которые свидетельствуют о степени устойчивости положения, способности выпускать продукцию, пользующуюся спросом у потребителей и обеспечивающую ему стабильную прибыль для выполнения своих финансовых обязательств и максимально полного удовлетворения потребности потребителей.

Под критерием понимают признак, на основании которого производится оценка, определение или классификация чего-либо.

Показатель — данные, по которым можно судить о развитии, ходе, состоянии дел предприятия на определенный период времени, в конкретных рыночных условиях.

Поэтому основными критериями конкурентоспособности следует считать эффективность процессов купли – продажи, финансовое положение субъекта розничной торговли, качество торгового обслуживания покупателей и рыночное положение предприятия, а также сервисного обслуживания как в гарантийный период времени и послегарантийный срок, имидж предприятия, отзывы потребителей.

При этом первые два критерия характеризуют внутреннее конкурентное положение предприятия, а два других – внешнее (рисунок 1.1).

Функционирование любого предприятия осуществляется в условиях сложного взаимодействия целого комплекса факторов внешней и внутренней среды. К факторам внешней среды относятся: политика, экономика, уровень жизни населения. К факторам внутренней среды относятся: поставщики,

покупатели, собственники, месторасположение предприятия, персонал, товародвижение.

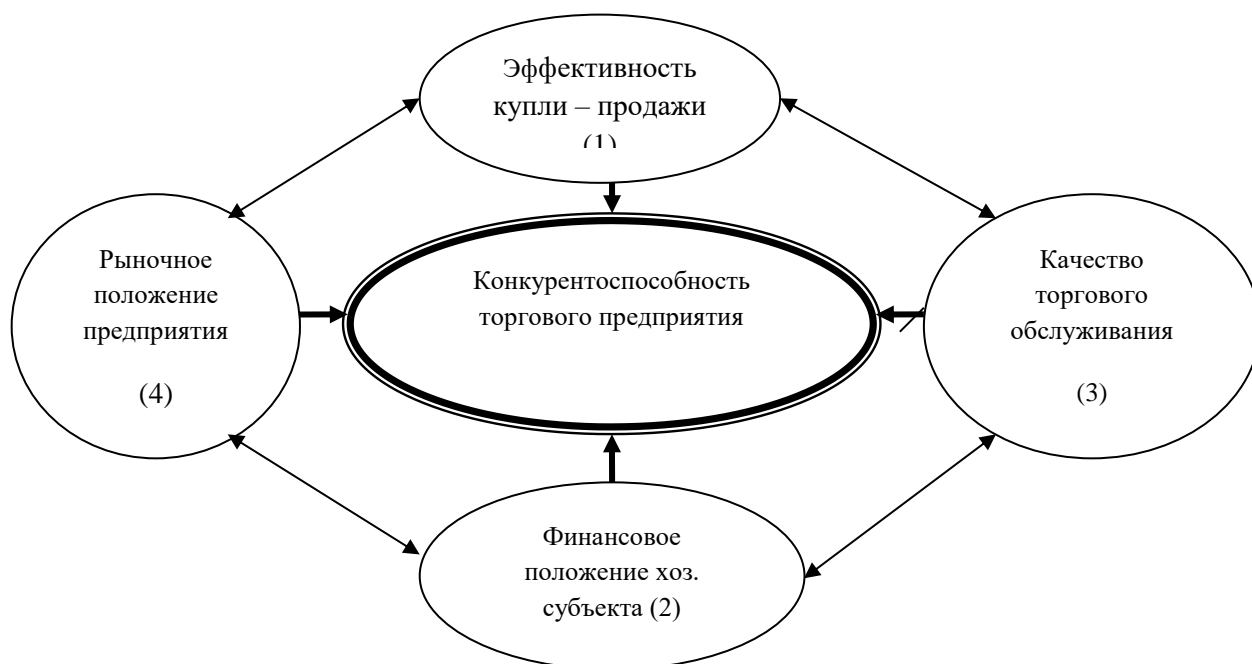


Рисунок 1.1. - Критерии конкурентоспособности предприятия пищевой промышленности [15]

Бизнес – среды, поэтому важной методологической проблемой становится построение развернутой системы показателей, характеризующих на рынке конкурентное преимущество субъекта в отличие от других фирм конкурентов.

Показатели, влияющие на конкурентоспособность, сгруппированы автором в блоки, позволяющие оценивать локальные потенциалы предприятия и его конкурентные преимущества. Так, 1 блок – характеризует эффективность экономического потенциала предприятия; 2 блок – позволяет оценить финансовый потенциал экономического субъекта; показатели 3 блока характеризуют уровень торгового обслуживания покупателей выбранного сегмента, т.е. его организационный потенциал; показатели 4 блока – определяют позиции торгового предприятия относительно важнейших конкурентов, т.е. оценивают его управленческий потенциал [24].

На базе рассмотрения каждого блока, как относительно обособленной системы, в работе предложена совокупность аналитических показателей и методика их преобразования в синтетические показатели, выявляющие причинно-следственные связи и степень влияния, как на локальный потенциал, так и на эффективность деятельности предприятия в целом.

Выделяют три уровня обеспечения конкурентоспособности предприятия [4]:

- оперативный уровень;
- тактический уровень;
- стратегический уровень.

На каждом из этих уровней обеспечения конкурентоспособности предприятия ими выделяются соответствующие критерии:

- на оперативном уровне критерием конкурентоспособности предприятия является показатель конкурентоспособности продукции;
- тактический уровень представлен таким критерием конкурентоспособности предприятия, как комплексный показатель состояния предприятия;
- критерием конкурентоспособности предприятия на стратегическом уровне является рост стоимости предприятия.

Кроме этого, существуют ключевые характеристики состояния предприятия, влияющие на его конкурентоспособность:

Первые две характеристики относятся к оперативному уровню управления конкурентоспособностью предприятия. Третья, четвертая и пятая характеристики состояния предприятия определяют тактический уровень управления. Последние две характеристики, составляют стратегический уровень управления конкурентоспособностью. Который ориентирован на долгосрочный период времени, формирующий краткосрочные, среднесрочные, и долгосрочные цели предприятия.

В зависимости от конкретных целей анализа используются различные показатели или их сочетание, которые дают количественную и качественную

оценку деятельности предприятия в области обеспечения конкурентоспособности [24].

Показатели оценки конкурентоспособности [4]:

- потребность в капиталовложениях фактических и на перспективу, как в целом, так и по отдельным видам продукции;
- ассортимент конкурентоспособной продукции, ее объемы и стоимость (продуктовая дифференциация);
- набор рынков или их сегментов для каждого продукта (рыночная дифференциация);
- потребность в средствах на формирование спроса и стимулирование сбыта;
- ритмичность поставок товаров, которая учитывает спрос и предложения на определенный товар;
- логистический сервис, соблюдение правил складского хозяйства;
- месторасположение торгового предприятия;
- перечень мер и приемов, которыми предприятие может обеспечить себе преимущество на рынке: создание благоприятного представления о фирме у покупателей, выпуск высококачественной и надежной продукции, послепродажное и сервисное обслуживание, постоянное обновление продукции на основе собственных разработок, четкое выполнение обязательств по сделкам в отношении сроков поставок товара и услуг.

Критерии конкурентоспособности розничных торговых предприятий взаимосвязаны между собой, и оказывают непосредственное влияние друг на друга.

Авторы предлагают для оценки конкурентоспособности предприятия, функционирующего на оптовом рынке продовольственной продукции использовать следующие показатели [39]:

- отношение общей стоимости продаж к стоимости нереализованной продукции;
- отношение прибыли к общей стоимости продаж;

- отношение стоимости реализованной продукции к ее количеству за текущий период;

- отношение суммы продаж к сумме дебиторской задолженности;

- отношение величины сбытовых расходов к общей сумме прибыли предприятия.

К показателям конкурентоспособности продукции относятся [4]:

Показатель качества - является комплексным и может определяться по различным параметрам. К таким параметрам относятся: параметры назначения, эргономические параметры, эстетические параметры, нормативные параметры.

Следующий показатель конкурентоспособности продукции — это цена. Такой показатель, как цена продукции, во многом зависит от двух внутренних факторов: ценовой стратегии предприятия, метода ценообразования.

По мере своего развития каждое предприятие сталкивается с определенными проблемами, преодоление и решение которых осуществляются посредством применения различных управленческих методик и технологий.

Главная задача, которая возникает у предприятия, функционирующего в условиях рынка, это элементарное выживание или способность оплачивать свои счета.

Исходя из особенностей нашего города можно выделить несколько факторов привлекательности розничных торговых предприятий: широта и полнота ассортимента; уровень цен; культура обслуживания; удобство размещения торгового предприятия относительно других объектов; удобство размещения относительно транспортных сообщений; режим работы; интерьер предприятия; посещаемость потребителями; наличие клиентской базы; товародвижение: оперативность, ритмичность, экономичность; выкладка продукции; типизация; торговая площадь; качество предоставляемых услуг.

Таким образом, в розничных торговых предприятиях все факторы являются взаимосвязанными.

После решения насущных текущих задач возникают задачи другого уровня. Первой ключевой характеристикой на втором уровне является стратегичность управления, сосредоточение внимания на более долгосрочных целях и задачах. Для их решения разрабатываются стратегическая концепция, стратегия предприятия и, на основе анализа и бизнес-планов, стратегии для каждого подразделения.

Следующей задачей является структурирование и соответствующая этой проблеме характеристика — адаптивность системы управления. Адаптивность системы управления предприятия - соответствие организационной структуры, методов, принципов и механизмов управления предприятием целям, функциям и стратегиям предприятия и его подразделений. Система управления должна способствовать реализации стратегической концепции компании.

В настоящее время методология и методика проведения оценки конкурентоспособности не является достаточно разработанной. В общем, можно выделить следующие этапы комплексной сравнительной оценки [24]:

- конкретизация целей и задач комплексной оценки;
- выбор исходной системы показателей;
- организация сбора исходной информации;
- расчет и оценка значений частных показателей;
- обеспечение сравнимости оцениваемых показателей;
- выбор конкретной методики, т. е. разработка алгоритма и программы расчета комплексных сравнительных оценок;
- расчет комплексных оценок;
- экспериментальная проверка адекватности комплексных, обобщающих оценок реальной экономической действительности;
- анализ и использование комплексных сравнительных оценок.

Таким образом, в заключение данного пункта можно сделать вывод о том, что все критерии и факторы непосредственно влияют на деятельность розничных торговых предприятий, и им соответствуют определенные показатели. В розничных торговых предприятиях немаловажное значение имеет анализ и оценка конкурентоспособности на конкретном этапе существования предприятия.

Различные авторы предлагают разнообразные методики по оценке конкурентоспособности розничного торгового предприятия. Оценку конкурентоспособности проводят поэтапно [24]:

- оценка с позиции сравнительных преимуществ — сущность данного метода заключается в том, что производство и реализация более предпочтительнее, когда издержки производства ниже, чем у конкурентов. Основным критерием, применяемым в данном методе, являются низкие издержки. Преимуществом метода является простота оценки уровня конкурентоспособности, и отсутствие материальных затрат при проведении сравнения;

- оценка с позиции теории равновесия — в основе данного метода рассматривается положение, при котором каждый фактор производства рассматривается с одинаковой и одновременно наибольшей производительностью. При этом у фирмы отсутствует дополнительная прибыль, обусловленная действием, какого-либо из факторов производства и у фирмы нет стимулов для улучшения использования того или иного фактора. Основным критерием является наличие факторов производства, не используемых в полной мере. Несомненным преимуществом данного метода является возможность определения внутренних резервов;

- оценка исходя из теории эффективности конкуренции — выделяют два подхода при использовании данного метода:

- 1) структурный подход, - сущность которого, заключается в организации крупномасштабного, эффективного производства и деятельности предприятия. Основным критерием конкурентоспособности

при использовании данного подхода является концентрация производства и капитала предприятия;

2) функциональный подход — оценка конкурентоспособности согласно данному подходу осуществляется на основе сопоставления экономических показателей деятельности;

- оценка на базе качества продукции — данный метод заключается в сопоставлении ряда параметров продукции, отражающих потребительские свойства. Критерием конкурентоспособности в данном случае является качество продукции. Преимуществом данного метода является возможность учета потребительских предпочтений при обеспечении уровня конкурентоспособности. В связи с тем, что качество товара оценивают определенным набором параметров, оценка конкурентоспособности товара базируется на использовании так называемых «параметрических» индексов, характеризующих степень удовлетворения потребности в рассматриваемом товаре;

- 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.

- матричный метод — при использовании данного метода конкурентоспособность предприятия рассматривается в динамике таблица. В качестве критерия оценки конкурентоспособности предприятия используется сравнение показателя конкурентоспособности с табличным значением;

- 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. Этот метод оценки конкурентоспособности прост в применении, не предполагает длительных расчетов и не требует больших материальных затрат

Таким образом, можно, сделать следующий вывод, при SWOT-анализе происходит сравнение сильных и слабых сторон, выявление существующих проблем, а так же возможностей и угроз предприятия, принять меры по устранению выявленных недостатков;

- построение «гипотетического многоугольника конкурентоспособности» - данный метод предполагает оценку конкурентоспособности предприятия по восьми факторам важным для розничных торговых предприятий:

1) концепция товара и услуги, на которой базируется деятельность предприятия;

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

3) цена товара с возможной наценкой;

4) финансы как собственные, так и заемные;

5) торговля — с точки зрения коммерческих методов и средств деятельности;

6) послепродажное обслуживание, обеспечивающее предприятию постоянную клиентуру;

7) 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 одно направлены: один метод учитывает резервы в использовании факторов производства, другой — стоимость этих факторов, следующий — качество продукции.

1.2. Основные характеристики экономической категории 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 значение 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. Автор считает, 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 некачественного 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. Особенности конкурентоспособности предприятия как механизма обеспечения экономической безопасности предприятия

Экономическая безопасность и конкурентоспособность - взаимосвязанные и взаимозависимые параметры. Сохранение и укрепление позиций предприятий реализуется через повышение их конкурентоспособности.

Конкуренция - это цивилизованная и легализованная форма борьбы субъектов рынка, за наилучшие условия производства и сбыта своей продукции, с целью получения прибыли. Понятие конкурентоспособность предприятия очень многогранно и распространяется на все составляющие деятельности предприятия, такие как товар и его основные характеристики, а также организационные, финансовые и производственные характеристики самого предприятия. Конкурентоспособность предприятия на прямую зависит от конкурентоспособности товара. Конкурентоспособность предприятия - это способность осуществлять прибыльную хозяйственную деятельность в условиях жесткой конкуренции. Так же конкурентоспособность предприятия предполагает его способность

осуществлять эффективный экономический контакт с потребителями, поставщиками и конкурентами. Взаимодействие с потребителями осуществляется через куплю-продажу товара, с поставщиками-через куплю-продажу ресурсов, необходимых для производства, взаимодействие с партнерами-через торговлю услугами, наконец, взаимодействие с конкурентами-через систему организационных мер, текущих и перспективных, реализующих активность фирмы в конкурентной среде. Конкуренентоспособность предприятия проявляется в каждый момент, в каждом эпизоде её деятельности. Конкуренентоспособность предприятия можно охарактеризовать как его потенциальное качество, которое включает:

1. Способность предприятия получать реальную оценку ожиданий целевой группы потребителей, а также прослеживать тенденции потребительского поведения. Другими словами, предприятие должно быть способно своевременно, объективно и точно оценивать потребительский спрос как в настоящее время, так и прогнозировать его динамику на будущее. Такая оценка возможна только на базе научной модели целевой потребительской группы, учитывающей её экономические, социально-культурные и психологические факторы, разработанной методами современной социологии и маркетинга.

- 2.Способность организовывать производство, результаты которого будут соответствовать ожиданиям целевой группы потребителей как наиболее полезного товара по отношению цена-качество. Говоря о результатах, имеется ввиду не только потребительские качества выпускаемого товара, но и его маркетинговые качества (цена, гарантии, послепродажное обслуживание и т.д.).

3. Способность проводить эффективную текущую маркетинговую политику.

4. Способность изыскивать и создавать условия для снижения затрат на обеспечение факторами производства-капиталом, рабочей силой, сырьем и материалами, энергией на единицу продаваемой продукции.

5. Способность к созданию и удержанию технологического производства над другими членами отраслевого сообщества, что требует своевременного обновления применяемых технологий. Это может относиться к производству, сбыту, управлению.

6. Способность планировать, организовывать и проводить эффективную стратегию в сферах производства и маркетинга на основе инноваций.

7. Создание и развитие высокого кадрового потенциала как на исполнительском, так и на управленческом уровнях. Качество исполнительского персонала проявляется в его способности эффективно использовать существующие на предприятии производственные технологии и готовности к освоению более перспективных технологий. Качество специалистов проявляется в их способности ставить и решать функциональные задачи, увязывая их со стратегическими целями предприятия, способные обеспечить ему ключевые компетенции в технических, технологических, дизайнерских и др. областях для усиления рыночных позиций предприятия.

Реализация перечисленных качеств на продолжительном временном интервале создаёт предприятию реальные преимущества над конкурентами в виде роста его рыночной стоимости, укрепления его торговых марок, наращивание дополнительной устойчивости по отношению к неблагоприятным воздействиям внешней среды, включая атаки конкурентов. Всё вместе это расширяет возможности предприятия и снижает его удельные затраты на финансовом, сырьевом других рынках, что отражается на цене продукции и приносимой ею прибыли.

Таким образом, отношение конкурентоспособности предприятия и конкуренции на рынке можно характеризовать как отношение «потенциал и его использование». При этом реализация условий 1-3 способствует повышению доходов предприятия за счёт лучшего, чем у конкурентов, понимания запросов потребителей и умения удовлетворять их. Свойство 4

способствует снижению удельных расходов на выпуск продукции, а все вместе свойства 1-4 обеспечивают текущую экономическую эффективность предприятия и характеризуют адаптивность его поведения, способность приспосабливаться к текущим требованиям внешней среды. Свойства 1, 5, 6 позволяют планировать и реализовывать технологические, товарные и маркетинговые стратегии, создающие основу конкурентоспособности товаров предприятия в будущем. Эти свойства составляют инновационный потенциал предприятия и позволяют выявлять тенденции и прогнозировать состояние внешней среды в будущем, создают стратегические условия для успешной адаптации к ним. Свойство 7 является необходимым условием, чтобы создавать, удерживать и реализовывать потенциальные преимущества 1-6 на продолжительных временных интервалах, превращая конкурентоспособность в данный момент, на данном отраслевом рынке и с данным товаром в долговременную, стратегическую устойчивость компании. Следует отметить связь между свойствами 1-4 и 5-6: хотя последние и не являются следствием свойств 1-4, но без успешной реализации 1-4 они не возникнут, ни удержаться не могут. Причина этого вполне естественна - для того, чтобы создать преимущество над конкурентами в будущем, инвестировать в стратегические планы необходимо уже в настоящем, а для этого предприятие должно располагать инвестиционными возможностями.

В условиях глобальной неопределенности целевой уровень экономической безопасности предприятия должен обеспечивать сохранение и укрепление его позиций как на внутреннем рынке, так и на внешнем (мировом), что позволяет защищаться от возникающих угроз, отвечать на новые вызовы и на этой основе устойчиво развиваться.

Механизм обеспечения экономической безопасности предприятий, в частности, предприятий отрасли, состоит в реализации совокупности методов, позволяющих распознавать критические ситуации, осуществлять их профилактику и нейтрализовать внешние и внутренние угрозы.

Конкурентоспособность является целью и показателем степени развития индустрии, а экономическая безопасность представляет собой важное условие ее существования.

Чем выше уровень развития факторов, определяющих конкурентоспособность предприятия, тем более оно устойчиво и жизнеспособно в условиях постоянно возникающих внешних и внутренних угроз. Соответственно, большинство показателей, характеризующих конкурентоспособность, одновременно характеризуют и экономическую безопасность.

К числу потенциальных угроз предприятиям бизнеса, по мнению автора, можно отнести следующие:

- 1) рост влияния административных рисков;
- 2) коррупционные отношения при распределении государственных и муниципальных заказов;

- 3) угроза роста социальной напряженности. Проявляется в резком росте недовольства, недоверия к властям, экономической депрессией. Все это может привести к ухудшению состояния отрасли и колебаниям инвестиционной активности в сторону уменьшения. Нанесение экономического ущерба вследствие ошибок управления, несанкционированных действий, отказов, неисправностей и дефектов элементов и инфраструктуры;

- 4) кадровые проблемы. Предприятие всегда стоит перед выбором: либо содержать большой штат сотрудников с простоями в период низкой загрузки, либо привлекать дополнительных, часто случайных и неквалифицированных, работников в периоды высокой загрузки.

Угрозы способствуют созданию ситуации неопределенности и вынуждают предприятия индустрии заниматься своей экономической безопасностью: выявлять эти угрозы, оценивать их и, по возможности, устранять.

Повышение конкурентоспособности предприятий - одна из ключевых задач в современной России. Под конкурентоспособностью предприятия понимается наличие преимуществ в сравнении с аналогичными предприятиями данной отрасли внутри страны, а также за ее пределами.

Задача, которая в настоящее время встает перед предприятиями, состоит в том, чтобы занять свою нишу в бизнесе, разработать свой стиль поведения, позволяющий заложить основы долгосрочного предпринимательского успеха и устойчивого финансового положения для стабильного функционирования предприятия.

В условиях постоянно меняющегося рынка не всегда возможно добиться стабильного успеха в бизнесе, если не планировать эффективное развитие, не аккумулировать на постоянной основе информацию о тенденциях и возможностях, о положении конкурентов и своей конкурентоспособности.

Устойчивая конкурентоспособность предприятия обуславливается удовлетворенностью и готовностью потребителей повторно приобрести объекты, отсутствием рекламаций к предприятию со стороны контрагента, совладельца, партнера, привлекательностью работы в организации.

Конкурентоспособность, если говорить о ней как о механизме обеспечения экономической безопасности предприятия, конечно же, включает ценовые параметры сооружений, но зависит и от качества управления финансовыми потоками, инвестиционной и инновационной активностью. В результате недостаточного или несвоевременного финансирования, распыления ограниченных ресурсов по многим объектам нарушаются календарные графики производства работ, увеличиваются сроки и, как следствие, возрастает стоимость объектов.

Кроме того, на конкурентоспособность оказывают влияние факторы формирования рыночной конъюнктуры - они определяют экономическую ситуацию на рынке: от вопросов макроэкономики и политической конъюнктуры до специфических для данного сегмента рынка составляющих

(рост цен на материалы, ввод новых финансовых инструментов, скачки цен на топливо, дефицит земли).

Уровень конкуренции определяется технической оснащенностью предприятий, степенью внедрения нововведений, мотивацией и квалификацией персонала и финансовой стабильностью.

На рынке конкурирующими между собой предприятиями являются обычно те, экономические интересы которых полностью или частично совпадают.

Обеспечение экономической безопасности - весьма эффективный инструмент, позволяющий провести необходимые процедуры сохранения платежеспособности путем внедрения новых, более эффективных, процедур управления, изменения существующей бизнес-модели либо корректировки финансовой политики компании, повышения финансовой устойчивости.

Финансовая устойчивость является важнейшей характеристикой финансово-экономической деятельности предприятия в условиях рыночной экономики. Если предприятие финансово устойчиво, то оно имеет преимущество перед другими предприятиями того же профиля и привлечений инвестиций, в получении кредитов, в выборе поставщиков и в подборе квалифицированных кадров. Наконец, оно не вступает в конфликт с государством и обществом, так как выплачивает своевременно налоги в бюджет, взносы в социальные фонды, заработную плату - рабочим и служащим, дивиденды - акционерам, а банкам гарантирует возврат кредитов и уплату процентов по ним. Чем выше устойчивость предприятия, тем более оно независимо от неожиданного изменения рыночной конъюнктуры и, следовательно, тем меньше риск оказаться на краю банкротства. Финансовая устойчивость - это характеристика, свидетельствующая о стабильном превышении доходов над расходами, свободном маневрировании денежными средствами предприятия и эффективном их использовании, бесперебойном процессе производства и реализации продукции. Финансовое положение предприятия считается устойчивым, если оно покрывает собственными

средствами не менее 50 % финансовых ресурсов, необходимых для осуществления нормальной хозяйственной деятельности, соблюдает финансовую, кредитную и расчетную дисциплину, иными словами, является платежеспособным. К внутренним факторам относятся: отраслевая принадлежность организации; структура выпускаемой продукции, её доля в общем платежеспособном спросе; размер оплаченного уставного капитала; состояние имущества и финансовых ресурсов, включая запасы и резервы, их состав и структуру. К внешним факторам относят: влияние экономических условий хозяйствования; преобладающую в обществе технику и технологию; платежеспособный спрос и уровень доходов потребителей; налоговую кредитную политику правительства; законодательные акты по контролю за деятельностью организации; внешнеэкономические связи; систему ценностей в обществе и др. Влиять на эти факторы хозяйствующий субъект не в состоянии, он лишь может адаптироваться к их влиянию. Значение финансовой устойчивости отдельных хозяйствующих субъектов для экономики и общества в целом складывается из его значения для каждого отдельного элемента этой системы: для государства в лице налоговых и других органов аналогичного назначения - своевременная и полная уплата предприятием всех налогов и сборов в бюджеты различных уровней. От этого зависит исполнение доходной части бюджета. В противном случае вследствие сокращения расходной части бюджета государство и местные органы власти не смогут в полной мере реализовать свои функции и выполнять обязательства, что в конечном счете может привести к разным негативным последствиям на государственном и региональном уровнях; для внебюджетных фондов, образованных под эгидой государства - своевременное и полное погашение задолженности по отчислениям в данные фонды. Невыполнение предприятиями своих обязательств (эти фонды образуются в основном за счет средств предприятий) влечет за собой нарушения в их работе, в частности в области выплат пенсий, пособий по уходу за детьми, пособий по безработице и т. д.; для работников предприятия

и прочих заинтересованных лиц -своевременная выплата заработной платы, обеспечение дополнительных рабочих мест. Устойчивое финансовое положение является для работников предприятия гарантией своевременной выплаты заработной платы. Кроме того, увеличение доходов предприятия приводит к увеличению фондов потребления, а значит, и к улучшению материального благополучия работников данного предприятия. Также стабильное функционирование предприятия, его развитие обеспечивают создание дополнительных рабочих мест, что очень важно в условиях роста безработицы; для покупателей, заказчиков продукции, работ, услуг - стабильное функционирование, выполнение договорных условий. Невыполнение предприятиями своих обязательств может явиться причиной не только производственного, но и финансового кризиса у покупателей и заказчиков с известными последствиями; для поставщиков и подрядчиков - своевременное и полное выполнение обязательств. Для них эти моменты чрезвычайно важны, так как их доход от основной деятельности формируется из поступлений со стороны покупателей и заказчиков. Изъятие финансовых ресурсов из оборота из-за несвоевременности расчетов ослабляет их финансовое состояние, заставляет для обеспечения нормального функционирования привлекать дополнительные заемные средства, что связано с дополнительными расходами. Если же предприятие из-за плохого финансового состояния не может расплатиться с поставщиками и подрядчиками, это может привести к банкротству последних; для обслуживающих коммерческих банков - своевременное и полное выполнение обязательств согласно условиям кредитного договора. Невыполнение условий кредитного договора, неплатежи по выданным ссудам могут привести к сбоям в функционировании банков. Банкротство хотя бы одного банка из-за вытекающей отсюда неплатежеспособности многих его клиентов влечет за собой цепную реакцию неплатежей и банкротств; для собственников предприятия - доходность, величина прибыли. направляемая на выплату дивидендов. Для владельцев предприятия значение финансовой

устойчивости проявляется как фактор, определяющий его прибыльность и стабильность в будущем. Кроме того, прибыльность, устойчивость финансового положения предприятия влияют на курсовую стоимость его акций. Для инвесторов - выгодность и степень риска вложений в предприятие. Чем устойчивее в финансовом отношении предприятие, тем менее рискованны и более выгодны инвестиции в него. Выше сказанное позволяет сделать вывод, что финансовая устойчивость предприятия играет чрезвычайно важную роль в обеспечении устойчивого развития, как отдельных предприятий, так и общество в целом. Для укрепления своей финансовой устойчивости предприятию необходимо повышать свою конкурентоспособность. Существует несколько путей повышения конкурентоспособности предприятия. Пути повышения конкурентоспособности предприятия с целью укрепления его финансовой устойчивости:

- . Постоянное использование нововведений.
- . Поиск новых, более совершенных форм выпускаемого товара. Выпуск продукции такого качества, которое бы отвечало государственным и мировым стандартам.
- Сбыт товаров в те же сегменты рынка, где наиболее высокие требования к качеству и сервисному обслуживанию.
- . Использование только высококачественного сырья и материалов.
- . Постоянное обучение и переподготовка кадров.
- . Повышение материальной заинтересованности работников и улучшение условий труда.
- Проведение маркетинговых исследований рынка, с целью установления потребностей покупателей..
- Анализ своих конкурентов, для выявления своих сильных и слабых сторон.
- Поддержание контактов с научно-исследовательскими организациями и инвестирование научных разработок, направленных на повышение качества продукции.
- Использование наиболее эффективных рекламных мероприятий.
- Регистрация своего товарного знака и использование фирменных марочных изделий.

Итак, понятие конкурентоспособность предприятия очень многогранно и распространяется на все составляющие деятельности предприятия, такие как товар и его основные характеристики, а также

организационные, финансовые и производственные характеристики самого предприятия. Конкурентоспособность предприятия напрямую зависит от конкурентоспособности товара. Конкурентоспособность предприятия - это способность осуществлять прибыльную хозяйственную деятельность в условиях жесткой конкуренции. Анализ конкурентных позиций предприятия на рынке предполагает выяснение его сильных и слабых сторон, а также тех факторов, которые в той или иной степени воздействуют на отношение покупателей к предприятию и, как результат, на изменение его доли в продажах на конкретном товарном рынке. В наибольшей степени, возможно, повысить конкурентоспособность предприятия при наличии у него развитых и специализированных факторов. От наличия и качества их зависит уровень конкурентного преимущества и возможности его усиления. Факторы могут воздействовать как в сторону повышения конкурентоспособности предприятия, так и в сторону уменьшения. Факторы - это то, что способствует превращению возможностей в действительность. Факторы определяют средства и способы использования резервов конкурентоспособности. Но наличие самих факторов недостаточно для обеспечения конкурентоспособности. Получение конкурентного преимущества на основе факторов зависит от того, насколько эффективно они используются и где, в какой отрасли они применяются. 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. Финансовая устойчивость является важнейшей характеристикой финансово-экономической деятельности предприятия в условиях рыночной экономики. Если предприятие финансово устойчиво, то оно имеет преимущество перед другими предприятиями того же профиля и привлечений инвестиций, в получении кредитов, в выборе поставщиков и в подборе квалифицированных кадров. Наконец, оно не вступает в конфликт с государством и обществом, так как выплачивает своевременно налоги в бюджет, взносы в социальные фонды, заработную плату - рабочим и служащим, дивиденды - акционерам, а банкам гарантирует возврат кредитов и уплату процентов по ним. Чем выше устойчивость предприятия, тем более оно независимо от неожиданного изменения рыночной конъюнктуры и, следовательно, тем меньше риск оказаться на краю банкротства. Финансовая устойчивость - это характеристика, свидетельствующая о стабильном превышении доходов над расходами, свободном маневрировании денежными средствами предприятия и эффективном их использовании, бесперебойном процессе производства и реализации продукции.

При стратегическом управлении предприятием любой отрасли необходимо учитывать, что устойчивое развитие должно быть тесно взаимосвязано с обеспечением экономической безопасности и повышением конкурентоспособности на долгосрочную перспективу.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ООО «ТРАНСАВТОКОМПЛЕКТ»

2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «Трансавтокомплект» зарегистрировано по юридическому адресу: 308000, г. Белгород, ул. Михайловской шоссе, д.10.

ООО «Трансавтокомплект» - предприятие на территории г. Белгорода, занимающееся реализацией запасных автомобильных частей для автомобилей.

Основное предназначение торгового розничного предприятия - достижение весомых финансовых результатов, удержание контрольного показателя рентабельности капитала путем востребования приобретаемых в торговых залах предприятия запасных частей.

Торгово - розничное предприятие ООО «Трансавтокомплект» уделяет особое внимание улучшению качества обслуживания всех категорий своих клиентов и совершенствованию системы продаж продуктов технической промышленности.

Целью предприятия является расширение товаров и услуг, осуществление производственных и торговых расчётов с потенциальными клиентами. В итоге - получение прибыли.

Согласно лицензии № 00089-3/99 от 17 июня 2006 года основными видами деятельности предприятия данного предприятия являются:

- розничная торговля запасными частями для автотранспорта;
- консультирование по использованию запасных частей;

- рекламная деятельность;
- демонстрация своих товаров на торговых стендах с целью получения заказов на товары;
- организация торговли с доставкой товара на дом.

В своей работе предприятие придерживается нескольких принципов, которые помогают нам работать и максимально удовлетворять потребности наших клиентов:

- профессионализм (наши сотрудники периодически проходят обучение за счет компании);
- порядочность (выполнение всех взятых на себя обязательств);
- качество (мы используем только высококачественное оборудование и материалы известных производителей при обслуживании автомобилей);
- надежность;
- принципа 2s (продажа, запчасти) все в одном месте,
- реализация ожиданий клиентов (в своей работе мы стремимся реализовать ожидания клиентов по уровню сервиса, полноте предоставляемых услуг, оперативности и качеству обслуживания);
- не изменять своим принципам.

В качестве посредников могут выступать транспортно-экспедиционные предприятия и фирмы, торгующие информацией о нахождении грузов и автотранспортных средств. Адреса и основные характеристики основных контрагентов (поставщиков) представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 - Адреса и основные характеристики основных контрагентов

ООО «Трансавтокомплект»

Ресурсы	Наименование поставщика	Условия
1. ГСМ	ООО «Торговый Дом ЮКОС - М» (филиал в п. Строитель).	Предоплата, самовывоз.
2. Электроэн. 3. Газ	Южное производственное отделение ОАО «Теплоэнергетическая компания».	Предоплата.
4. Вода	МУП «Водоканал».	Оплата по факту потребления.
6. Основной поставщик запасных частей	ООО «Автосбыт».	Предоплата.
7. Страховые компании	Страховая компания «Росгосстрах».	Предоплата.

На положительные результаты деятельности ООО «Трансавтокомплект» влияют расширение ассортимента продаваемой продукции, приобретение нового оборудования для обслуживания и ремонта автомобилей.

Обществом осуществляются такие виды деятельности, как:

- продажа запасных частей для ТО и ремонта автомобилей;
- продажа дооборудования,

Под организационно производственной структурой предприятия понимается упорядоченная совокупность производственных подразделений, т.е. их определенное количество, размер, специализация, взаимосвязь, методы и формы взаимодействия.

Организационная структура управления ООО «Трансавтокомплект» является линейно-функциональной. В подчинении генерального директора

находится главный бухгалтер, начальник станции технического обслуживания, начальник отдела продаж, а также начальник отдела кадров.

Функциональные обязанности генерального директора состоят в осуществлении руководства предприятием в соответствии с действующим законодательством, организация работ; выполнение задач и целей деятельности организации и всех ее обязательств перед поставщиками, заказчиками и банками. Он организует производственно-хозяйственную деятельность организации на основе обоснованного планирования ее материальных, финансовых и трудовых затрат с учетом складывающейся конъюнктуры на рынке товаров и услуг; принимает меры по обеспечению организации квалифицированными кадрами. Способствует наилучшему использованию знаний и опыта работников, созданию безопасных и благоприятных условий для их труда, соблюдению требований законодательства по охране труда. Решает все вопросы в пределах предоставленных прав и поручает выполнение отдельных производственно-хозяйственных функций другим должностным лицам - своим заместителям, руководителям производственных единиц, а также функциональных и производственных подразделений организации.

Функциональные обязанности начальника отдела продаж: осуществление рациональной организации продажи автомобилей, поставку их потребителям в сроки в соответствии с заказами и заключенными договорами; обеспечение участия отдела в подготовке прогнозов, проектов перспективных и текущих планов реализации новых автомобилей, проведении маркетинговых исследований по изучению спроса на продукцию предприятия, перспектив развития рынков сбыта; организация подготовки и заключения договоров на покупку автомобилей. Принимает меры по выполнению плана реализации продукции, своевременному получению нарядов, спецификаций и других документов на поставку; обеспечивает контроль выполнения подразделениями предприятия заказов, договорных

обязательств, состояние запасов готовой к продаже продукции и автомобилей на складах; организует приемку готовой продукции от перегонщиков на склады, рациональное хранение и подготовку к продаже. Он осуществляет разработку и внедрение стандартов предприятия по организации хранения, сбыта и транспортировки готовой продукции, а также мероприятий по предпродажной подготовке автомобилей; принимает участие в организации выставок, ярмарок, выставок, продаж и других мероприятиях по рекламе продукции.

Он обеспечивает подготовку заключения договоров с поставщиками, согласование условий и сроков поставок, изучает возможность и целесообразность установления прямых долгосрочных хозяйственных связей по поставкам материально-технических ресурсов; организует изучение оперативной маркетинговой информации и рекламных материалов о предложениях мелкооптовых магазинов и оптовых ярмарок с целью выявления возможности приобретения материально-технических ресурсов в порядке оптовой торговли, а также закупку материально-технических ресурсов, реализуемых в порядке свободной продажи; обеспечивает доставку материальных ресурсов в соответствии с предусмотренными в договорах сроками, контроль их количества, качества и комплектности и хранение на складах предприятия.

Миссия фирмы представляет собой философию организации, ее ценности, верования и убеждения, которые положены в основу ее деятельности. Разработка ее - задача высшего управленческого звена, однако маркетинг оказывает влияние на этот процесс.

Маркетинг устанавливает своеобразный мост между возможностями фирмы и потребностями рынка.

Внешняя среда включает в себя два вида факторов, оказывающих воздействие на организацию. К ним относятся факторы прямого воздействия

и факторы косвенного воздействия. Факторы прямого воздействия оказывают более сильное влияние по сравнению с факторами косвенного воздействия.

В состав факторов прямого воздействия входят: капитал, трудовые ресурсы, потребители, поставщики, транспортные компании, конкуренты; законы, ГОСты, налоги.

В состав факторов косвенного воздействия - политическое состояние страны, экономическое, социальный фактор, погодные условия, сезонность, научно-технический прогресс. Миссия ООО «Трансавтокомплект» - достижение весомых финансовых результатов, удержание контрольного показателя рентабельности капитала путем востребования запасных частей для автомобилей отечественного производства.

Желаемый имидж фирмы в глазах потребителей основывается на полноте ассортимента, когда покупатель в любое время может найти в данной фирме все, что ему необходимо, продукцию высокого качества и по доступной цене.

Для формирования имиджа необходимо поддерживать строгий контроль качества поступающей продукции, развивать ассортимент, имеющихся в наличии и совершенствовать систему заказов с предприятий-изготовителей. К стратегическим целям развития ООО «Трансавтокомплект» относится расширение сферы деятельности, увеличение рыночной доли, выявление наиболее перспективных целевых групп.

В структуре предприятия имеется группа по экономической безопасности, которая находится в подчинении у экономиста.

Задачи, решаемые системой обеспечения экономической безопасности:

- прогнозирование возможных угроз экономической безопасности;
- организация деятельности по предупреждению возможных угроз (превентивные меры);

- выявление, анализ и оценка возникших реальных угроз экономической безопасности;
- принятие решений и организация деятельности по реагированию на возникшие угрозы;
- постоянное совершенствование системы обеспечения экономической безопасности предприятия.

Экономическая безопасность ООО «Трансавтокомплект, в общем смысле, представляет собой совокупность направлений: организационно-управленческое, правовое, техническое и информационно-аналитическое. Угроза материальному положению и интеллектуальной собственности организации существует непрерывно. Подобный урон может ограничить собственнику в контроле над бизнесом или забрать права на данного вида деятельность. Во внутренней стороне фирмы могут произойти неприятные случаи, связанные с непослушанием законодательства, с неверными решениями руководства и действиями сотрудников организации, с нарушениями важных пунктов договоров, что может нанести непоправимый ущерб экономической деятельности организации систему обеспечения экономической безопасности производственного предприятия можно определить как согласование функциональных целей и методов их достижения для обеспечения процесса производства продукции и доведения ее до конечного потребителя, характеризующееся наличием единства целей всех элементов системы и одновекторную направленность действий.

Анализ системы экономической безопасности ООО «Трансавтокомплект» показал, что служба экономической безопасности данного предприятия занимается тем, что в различных структурных подразделениях устанавливается видеонаблюдение и прослушивающие устройства для предотвращения хищений и других негативных воздействий как со стороны сотрудников предприятия, так и со стороны лиц, не

работающих на нем. То есть на данном предприятии обеспечивается силовая составляющая из всей системы обеспечения экономической безопасности.

Так же служба экономической безопасности предприятия занимается проведением так называемой «спецпроверки» своих сотрудников при их трудоустройстве (наличие судимости, характеристики с предыдущих мест работы или учебы и т.д.). То есть в данном экономическом субъекте обеспечиваются и кадровая составляющие, что тоже не может являться полноценной и эффективно функционирующей системой обеспечения экономической безопасности всего действующего предприятия.

Отметим так же, что служба экономической безопасности ООО «Трансавтокомплект» тесно взаимодействует с планово-экономической службой, то есть осуществляет комплекс работ по обеспечению высокого уровня платежеспособности предприятия и ликвидности его активов, наиболее эффективной структуры его капитала, максимизацией прибыли и повышением уровня рентабельности бизнеса и т.д. То есть на данном предприятии обеспечиваются финансовая составляющие всей системы экономической безопасности.

Функциональные составляющие экономической безопасности ООО «Трансавтокомплект» связаны с бизнес-стратегиями и обеспечивают выполнение маркетинговой стратегии предприятия. Гармонизация всех разработанных стратегий является необходимым условием эффективной деятельности предприятия. Гармоничной бывает только та система, компоненты которой находятся в равновесии. На уровне производственного предприятия особую актуальность обретает гармонизация таких стратегий, как торговая и промышленная политики. Именно этот фактор будет способствовать укреплению экономической безопасности предприятия, особенно в период вступления России во Всемирную торговую организацию, так как глобализация мировой экономики подталкивает предприятия к выходу на международную арену.

Угрозы экономической безопасности ООО «Трансавтокомплект» - это потенциальные или реальные операции физических или юридических лиц, наносящие вред состоянию защищенности субъекта предпринимательской деятельности, тем самым, способные привести к приостановлению его деятельности или даже закрытию бизнеса в целом, либо к экономическим и другим ущербам. Важно принимать во внимание то, что угрозой экономической безопасности предприятия является определенное действие, подразумевающее негативные последствия. Не следует называть угрозой экономической безопасности предприятия такую деятельность руководства фирмы, которая подразумевает вложение средств в ценные бумаги (частные или государственные), внедрение новейших организационных форм, координирование реализации новой услуги, товара, рабочего процесса. Все эти управленческие решения будут рискованными и могут являться негативными, так как могут произойти отрицательные экономические последствия для предприятия ввиду того, что может заметно перемениться конъюнктура на рынке ценных бумаг, могут измениться потребности населения, а возможно и так, что новые организационные формы не оправдают себя. Важно иметь в виду, что в все это конечном счете рассчитано на достижение главной цели компании, на ее развитие в перспективе.

Данного вида решения включают в себя неотъемлемую часть предпринимательской деятельности, осуществляющейся на свой риск и предполагающей определенные траты.

Также, угрозой безопасности предприятия не считается установление руководством компании сниженных цен на продукцию в начальный период деятельности фирмы. Но в данном случае прибыль может отсутствовать и, наоборот, могут иметь место потери, но это универсальный маркетинговый прием, который преследует цель привлечения покупателей к незнакомому им

продавцу. Через определенное время разница в стоимости продукции будет изменена.

Операции, относимые к угрозам, целенаправленны на получение какой-либо прибыли от экономической дестабилизации компании, от посягательств на ее экономическую безопасность.

Деятельность администрации компании, невзирая на рискованность действий, полностью соответствует существующему законодательству. Угрозы, чаще всего, характеризуются нарушением законодательных норм (определенной отрасли права - административного, гражданского, уголовного) и рассчитывают ответственность на определенных лиц, их осуществляющих.

Тем самым, можно выделить три признака, характеризующих угрозы экономической безопасности предприятия:

- сознательный и корыстный характер;
- определенность действий в нанесении урона субъекту предпринимательства;
- противоправность мер.

Отметим, что в настоящее время выделяются следующие экспертные оценки угроз предпринимательской деятельности ООО «Трансавтокомплект» % в 2018 г.:

1. Экономическое давление: срыв сделок и других соглашений - 48%, нейтрализация деятельности компаний при использовании полномочий государственных органов, средств массовой информации - 31%, компрометация деятельности фирмы - 11%, шантаж, компрометация руководителей и отдельных работников - 10%.

2. Физическое подавление: ограбление и разбойное нападение на офисы, склады - 73%, угрозы физических сопротивлений - 22%, наемные убийства - 5%.

3. Промышленный шпионаж: подкуп работников - 43%, передача документов и разработок - 10%, копирование информационных программ и данных - 24%, проникновение в ПЭВМ (персональная электронно-вычислительная машина) - 18%, прослушивание переговоров - 5%.

4. Финансовое подавление.

5. Психологическое давление.

Руководство предприятия определяет, что в основу создания комплексной системы обеспечения экономической безопасности ООО «Трансавтокомплект» необходимо приложить выбранную концепцию, состоящую из цели комплексной системы обеспечения экономической безопасности, ее задач, принципов деятельности, объекта и субъекта, а также из стратегии и тактики.

Угрозы объектам безопасности, которые исходят от внешних и внутренних источников опасности, задают содержание деятельности по оказанию внешней и внутренней безопасности. С учетом того, что внешние и внутренние угрозы разделяются на реальные и потенциальные, то деятельность по созданию безопасности будет сводиться к поиску прогноза каждой угрозы, нахождению и осуществлению наиболее действенных мер по их локализации. Из этого следует, что фундаментом организации, планирования и осуществления мер по формированию безопасности в разных сферах ООО «Трансавтокомплект» называют анализ и оценивание характера реальных и потенциальных внешних и внутренних угроз, кризисных ситуаций, а также прочих неблагоприятных факторов, которые препятствуют достижению намеченных целей и представляющих опасность для жизненно важных интересов. Целью данной системы называют следующим образом: сведение к минимуму внутренних и внешних угроз экономического состояния предприятия, включая его финансовые,

материальные, информационные и кадровые ресурсы на основе созданного и исполняемого комплекса мероприятий экономико-правового и организационного характера.

К задачам, решаемым системой обеспечения экономической безопасности ООО «Трансавтокомплект», относятся следующие:

- составление прогноза всевозможных угроз экономической безопасности;
- управление деятельностью по предостережению возможных угроз (превентивные меры);
- нахождение, анализ и оценивание поступивших реальных угроз экономической безопасности;
- формирование решений и координация деятельности по реагированию на поступившие угрозы;
- непрерывное совершенствование системы оказания экономической безопасности предприятия.

Так же есть предложения от службы экономической безопасности предприятия, по внедрению в ООО «Трансавтокомплект» следующих мероприятий по обеспечению экономической безопасности, представленных в таблице 2.2.

Таблица 2.2 - Мероприятия по обеспечению экономической безопасности предприятия и результаты их проведения

Наименование мероприятий	Результаты реализации мероприятий
Системное изучение и анализ законов РФ и регионов, подзаконных актов, инструкций и положений, аналитическая обработка информации.	Выявление нестыковок и противоречий в законодательных актах и нормативно-инструктивных материалах с целью минимизации налогов и сборов.

Сбор, обработка и анализ сведений о заинтересованных в работе фирмы экономических, общественных и политических организациях.	Выработка рекомендаций по достижению компромиссных решений по устранению препятствий для развития бизнеса.
Изучение и анализ информации о потенциальных и действующих партнерах, методах их поведения на рынке.	Установление связей партнеров с организованной преступностью, коррумпированными чиновниками. Выявление уровня профессионализации партнеров, психологии их поведения, принятие мер по нормализации отношения либо по отсечению недобросовестных партнеров.
Сбор и анализ информации о криминальных структурах, выявление агентов этих структур внутри предприятия, их целях в отношении фирмы и методах их работы.	Выработка механизмов и принятие контрмер против ОПГ, в том числе силовых с возможным привлечением силовых структур (МВД, ФСБ) для противодействия криминалу.
Изучение и анализ информации о недобросовестных конкурентах и методах их деятельности на рынке и внутри предприятия (фирмы).	Разработка и реализация механизмов противодействия деятельности недобросовестных конкурентов фирмы, а также коррумпированных чиновников, предотвращения внеплановых налоговых проверок, мошеннических действий, попыток использования спецслужб.

При нейтрализации угроз экономической безопасности предприятие должно провести тренинг по увеличению эффективности важных направлений своей деятельности, которые существенно отличаются по своему содержанию друг от друга. В систему функциональных составляющих экономической безопасности в совокупности с его ресурсами включают: технико-технологическую, маркетинговую, финансовую, кадровую и управленческую. Таким образом, комплексная система экономической безопасности предприятия должна состоять из определенного количества взаимосвязанных элементов, которые способствуют обеспечению безопасности предприятия при достижении им главных целей в бизнесе.

Для обеспечения экономической безопасности предприятия вводит в действие нормативные, организационные и материальные гарантии, а также своевременное выявление, предупреждение и действенное пресечение посягательств на организации, его финансы, имущество или деловые связи, интеллектуальную собственность, информацию, технологию.

Изменение по казателей прибыли в отчетном периоде по сравнению с базовым периодом представлено в таблице 2.3.

Таблица 2.3 - Изменение показателей прибыли

Показатели	2015	2016	2017	Абсолютное отклонение тыс. р.		Темпы роста (%)	
				2016 к 2015	2017 к 2015	2016 к 2015	2017 к 2015
Валовая прибыль (убыток)	-313	12 323	9 770	12 636	10 083	-4 037,06	-3 221,41
Прибыль (убыток) от продаж	-313	1 484	-226	1 797	87	-574,12	-27,80
Прибыль (убыток) до налогообложения	77	343	64	266	-13	345,45	-16,88
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	43	247	29	204	-14	474,42	-32,56

Валовая прибыль на 31.12.2015 г. составляла -313 тыс. руб. За анализируемый период она возросла на 10 083 тыс. руб., что следует рассматривать как положительный момент и на 31.12.2017 г. составила 9 770 тыс. руб.

Прибыль от продаж на 31.12.2015 г. составляла -313 тыс. руб. За анализируемый период она , также как и валовая прибыль, возросла на 87 тыс. руб., и на 31.12.2017 г. прибыль от продаж составила -226 тыс. руб., также как и валовая прибыль, осталась на прежнем уровне.

Как видно из таблицы, чистая прибыль за анализируемый период сократилась на -14 тыс. руб., и на конец 31.12.2017 г. она установилась на уровне 29 тыс. руб. (темп падения чистой прибыли составил -32,56%).

Таким образом, у предприятия есть угроза снижения уровня экономической безопасности.

2.2. Оценка критериев экономической безопасности предприятия

Проведем оценку критериев экономической безопасности предприятия. Определим финансово-экономические критерии экономической безопасности предприятия. Расчет показателей для оценки уровня экономической безопасности произведен на основании данных годовой бухгалтерской отчетности. Структура агрегированного баланса представлена в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Агрегированный баланс предприятия

Показатели	2015	2016	2017	Абсолютное отклонение тыс. р.		Темпы роста (%)	
				2016 к 2015	2017 к 2015	2016 к 2015	2017 к 2015
Внеоборотные активы	10146	10140	12379	-6	2233	-0,06	22,01
Оборотные активы	23387	25038	22199	1651	-1188	7,06	-5,08
Запасы и затраты	12998	10722	10968	-2276	-2030	-17,51	-15,62
Краткосрочная дебиторская	7350	14065	11098	6715	3748	91,36	50,99

задолженность							
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	3006	218	109	-2788	-2897	-92,75	-96,37
Прочие оборотные активы.	33	33	24	-	-9	-	-27,27
Собственный капитал	23843	24089	24118	246	275	1,03	1,15
Краткосрочные пассивы	9690	11089	10460	1399	770	14,44	7,95
Займы и кредиты	8947	8947	8947	-	-	-	-
Кредиторская задолженность	743	2142	1513	1399	770	188,29	103,63
Баланс	33533	35178	34578	1645	1045	4,91	3,12

Анализируя актив баланса видно, что общая величина активов предприятия в отчетном периоде, по сравнению с базовым незначительно увеличилась. По сравнению с концом (31.12.2015 г.) активы и валюта баланса выросли на 3,12%, что в абсолютном выражении составило 1 045 тыс. руб. Таким образом, в отчетном периоде актив баланса и валюта баланса находятся на уровне 34 578 тыс. руб. В более значительной степени это произошло за счет увеличения статьи «Дебиторская задолженность». За прошедший период рост этой статьи составил 3 748 тыс. руб. (в процентном соотношении 0%) и уже на конец анализируемого периода значение статьи «Дебиторская задолженность» достигло 11 098 тыс. руб.

В общей структуре активов внеоборотные активы, величина которых на 31.12.2015 г. составляла 10 146 тыс. руб., возросли на 2 233 тыс. руб. (темп прироста составил 22,01%), и на 31.12.2017 г. их величина составила 12 379 тыс. руб. (36% от общей структуры имущества). Величина оборотных

активов, составлявшая на 31.12.2015 г. 23 387 тыс. руб. напротив снизилась на 1 188 тыс. руб. (темп уменьшения оборотных активов составил -5,08%), и на 31.12.2017 г. их величина составила 22 199 тыс. руб. (64% от общей структуры имущества).

Как видно из таблицы, на конец отчетного периода наибольший удельный вес в структуре совокупных активов приходится на оборотные активы (64,2%), что говорит о достаточно мобильной структуре активов, способствующей ускорению оборачиваемости средств предприятия. К тому же наблюдается положительная тенденция к росту оборотных активов.

В структуре внеоборотных активов наибольшее изменение было вызвано увеличением на 2 233 тыс. руб., по сравнению с базовым периодом, статьи «Основные средства».

В структуре оборотных активов наибольшее изменение было вызвано уменьшением на 2 897 тыс. руб. , по сравнению с базовым периодом, статьи «Денежные средства».

Размер дебиторской задолженности за анализируемый период увеличился на 3 748 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 ООО «Трансавтокомплект» следует отметить, что предприятие на 31.12.2017 г. имеет активное сальдо (дебиторская задолженность больше кредиторской), представляя таким образом своим клиентам бесплатный кредит.

В целом динамику изменения актива баланса можно назвать положительной, но следует обратить внимание на следующие моменты: увеличение краткосрочной дебиторской задолженности

В части пассивов, увеличение валюты баланса в наибольшей степени произошло, в основном, за счет роста статьи «Кредиторская задолженность». За прошедший период рост этой статьи составил 770 тыс. руб. (в процентном соотношении ее рост составил 103,63%). Таким образом, на конец анализируемого периода значение статьи «Кредиторская задолженность» установилось на уровне 1 513 тыс. руб.

Рассматривая изменение собственного капитала ООО «Трансавтокомплект» отметим, что его значение за анализируемый период незначительно увеличилось. На 31.12.2017 г. величина собственного капитала предприятия составила 24 118 тыс. руб. (69,75% от общей величины пассивов).

Доля заемных средств в совокупных источниках формирования активов за анализируемый период незначительно увеличилась. На 31.12.2017 г. совокупная величина заемных средств предприятия составила 10 460 тыс. руб. (30,25% от общей величины пассивов). Увеличение заемных средств предприятия ведет к увеличению степени его финансовых рисков и может отрицательно повлиять на его финансовую устойчивость.

Анализируя изменение резервов предприятия и нераспределенной прибыли можно отметить, что за анализируемый период их общая величина возросла на 275 тыс. руб. и составила 23 618 тыс. руб. Изменение нераспределенной прибыли составило 275 тыс. руб. Это в целом можно назвать положительной тенденцией так как увеличение резервов, фондов и нераспределенной прибыли может говорить о эффективной работе предприятия.

В общей структуре пассивов величина собственного капитала, составлявшая на 31.12.2015 г. 23 843 тыс. руб., выросла на 275 тыс. руб. (темп прироста составил 1,15%), и на 31.12.2017 г. его величина составила 24 118 тыс. руб. (69,75 % от общей структуры имущества). В наибольшей

степени это изменение произошло за счет роста статьи «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» - на 275 тыс. руб.

На 31.12.2017 г. в общей структуре задолженности краткосрочные пассивы превышают долгосрочные на 10 460 тыс. руб. что при существующем размере собственного капитала и резервов может и не повлиять на финансовую устойчивость предприятия, однако для улучшения структуры пассивов предпочтительно превышение долгосрочной задолженности над краткосрочной).

Долгосрочная кредиторская задолженность, величина которой на 31.12.2015 г. составляла 0 тыс. руб., осталась на прежнем уровне. Величина краткосрочной кредиторской задолженности, которая на 31.12.2015 г. составляла 9 690 тыс. руб. напротив возросла на 770 тыс. руб. (темп прироста составил 7,95%), и на 31.12.2017 г. ее величина составила 10 460 тыс. руб.

Наибольший удельный вес в структуре краткосрочной кредиторской задолженности на 31.12.2017 г. составляет статья «Заемные средства». На конец анализируемого периода величина задолженности по данной статье составляет 8 947 тыс. руб. (доля в общей величине краткосрочной дебиторской задолженности 85%). За анализируемый период величина задолженности по данной статье осталась на прежнем уровне и составила 0 тыс. руб.

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

Динамика показателей рентабельности за 31.12.2015 г. - 31.12.2016 г. представлены в таблице 2.5.

Таблица 2.5 - Динамика показателей рентабельности

Показатели	2015	2016	2017	Абсолютное отклонение тыс. р.		Темпы роста (%)	
				2016 к 2015	2017 к 2015	2016 к 2015	2017 к 2015
Общая рентабельность, %	0,10	0,40	0,11	0,3	0,1	300	10
Рентабельность продаж, %	-0,41	1,74	-0,37	2,15	0,04	522,95	9,05
Рентабельность собственного капитала, %	0,18	1,03	0,12	0,85	-0,06	471,47	-32,94
Рентабельность акционерного капитала, %	8,60	49,40	5,80	40,80	-2,80	474,42	-32,56
Рентабельность оборотных активов, %	0,18	0,99	0,13	0,80	-0,05	436,54	-28,95
Общая рентабельность производственных фондов, %	0,40	2,04	0,33	1,64	-0,07	406,16	-17,76
Рентабельность всех активов, %	0,13	0,70	0,08	0,57	-0,04	447,56	-34,60

Рассматривая показатели рентабельности, прежде всего следует отметить, что и на начало, и на конец анализируемого периода частное от деления прибыли до налогообложения и выручки от реализации (показатель общей рентабельности) находится у ООО «Трансавтокомплект» ниже среднеотраслевого значения, установившегося на уровне 10%. На начало периода показатель общей рентабельности на предприятии составлял 0,1%, а на конец периода 0,11 % (изменение в абсолютном выражении за период - (0%). Это следует рассматривать как отрицательный момент и искать пути повышения эффективности деятельности организации.

Как видно из таблицы, за анализируемый период значения большинства показателей рентабельности либо уменьшились, либо остались на прежнем уровне, что следует скорее рассматривать как негативную тенденцию.

Анализ изменения показателей финансовой устойчивости в абсолютном выражении за весь рассматриваемый период представлен в таблице 2.6.

Таблица 2.6 - Анализ изменения показателей финансовой устойчивости в абсолютном выражении

Показатели	2015	2016	2017
Источники собственных средств	23 843	24 089	24 118
Внеоборотные активы	10 146	10 140	12 379
Источники собственных оборотных средств для формирования запасов и затрат	13 697	13 949	11 739
Источники собственных средств, скорректированные на величину долгосрочных заемных средств	13 697	13 949	11 739
Краткосрочные кредитные и заемные средства	8 947	8 947	8 947
Общая величина источников средств с учетом долгосрочных и краткосрочных заемных средств	22 644	22 896	20 686
Величина запасов и затрат, обращающихся в активе баланса	12 998	10 722	10 968
Излишек источников собственных оборотных средств	699	3 227	771
Излишек источников собственных средств и	699	3 227	771

долгосрочных заемных источников			
Излишек общей величины всех источников для формирования запасов и затрат	9 646	12 174	9 718
1.3-х комплексный показатель (S) финансовой ситуации	1	1	1
2.	1	1	1
3.	1	1	1
Финансовая устойчивость предприятия	Абсолютная финансовая устойчивость	Абсолютная финансовая устойчивость	Абсолютная финансовая устойчивость

Анализ изменения показателей финансовой устойчивости в относительном выражении за весь рассматриваемый период представлен в таблице 2.7.

Таблица 2.7 - Анализ изменения показателей финансовой устойчивости в относительном выражении

Показатели	2015	2016	2017	Абсолютное отклонение тыс. р.		Темпы роста (%)	
				2016 к 2015	2017 к 2015	2016 к 2015	2017 к 2015
Коэффициент автономии	0,71	0,68	0,70	-0,03	-0,01	-3,69	-1,90
Коэффициент отношения заемных и собственных средств (финансовый рычаг)	0,41	0,46	0,43	0,05	0,02	12,19	4,87
Коэффициент соотношения мобильных и	2,31	2,47	1,79	0,16	-0,51	7,12	-22,20

иммобилизованных средств.							
Коэффициент отношения собственных и заемных средств	2,46	2,17	2,31	-0,29	-0,15	-11,71	-6,29
Коэффициент маневренности	0,57	0,58	0,49	0,01	-0,09	0,80	-15,27
Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными средствами	1,05	1,30	1,07	0,25	0,02	23,46	1,57
Коэффициент имущества производственного назначения	0,69	0,59	0,68	-0,10	-0,01	-14,08	-2,17
Коэффициент краткосрочной задолженности	92,33	80,68	85,54	-11,65	-6,80	-12,62	-7,36
Коэффициент кредиторской задолженности	7,67	19,32	14,46	11,65	6,80	151,92	88,64

Проводя анализ типа финансовой устойчивости предприятия по абсолютным показателям, основываясь на трехкомплексном показателе финансовой устойчивости, в динамике заметна стагнация финансовой устойчивости предприятия. Как видно из таблицы и на 31.12.2015 , и на 31.12.2017 финансовую устойчивость ООО «Трансавтокомплект» по 3-х комплексному показателю можно охарактеризовать как «Абсолютная финансовая устойчивость», так как на начало анализируемого периода у предприятия достаточно собственных средств для формирования запасов и затрат., а на конец периода у предприятия достаточно собственных средств для формирования запасов и затрат.

Анализ финансовой устойчивости по относительным показателям, представленный в таблице 2.7, говорит о том, что, по представленным в

таблице показателям, по сравнению с базовым периодом (31.12.2015 г.) ситуация на ООО «Трансавтокомплект» в целом ухудшилась.

Коэффициент автономии, за анализируемый период снизился на -0,01 и на 31.12.2017 г. составил 0,7. Это выше нормативного значения (0,5) при котором заемный капитал может быть компенсирован собственностью предприятия.

Коэффициент отношения заемных и собственных средств (финансовый рычаг), за анализируемый период увеличился на 0,03 и на 31.12.2017 г. составил 0,43. Чем больше этот коэффициент превышает 1, тем больше зависимость предприятия от заемных средств.

Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств, за анализируемый период снизился на -0,51 и на 31.12.2017 г. составил 1,79. Коэффициент определяется как отношение мобильных средств (итог по второму разделу) и долгосрочной дебиторской задолженности к иммобилизованным средствам (внеоборотные 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 -0,09 и на 31.12.2017 г. составил 0,49. Это ниже нормативного значения (0,5). Коэффициент маневренности характеризует, какая доля источников собственных средств находится в мобильной форме. Нормативное значение показателя зависит от характера деятельности предприятия: в фондоемких производствах его нормальный уровень должен быть ниже, чем в материалоемких. На конец анализируемого периода ООО «Трансавтокомплект» обладает легкой структурой активов. Доля основных средств в валюте баланса менее 40 %. Таким образом, предприятие нельзя причислить к фондоемким производствам.

Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными средствами, за анализируемый период увеличился на 0,02 и на 31.12.2017 г. составил 1,07. Это выше нормативного значения (0,6-0,8). Коэффициент равен отношению разности между суммой источников собственных оборотных средств, долгосрочных кредитов и займов и внеоборотных активов к величине запасов и затрат. Далее проанализируем динамику коэффициентов ликвидности предприятия (таблица 2.8).

Таблица 2.8 - Динамика коэффициентов ликвидности предприятия

Показатели	2015	2016	2017	Абсолютное отклонение тыс. р.		Темпы роста (%)	
				2016 к 2015	2017 к 2015	2016 к 2015	2017 к 2015
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,31	0,02	0,01	-0,29	-0,3	-93,54	-96,77
Коэффициент промежуточной (быстрой) ликвидности	1,07	1,29	1,07	0,22	-	20,52	0,25
Коэффициент текущей ликвидности	2,41	2,26	2,12	-0,15	-0,29	-6,22	-12
Коэффициент покрытия оборотных средств собственными источниками формирования	0,59	0,56	0,53	-0,03	-0,06	-4,88	-9,71
Коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности	-	1,11	1,04	-	-	-	-

На начало анализируемого периода - на 31.12.2015 г. значение показателя абсолютной ликвидности составило 0,31. На 31.12.2017 г. значение показателя снизилось, что можно рассматривать как отрицательную тенденцию и составило 0,01. На конец анализируемого периода показатель находится ниже нормативного значения (0,2), что говорит о том, что значение коэффициента достаточно низкое и предприятие не в полной мере обеспечено средствами для своевременного погашения наиболее срочных обязательств за счет наиболее ликвидных активов.

Коэффициент промежуточной (быстрой) ликвидности показывает, какая часть краткосрочной задолженности может быть погашена за счет наиболее ликвидных и быстро реализуемых активов. Нормативное значение показателя - 0,6-0,8, означающее, что текущие обязательства должны покрываться на 60-80% за счет быстрореализуемых активов. На начало анализируемого периода (на 31.12.2015 г.), значение показателя быстрой (промежуточной) ликвидности составило 1,07. На 31.12.2017 г. значение показателя возросло, что можно рассматривать как положительную тенденцию и составило 1,07.

Коэффициент текущей ликвидности и на начало и на конец анализируемого периода (31.12.2015 г. - 31.12.2017 г.) находится выше нормативного значения 2, что говорит о том, что предприятие в полной мере обеспечено собственными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств.

Показатель утраты платежеспособности говорит о том, сможет ли в ближайшие шесть месяцев предприятие утратить свою платежеспособность при существующей динамике изменения показателя текущей ликвидности. На конец периода значение показателя установилось на уровне 0, что говорит о том, что предприятие может утратить свою платежеспособность, так как показатель меньше единицы.

Оценим, имеет ли предприятие в настоящее время прямую угрозу экономической безопасности, для этого проанализируем вероятность банкротства предприятия, а именно рассчитаем вероятность банкротства используя методику Альтмана, Таффлера и Лиса. Данные расчетов сведем в таблицу 2.9.

Таблица 2.9 - Оценка вероятности банкротства по трем методикам

Наименование показателя	2015 г.	2016 г.	2017 г.
5 - и факторная модель Альтмана (Z-счет)			
Значение коэффициента	3,72	3,99	3,10
Вероятность банкротства	вероятность банкротства ничтожна	вероятность банкротства ничтожна	вероятность банкротства ничтожна
Z-счет Таффлера			
Значение коэффициента	0,73	0,75	0,61
Вероятность банкротства	вероятность банкротства мала	вероятность банкротства мала	вероятность банкротства мала
Z-счет Лиса			
Значение коэффициента	0,05	0,05	0,04
	положение предприятия устойчиво	положение предприятия устойчиво	положение предприятия устойчиво

То есть можно сделать вывод, что вероятность банкротства мала.

Далее определим производственные критерии экономической безопасности предприятия.

Далее оценим основные показатели состояния основных фондов предприятия, как основной составляющей производственной безопасности предприятия.

Таблица 2.10 - Динамика основных показателей состояния основных фондов за 2015-2017 гг.

Наименование	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Абс. откл.,+,-	
				2016 г. к 2015 г.	2017 г. к 2016 г.
Коэффициент износа, %	29,5	29,8	31,3	0,3	1,5
Коэффициент выбытия основных фондов	0,016	0,017	0,017	0,001	-
Коэффициент обновления основных фондов	0,064	0,136	0,136	0,072	-
Фондоотдача	3,11	3,5	3,55	0,39	0,44

Можно сделать вывод, что коэффициент износа за анализируемый период увеличился на 6,1 %, что говорит о необходимости модернизации оборудования предприятия. Вместе с тем растет коэффициент обновления производственных фондов, что положительно характеризует работу предприятия. Увеличение коэффициента выбытия связано с тем, что ООО «Трансавтокомплект» активно проводит политику продажи автотранспорта не дожидаясь его полного износа. В целом, коэффициент выбытия за 2017 год стабилизировался и составил 0,017.

В перспективе показатели состояния основных фондов в ООО «Трансавтокомплект» будут улучшаться, так как капитальные вложения это долгосрочные вложения в основные фонды, которые приносят эффект в долгосрочном периоде.

Успех на рынке в продаже того или иного товара зависит не столько от производственных и финансовых возможностей фирм, сколько от планирования сбытовой деятельности предприятия.

Планирование сбытовой деятельности предприятия состоит в том, чтобы доводить товары до потребителя в том месте, в том количестве и такого качества, которые требуются.

При планировании сбытовой деятельности достижение целей производства происходит через оценку и удовлетворения требований потребителя.

Наибольшим спросом у населения пользуются аккумуляторы для автомобилей.

На рисунке 2.1 изображен **график сбыта в среднем аккумуляторов различных марок** за 2018 год по месяцам. Он недостаточно информативен, так как дает представление лишь о динамике фактического сбыта и совершенно не показывает, как влияли на нее различные факторы, в первую очередь такой, как наличие товара на складе.

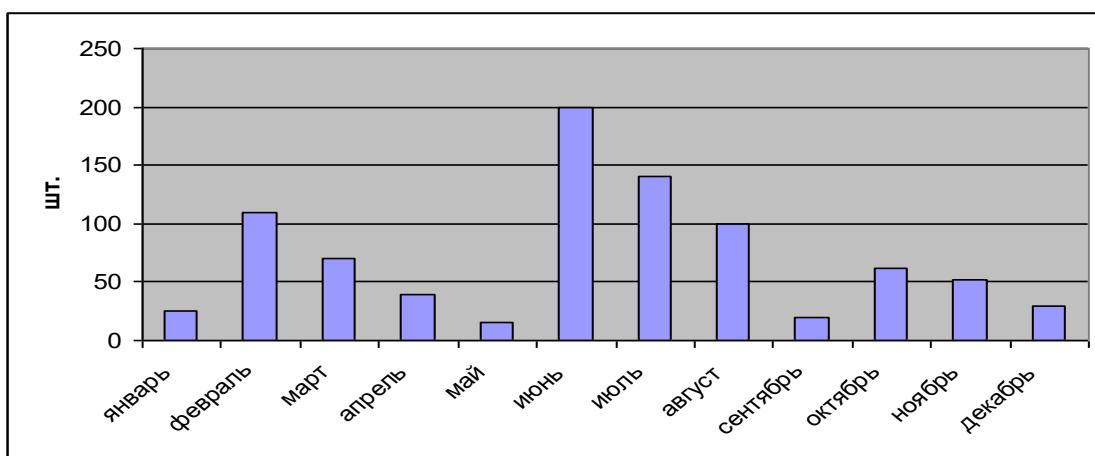


Рисунок 2.1 - Динамика сбыта аккумуляторов по месяцам в 2018 г.

Можно сделать вывод, что в летний период резкое повышение сбыта продукции предприятия (аккумуляторов), спад наблюдается в осенне-зимний период

Для его учета удобно использовать график на рисунке 2.2.

Здесь изображены две серии данных: по сбыту (тонкая, нижняя синяя) и по наличию товара (верхняя, красная). В качестве единицы времени взят уже не месяц, а день. График приобретает достаточно большую информативность. По нему, например, сразу видно, что провал в сбыте в апреле-мае обусловлен не падением спроса, а отсутствием товара, а вот с сентября товар действительно стал плохо продаваться. Кроме того, график позволяет выявить нехарактерные, случайные, «всплески» продаж (например, 13 февраля).

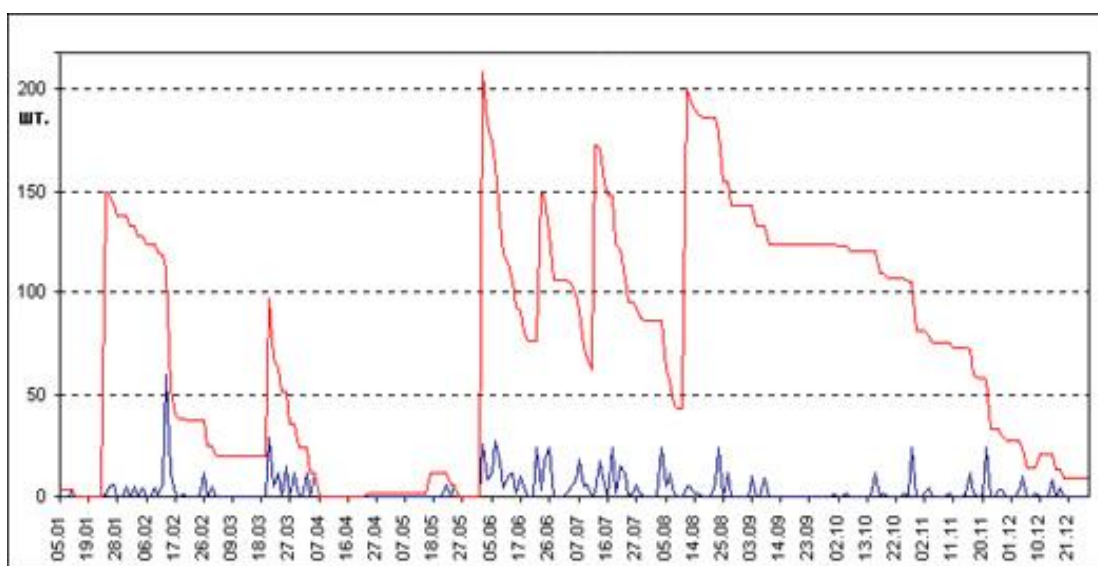


Рисунок 2.2 - Динамика товародвижения: наличие и сбыт товара по дням

Хочется отметить, что **торговля автозапчастями** и комплектация автосервиса необходимыми автозапчастями, аксессуарами и автохимией в настоящее время ООО «Трансавтокомплект» является выгодным бизнесом. Более 90% компаний, работающих в данном секторе, считают собственную рентабельность достаточной, чтобы оставаться в этом бизнесе. Однако, в настоящее время на рынке автозапчастей наблюдается процесс специализации и укрупнения компаний, тенденция к поглощению крупными игроками более мелких конкурентов. Данный процесс связан с тем, что не многие компании могут себе позволить держать излишние оборотные средства «замороженными» на складах в необходимом ассортименте за-

пасных частей и автотоваров. Вероятно, именно эти тенденции во многом будут характеризовать динамику российского рынка автомобильных запчастей в ближайшем будущем, и их необходимо принимать в расчет как действующим игрокам рынка, так и инвесторам в данный сектор автомобильной отрасли.

В рамках практического маркетинга роль сбытового подразделения предприятия в настоящее время особенно велика. Отныне надо не просто искать новых потребителей, но и ни в коем случае не оттолкнуть уже имеющихся. А это порой не просто сделать в условиях неритмичных процессов в экономике.

Приступая к разработке стратегии сбыта необходимо уяснить задачи, стоящие перед службой в рамках общей концепции маркетинга фирмы и увязать ее с программой стимулирования сбыта.

Система сбыта на предприятии следующая.

В первую очередь, рассматриваются задачи, стоящие непосредственно перед персоналом службы, исходя из того, что главным критерием оценки эффективности ее работы служит показатель степени удовлетворения заказов потребителей, рассчитываемый как отношение числа поступивших заказов на запчасти к числу отпущенных.

Анализ сбытовой политики предприятия показал, что как такового планирования товарооборота на предприятии не присутствует, а лишь имеются некоторые его элементы. Производится закупка товаров лишь тех, которые пользуются спросом на данный момент времени. По предприятию в целом цены ниже, чем у предприятий, реализующих подобные товары. Это достигается за счет экономии средств при налогообложении, а также в соответствии со сбытовой политикой фирмы. Цены на многие товары ниже на 1-2%.

Непосредственно осуществляют процесс продажи товаров продавцы (количество - 6 человек, работа в 2 смены).

Продавцы также осуществляют выкладку товара на витрины. За всеми правилами выкладки также следит заведующий магазинами. Определено, что

наиболее ходовые товары должны быть выложены на витрине не выше 120 см. Выше и ниже выкладываются сопутствующие товары.

Надо отметить, что маркетинговая деятельность в виде комплексной системы отсутствует. Руководство предприятия объясняет это тем, что функции маркетинга отчасти выполняет торговый отдел.

Отдел выполняет следующие функции маркетинга:

- исследование потребительских свойств, закупаемой продукции и сбор информации об удовлетворенности, данной продукцией покупателей;
- рекламная деятельность и деятельность по продвижению;
- выявление системы взаимосвязей между различными факторами, влияющими на состояние рынка и объем продаж;
- расчет емкости рынка для продукции предприятия.
- анализ мотивов определенного отношения потребителей к предлагаемым им товарам;
- анализ сильных и слабых сторон предприятий конкурентов;
- организация рекламы при помощи средств массовой информации; организация и подготовка статей для журналов, газет, радио.

Осуществление продвижения товаров – для этого применяются руководством скидки.

Данные скидки применяются в двух случаях: когда на складе остается некоторое количество товара, который необходимо реализовать, и когда товары закупаются по невысоким ценам.

Рекламные мероприятия. Из рекламных мероприятий наиболее активно используется реклама по местному телевидению: трансляция рекламных роликов, а также «бегущая строка» внизу экрана при трансляции фильмов и телепередач. Обычно реклама проводится на телевидении в промежутке времени с 22 часов до 24 часов.

Ниже в таблице 2.13 приведен анализ сильных и слабых сторон деятельности ООО «Трансавтокомплект».

Ценовая политика. Розничная стоимость товаров (отпускная стоимость)

формируется по формуле: Розничная цена = Закупочная цена + Закупочная цена * Наценка.

Размер наценки колеблется от 5 до 15% в зависимости от вида товаров, а также закупочной цены и цены у предприятий-конкурентов.

В таблице 2.11 представлен SWOT анализ ООО «Трансавтокомплект».

Таблица 2.11 - SWOT анализ ООО «Трансавтокомплект»

Сильные стороны: 1. Хорошая репутация у покупателей. 2. Высокая квалификация персонала. 3. Льготы при налогообложении.	Слабые стороны: 1. Нет ясных направлений развития предприятия. 2. Не уделяется должного внимания комплексу маркетинга. 3. Не применяются пути расширения сбыта автозапчастей.
Возможности: 1. Реализация новых видов товаров, оказание дополнительных услуг 2. Расширение торговой сети 3. Обучение персонала у авторизированных поставщиков	Угрозы: 1. Высокая конкуренция на рынке 2. Замедление роста рынка. 3. Постоянное изменение потребностей и вкуса покупателей в связи с модой и появлением новых продуктов.

Определено, что у предприятия есть льготы при налогообложении его деятельности. Поэтому, чтобы использовать данное конкурентное преимущество в полной мере необходимо расширять торговую сеть посредством открытия новых розничных точек по продаже товаров. В закупочной работе широко используются ресурсы Интернет – электронная почта, а также информация с официальных сайтов поставщиков.

Предприятие активно занимается планированием продаж. Планирование продаж - является важным не только при управлении сбытовыми запасами в процессе реализации продукции, но и в деятельности предприятия. Именно продажи - основной источник финансовых поступлений. План продаж является базой для разработки плана производства и закупок. Получить наибольший эффект невозможно без учета возможностей производства и логистики. Именно поэтому подразделениям реализующими маркетинговые функции необходимо согласованное

взаимодействие с другими процессами предприятия, чтобы все предприятие в целом достигло тех результатов, которые нужны. На рисунке 2.3 отражены основные факторы, влияющие на управление сбытовыми запасами ООО «Трансавтокомплект».



Рисунок 2.3 - Основные факторы, влияющие на управление сбытовыми запасами предприятия

Для того, чтобы эффект был максимальным, план должен быть реалистичными и соответствовать ресурсам предприятия. Качество планирования напрямую зависит от качества необходимой информации и отражается на качестве принимаемых управленческих решений. Ошибки в планировании продаж могут исказить потребность в готовой продукции, что приведет к дефициту ходовых позиций и к созданию излишков по неходовым. Нехватка или затоваривание осложнит задачу логистического подразделения в процессе реализации продукции. При построении системы управления сбытовыми запасами, ориентированной на их минимизацию, необходимо следующее:

- точнее планировать, а для этого использовать новые методы прогнозирования и планирования, повысить уровень квалификации персонала, а также его заинтересованность, расширять свою деятельность;

- построить модель согласования производства и реализации продукции. Это позволит добиваться удовлетворения потребителей готовой продукцией за счет гибкости и согласованности процесса производства и реализации продукции, а не за счет накопленных на складах запасов;

- сократить сроки выполнения заявок, это будет способствовать снижению сбытовых запасов, росту конкурентоспособности, потому что появится возможность оперативного и гибкого реагирования на изменения внешней среды;

- расширить деятельность предприятия (за счет диверсификации) с целью реализации запасов продукции на месте.

В целом, можно сделать вывод, что на предприятии осуществляется эффективная сбытовая политика, и для совершенствования сбытовой политики в настоящее время предприятию необходимо расширять возможности сбыта своей продукции, например за счет строительства собственного автосервиса

Далее оценим основные социальные критерии экономической безопасности предприятия.

Основные показатели по труду и заработной плате представлены в таблице 2.12.

Таблица 2.12 - Динамика основных показателей по труду и заработной плате в ООО «Трансавтокомплект» в 2015–2017 гг.

Показатель	Ед.	2015	2016	2017	Отн. откл., %
------------	-----	------	------	------	---------------

	изм.				2016 к 2015	2017 к 2016
Фонд оплаты труда	тыс. руб.	84598	93735	101890	110,8	108,7
Численность	чел.	779	785	793	100,8	101,0
Средняя зар/плата, руб.	руб.	9050	9801	10000	108,3	107,2
Коэффициент текучести	-	0,05	0,04	0,04	-20	-20
Коэффициент оборота по приему	-	0,13	0,14	0,14	107,6	107,6
Коэффициент оборота по увольнению	-	0,3	0,29	0,29	-3,3	-3,3

Положительным является тот факт, что рост средней заработной платы превышает темп роста инфляции в России. В частности темп роста заработной платы на предприятии в 2015 году составил 1,105, в 2016 году - 1,083 и в 2017 году - 1,072. Коэффициент текучести уменьшился на 20 %, коэффициент оборота по приему вырос на 7,6 %, а коэффициент оборота по увольнению снизился на 3,3 %, что так же говорит о эффективной кадровой политике предприятия. Анализ использования трудовых ресурсов на предприятии и уровня производительности труда необходимо рассматривать в тесной связи с оплатой труда и состоянием социальной атмосферы в коллективе.

С ростом производительности труда создаются реальные предпосылки для повышения уровня его оплаты. При этом средства на оплату труда нужно использовать таким образом, чтобы темпы роста производительности труда обгоняли темпы роста его оплаты. Выбытие кадров в основном происходит по причине увольнения по собственному желанию и в связи с уходом на пенсию. Причиной увольнения по собственному желанию в основном является тяжелый ручной труд и жесткий график работы. В основном

численность работников увеличивается в летний период времени, когда объемы производства возрастают в 2-3 раза.

Далее определим сводный интегральный показатель экономической безопасности предприятия. Расчет интегрального показателя экономической безопасности ООО «Трансавтокомплект» в 2017 году по основным показателям сведем в таблицу 2.13.

Таблица 2.13 - Расчет сводного интегрального показателя экономической безопасности ООО «Трансавтокомплект» в 2017 году

Составляющие потенциала компании	Наименование показателя	Рассчитанное значение показателя	Зона значения показателя
1	2	3	4
Финансовый потенциал	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,01	0,2-0,3
	Коэффициент промежуточного покрытия	1,07	1
	Коэффициент текущей ликвидности	2,12	1,5-2,5
	Коэффициент автономии	0,7	0,4-0,6
	Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными средствами	1,07	0,85
	Коэффициент отношения заемных и собственных средств	2,31	0,3
	Коэффициент маневренности собственных средств	0,49	0,5
	Рентабельность продаж	-0,37	0, 05-0,2
Производственный	Фондоотдача	3,55	0,27-0,3

потенциал	Коэффициент обновления основных средств	0,136	2,3
	Коэффициент выбытия основных средств	0,017	1
Социальный потенциал	Коэффициент текучести	0,04	0,1
	Коэффициент оборота по приему	0,14	0,2
	Коэффициент оборота по увольнению	0,29	0,5

Исходя из рассчитанных значений показателей и весовых коэффициентов, произведем расчет значений для каждой составляющей потенциала предприятия:

Финансовый потенциал:

$$0,3*0,01+1*1,07+2,5*2,12+0,6*0,7+0,85*1,07+0,3*2,31+0,5*0,49-0,2*0,37=0,003+1,07+5,3+0,42+0,9+0,7+0,2-0,074=8,5$$

Производственный потенциал:

$$0,3*3,55+2,3*0,136+1*0,017=1,065+0,3128+0,017=1,39$$

Социальный потенциал:

$$0,1*0,04+0,2*0,14+0,5*0,29 =0,04+0,028+0,145=0,213$$

Общая оценка уровня экономической безопасности предприятия является допустимой. Учитывая, что практически все основные индикаторы экономической безопасности предприятия находятся в пределах пороговых значений. Однако, стоит отметить на недостаточно высокий уровень производственного потенциала, что связано с недостаточным уровнем

обновления основных средств, и на отрицательную величину рентабельности продаж.

2.3. Анализ 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 нейтрализовывать внешние и внутренние угрозы.

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 торго-

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 ООО «Трансавтокомплект».

Можно выделить четыре основных фактора, которые влияют на деятельность организации в рамках макросреды (см. рисунок 2.4):

- 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. ООО «Трансавтокомплект» 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.

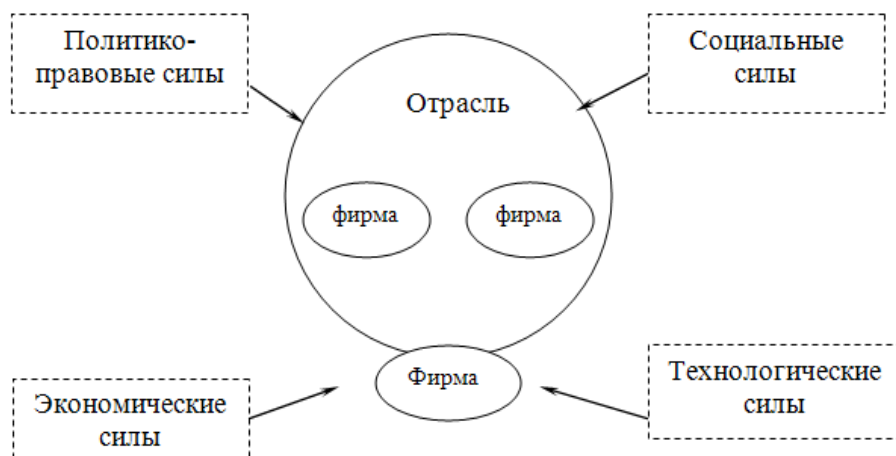


Рисунок 2.4 - СТЭП - анализ

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. ООО «Трансавтокомплект» 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 2.5).

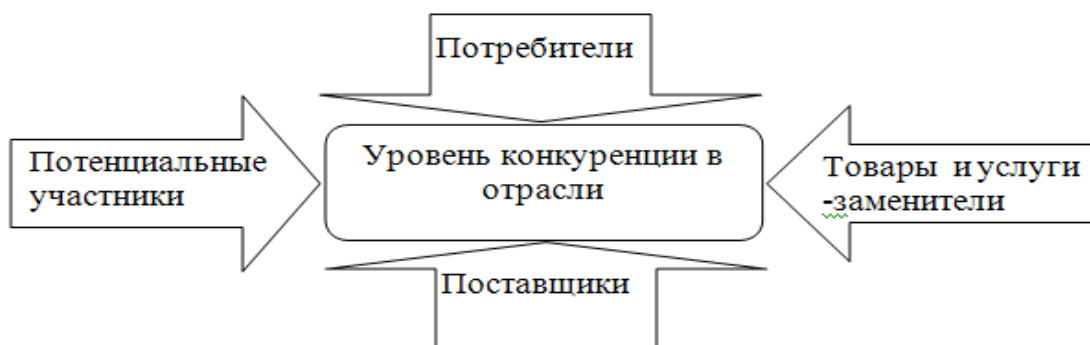


Рисунок 2.5 - Анализ пяти конкурентных сил

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

В то же время автомагазин предоставляет и сопутствующие товары.

Гарантия распространяется на все детали, приобретённые в ООО «Трансавтокомплект»:

- при установке на сертифицированном СТО;
- при соблюдении правил эксплуатации автомобиля.

ООО «Трансавтокомплект» предлагает дисконтную программу для розничного покупателя:

- при разовой покупке товара на сумму от 500 рублей вы становитесь обладателем дисконтной карты;
- далее работает накопительная система;
- предоставляются сезонные скидки в период акций и распродаж.

Использование дисконтной карты возможно в остальных подразделениях ООО «Трансавтокомплект».

- запасные части для автомобилей.
- автомасла, автохимия, автокосметика.
- продажа, действует спецпредложение для оптовиков и СТО.

3. Рыночная власть поставщиков.

Поставщики – это торговые посредники зарубежных автозаводов и отечественные автозаводы, обеспечивающие продукцией. За годы работы у компании сложились прочные связи с зарубежными производителями автозапчастей. 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.

Основная целевая аудитория предприятия: владельцы автомобилей 20-50 лет. Мы ориентируемся на клиентов, заключающих договора на комплексное обслуживание. Их отношение к нашей организации на данный момент положительное (что можно подтвердить ростом заказов), но данный авторитет очень легко подорвать. Например, несвоевременная поставка продукции, появление брака в продукции, несоответствие конечного результата ожидаемому – все это и много другое значительно влияет на репутацию фирмы. А предотвратить подобное может только сама фирма, поэтому ООО «Трансавтокомплект» 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. Основными, более яркими конкурентами фирмы являются:

ООО «Автор»- розничное подразделение компании Аванта. Главный конкурент ООО «Трансавтокомплект». Занимается продажей запасных частей для автомобилей европейского, японского, корейского и американского производства.

Компания «Автополка» представляет собой сеть из шести магазинов, расположенных в разных частях города и объединенных информационной базой. Сеть магазинов является лидером на рынке запчастей для автомобилей иностранного производства в регионе, как по количеству торговых точек, так и по представленному ассортименту. В магазинах сети всегда в наличии автозапчасти высокого качества по оптимальной цене, единой для всех магазинов.

Компания 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.

Автомгазины «Автосфера». Преимуществом данного конкурента является широкий ассортимент предлагаемых запчастей для японских и корейских легковых и грузовых автомобилей Toyota (Тойота), Nissan (Ниссан), Mazda (Мазда), Daewoo (Дэу), Honda (Хонда) и т. д. В то же время цена товара аналогична цене магазина «Альпина».

ООО «Лидер Авто» имеет широкий ассортимент продукции, бесплатный комплекс сопутствующих услуг, в то же время цены на продукцию превышают цены ООО «Трансавтокомплект».

Построим многоугольник конкурентоспособности предприятия. Для этого используем данные, представленные в таблице 2.14.

Таблица 2.14 - Данные для построения многоугольника

конкурентоспособности

Показатель	Ассортимент	Цена	Гарантийное обслуживание	График работы	Акции	Дополнительные автоуслуги
ООО «Трансавтокомплект»	4	5	4	4	4	2
ООО «Автор»	3	5	4	3	3	6
ООО «Автополка»	5	4	4	6	6	5
ООО «Автосфера»	7	8	6	7	8	4

На рисунке 2.6 при помощи многоугольника конкурентоспособности наглядно продемонстрировано положение исследуемого предприятия в сравнении с конкурентами по основным критериям конкурентоспособности.

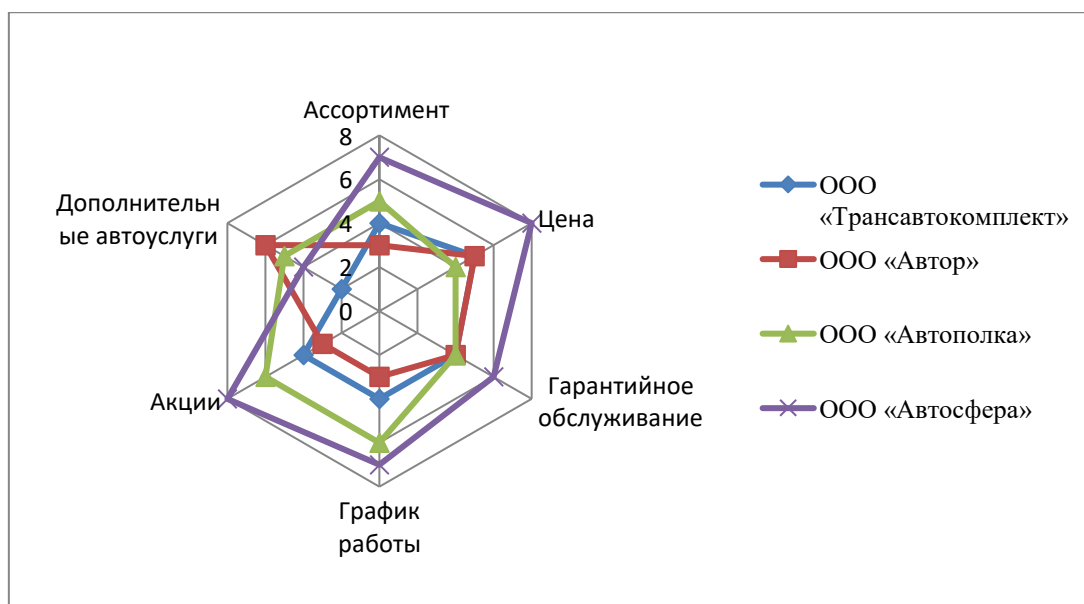


Рисунок 2.6 - Многоугольник конкурентоспособности

Рисунок наглядно демонстрирует довольно невысокий уровень конкурентоспособности ООО «Трансавтокомплект», имеющий место в настоящее время. 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 покупателей, внедрять спектр дополнительных услуг.

ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

3.1. Характеристики процесса повышения конкурентоспособности, как фактора укрепления экономической безопасности

ООО «Трансавтокомплект»

Как было отмечено выше, конкурентоспособность предприятия тесно взаимосвязано с его экономической безопасностью. Если предприятие экономически безопасно, то оно имеет преимущество перед другими предприятиями того же профиля в привлечении инвестиций, в получении кредитов, в выборе поставщиков и в подборе квалифицированных кадров. Наконец, оно не вступает в конфликт с государством и обществом, так как выплачивает своевременно налоги в бюджет, взносы в социальные фонды, заработную плату – рабочим и служащим, дивиденды – акционерам, а банкам гарантирует возврат кредитов и уплату процентов по ним.

Чем выше безопасность предприятия, тем более оно независимо от неожиданного изменения рыночной конъюнктуры и, следовательно, тем меньше риск оказаться на краю банкротства.

Экономическая безопасность – это конкурентоспособное состояние предприятия, свидетельствующее о стабильном превышении доходов над расходами, свободном маневрировании денежными средствами предприятия

и эффективном их использовании, бесперебойном процессе производства и реализации продукции.

Экономическое положения 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.

Внешние и внутренние факторы экономического положения предприятия представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 - Внешние и внутренние факторы экономического положения предприятия

Внешние факторы	Внутренние факторы
влияние экономических условий хозяйствования	отраслевая принадлежность организации
преобладающую в обществе технику и технологию	структура выпускаемой продукции, её доля в общем платежеспособном спросе
платежеспособный спрос и уровень доходов потребителей	размер оплаченного уставного капитала
налоговую кредитную политику правительства	величина издержек, их динамика по сравнению с денежными доходами
законодательные акты по контролю за деятельностью организации	состояние имущества и экономических ресурсов, включая запасы и резервы, их состав и структуру
внешнеэкономические связи	-
систему ценностей в обществе и др.	-

Влиять на внешние факторы хозяйствующий субъект не в состоянии, он лишь может адаптироваться к их влиянию, внутренние же факторы полностью подконтрольны хозяйствующему субъекту.

Значение экономической безопасности отдельных хозяйствующих субъектов для экономики и общества в целом складывается из его значения для каждого отдельного элемента этой системы:

– для государства в лице налоговых и других органов аналогичного назначения - своевременная и полная уплата предприятием всех налогов и сборов в бюджеты различных уровней. От этого зависит исполнение доходной части бюджета. В противном случае вследствие сокращения расходной части бюджета государство и местные органы власти не смогут в полной мере реализовать свои функции и выполнять обязательства, что в конечном счете может привести к разным негативным последствиям на государственном и региональном уровнях;

– для внебюджетных фондов, образованных под эгидой государства – своевременное и полное погашение задолженности по отчислениям в данные фонды. Невыполнение предприятиями своих обязательств (эти фонды образуются в основном за счет средств предприятий) влечет за собой нарушения в их работе, в частности в области выплат пенсий, пособий по уходу за детьми, пособий по безработице и т. д.;

– для работников предприятия и прочих заинтересованных лиц - своевременная выплата заработной платы, обеспечение дополнительных рабочих мест. Безопасное экономическое положение является для работников предприятия гарантией своевременной выплаты заработной платы. Кроме того, увеличение доходов предприятия приводит к увеличению фондов потребления, а значит, и к улучшению материального благополучия работников данного предприятия. Также стабильное функционирование предприятия, его развитие обеспечивают создание дополнительных рабочих мест, что очень важно в условиях роста безработицы;

– для покупателей, заказчиков продукции, работ, услуг - стабильное функционирование, выполнение договорных условий. Невыполнение предприятиями своих обязательств может явиться причиной не только

производственного, но и экономического кризиса у покупателей и заказчиков с известными последствиями;

– для поставщиков и подрядчиков - своевременное и полное выполнение обязательств. Для них эти моменты чрезвычайно важны, так как их доход от основной деятельности формируется из поступлений со стороны покупателей и заказчиков. Изъятие экономических ресурсов из оборота из-за несвоевременности расчетов ослабляет их экономическое состояние, заставляет для обеспечения нормального функционирования привлекать дополнительные заемные средства, что связано с дополнительными расходами. Если же предприятие из-за плохого экономического состояния не может расплатиться с поставщиками и подрядчиками, это может привести к банкротству последних;

– для обслуживающих коммерческих банков - своевременное и полное выполнение обязательств согласно условиям кредитного договора. Невыполнение условий кредитного договора, неплатежи по выданным ссудам могут привести к сбоям в функционировании банков. Банкротство хотя бы одного банка из-за вытекающей отсюда неплатежеспособности многих его клиентов влечет за собой цепную реакцию неплатежей и банкротств;

– для собственников предприятия - доходность, величина прибыли, направляемая на выплату дивидендов. Для владельцев предприятия значение экономической безопасности проявляется как фактор, определяющий его прибыльность и стабильность в будущем. Кроме того, прибыльность, безопасность экономического положения предприятия влияют на курсовую стоимость его акций.

– для инвесторов – выгодность и степень риска вложений в предприятие. Чем безопаснее в экономическом отношении предприятие, тем менее рискованны и более выгодны инвестиции в него.

Выше сказанное позволяет сделать вывод, что экономическая безопасность предприятия играет чрезвычайно важную роль в обеспечении безопасного развития, как отдельных предприятий, так и общество в целом.

Для постоянного стабильного развития ООО «Трансавтокомплект», обеспечения его экономической безопасности необходимо оценивать конкурентоспособность предприятия.

Понятие конкурентоспособность предприятия очень многогранно и распространяется на все составляющие деятельности предприятия, такие как товар и его основные характеристики, а также организационные, финансовые и производственные характеристики самого предприятия.

Конкурентоспособность предприятия напрямую зависит от конкурентоспособности товара. Конкурентоспособность предприятия – это способность осуществлять прибыльную хозяйственную деятельность в условиях жесткой конкуренции.

Так же конкурентоспособность ООО «Трансавтокомплект» предполагает его способность осуществлять эффективный экономический контакт с потребителями, поставщиками и конкурентами.

Конкурентоспособность ООО «Трансавтокомплект» можно охарактеризовать как его потенциальное качество, которое включает:

1. Способность предприятия получать реальную оценку ожиданий целевой группы потребителей, а также прослеживать тенденции потребительского поведения. Другими словами, предприятие должно быть способно своевременно, объективно и точно оценивать потребительский спрос, как в настоящее время, так и прогнозировать его динамику на будущее. Такая оценка возможна только на базе научной модели целевой потребительской группы, учитывающей её экономические, социально-культурные и психологические факторы, разработанной методами современной социологии и маркетинга.

2. Способность организовывать производство, результаты которого будут соответствовать ожиданиям целевой группы потребителей как

наиболее полезного товара по отношению цена – качество. Говоря о результатах, имеются ввиду не только потребительские качества выпускаемого товара, но и его маркетинговые качества (цена, гарантии, послепродажное обслуживание и т.д.).

3.Способность проводить эффективную маркетинговую политику.

4. Способность изыскивать и создавать условия для снижения затрат на обеспечение факторами производства – капиталом, рабочей силой, сырьем и материалами, энергией на единицу продаваемой продукции.

5. Способность к созданию и удержанию технологического лидерства над другими членами отраслевого сообщества, что требует своевременного обновления применяемых технологий. Это может относиться к производству, сбыту, управлению.

6. Способность планировать, организовывать и проводить эффективную стратегию в сферах производства и маркетинга на основе инноваций.

7. Создание и развитие высокого кадрового потенциала, как на исполнительском, так и на управленческом уровнях. Качество исполнительского персонала проявляется в его способности эффективно использовать существующие на предприятии производственные технологии и готовности к освоению более перспективных технологий. Качество специалистов проявляется в их способности ставить и решать функциональные задачи, увязывая их со стратегическими целями предприятия, способные обеспечить ему ключевые компетенции в технических, технологических, дизайнерских и др. областях для усиления рыночных позиций предприятия.

Реализация перечисленных качеств на продолжительном временном интервале создаёт предприятию реальные преимущества над конкурентами в виде роста его рыночной стоимости, укрепления его торговых марок, наращивание дополнительной устойчивости по отношению к неблагоприятным воздействиям внешней среды, включая атаки конкурентов.

ООО «Трансавтокомплект», для повышения уровня конкурентоспособности, а следовательно и для укрепления экономической безопасности, необходимо расширять ассортимент, совершенствовать ценовую политику, проводить больше акций для покупателей, внедрять спектр дополнительных услуг. В 2020 году предприятие планирует внедрить в деятельность независимую (производящей обслуживание любой автомобиля любой марки) станцию технического обслуживания для диагностики, ремонта, технического обслуживания легковых автомобилей, на свободной территории предприятия.

В сервисе техническое обслуживание и ремонт автомобилей, продажа запасных частей являются основными видами деятельности и основными источниками дохода. К автосервисным предприятиям относятся те отдельные или корпоративные СТО, которые не имеют дилерского (дистрибьюторского) договора ни с одним из производителей автомобилей, проводят независимую рыночную и маркетинговую политику, обслуживают одну или несколько марок автомобилей, используют при обслуживании и ремонте и продают по своему усмотрению оригинальные или идентичные (лицензионные) запасные части, имеют (или не имеют) свой фирменный стиль.

Автосервис реализует функцию обслуживания и ремонта автомобилей как первичную. Он связан только с потребителями услуг через их потребности и стремление удовлетворить их. Организационные формы, размер предприятия, технологические особенности, выполняемые виды работ формируются производителем услуг в зависимости от реальных условий, рыночного спроса, личных интересов и экономической целесообразности. Автосервисные предприятия могут иметь автосалон, помещения для обслуживания клиентов, производственные мощности для технического обслуживания и ремонта автомобилей, склад запасных частей, магазин.

На станциях технического обслуживания могут создаваться такие производственные подразделения:

- участок предпродажной подготовки автомобилей;
- участок мойки;
- участок диагностики;
- участок смазки;
- участок ремонта топливной аппаратуры;
- участок ремонта электрооборудования;
- агрегатно-механический участок;
- обойный участок;
- шиномонтажный участок;
- кузовной участок;
- малярный участок;
- участок по антикоррозионному покрытию.

Заметим, что участок предпродажной подготовки на свободных станциях не то же самое, что на авторизированных. Это может быть участок по восстановлению автомобилей, бывших в употреблении, полировке кузова, мойке двигателя и агрегатов специальными химическими препаратами и частичной покраске кузова для восстановления его первоначального внешнего вида. На участке предпродажной подготовки автомобиль проверяется и диагностируется, а также восстанавливается для последующей продажи. В настоящее время этот вид услуг широко распространен и на дилерских СТО в связи с реализацией программы trade-in. В развитых странах получили развитие специальные станции предпродажной подготовки автомобилей, которые организованы при больших комиссионных автомагазинах. На таких станциях восстанавливаются не только узлы и агрегаты автомобилей, но и приводится в порядок кузов методом подкраски, полировки.

В рамках независимого автосервиса развиваются универсальные и специализированные станции технического обслуживания. Основным признаком **универсальной СТО** является обслуживание ею нескольких марок автомобилей и оказание разнообразных видов услуг. Универсальные

станции не связаны в своей деятельности с маркой автомобилей, хотя могут представлять определенный бренд.

Техническое обслуживание автомобилей представляет собой комплекс работ, направленных на предупреждение отказов и неисправностей, поддержание автомобилей в исправном состоянии и обеспечение надежной, безопасной и экологичной их эксплуатации. Техническое обслуживание включает следующие виды работ: контрольно-диагностические, крепежные, регулировочные, электротехнические, работы по системе питания, заправочные, смазочные и другие.

По периодичности, перечню и трудоемкости выполнения работы по ТО легковых автомобилей подразделяются на следующие виды: ежедневное техническое обслуживание (ЕО), периодическое техническое обслуживание (ТО), сезонное обслуживание (СО).

ЕО включает заправочные работы и контроль, направленный на каждодневное обеспечение безопасности и поддержание надлежащего внешнего вида автомобиля. большей частью ЕО выполняется владельцем автомобиля перед выездом, в пути или по возвращении на место стоянки.

ТО предусматривает выполнение определенного объема, работ через установленный эксплуатационный пробег автомобиля. В соответствии с нормативами ТО легковых автомобилей по периодичности ЕО один раз в сутки, ТО-1 через 4000 км, ТО-2 через 16000 км пробега.

СО предусматривает выполнение ТО и дополнительных операций по подготовке автомобиля к зимней или летней эксплуатации согласно рекомендациям заводов-изготовителей.

Ремонтом называется комплекс работ по устранению возникших неисправностей и восстановление работоспособности автомобиля в целом или агрегата. Ремонт автомобиля осуществляется по необходимости и включает контрольно-диагностические, разборочно-сварочные, слесарные, механические, сварочные, жестяницкие, окрасочные, электротехнические работы. Для качественного выполнения ТО и ТР СТО оснащается

необходимыми постами, устройствами, приборами, приспособлениями, инструментом и оснасткой, технической документацией .

Основная часть работ по ТО и ТР выполняется на 2 постах производственного корпуса в зоне ТО и ТР автомобилей. Кроме того работы по обслуживанию и ремонту приборов системы питания и электрооборудования выполняются на участке диагностики, сварочные, жестяницкие, кузовные, шиномонтажные, вулканизационные, малярные на специализированных участках. Аккумуляторные работы проводятся на аккумуляторном участке и частично работы по ремонту оборудования .

Производственная часть здания проектируемой станции одноэтажное. Административная часть здания также одноэтажная. В ней размещены клиентская, офисы и магазин по продаже запасных частей и складские помещения. Пост приёмки и выдачи примыкает к административной части здания и имеет вход в клиентскую комнату, что очень удобно для посетителей. Территория изолирована от городского транспорта и пешеходов забором, который окружает её по периметру.

Площадь застройки территории составляет 50% от общей площади станции. На территории помимо основного здания станции находятся очистные сооружения, магазин ООО «Трансавтокомплект». За территорией станции расположена стоянка для автомобилей персонала станции. В целях регулирования движения по станции установлены знаки дорожного движения, а также нанесены необходимые знаки на дорожное покрытие в соответствии с существующими правилами, в том числе горизонтальная и вертикальная разметка.

Внутри помещения станции обеспечена хорошая видимость, в особенности на внутренней дуге поворотов. Растительность, высаженная вдоль дороги на расстоянии от проезжей дороги не менее чем на 25 см. Сводная таблица площадей производственных помещений приведена в таблице 3.2.

Таблица 3.2 - Сводная таблица площадей производственных помещений

Наименование	Кол-во	Площадь, кв. м.	
		Расчетное	Принятое по планировке
Магазин продажи запчастей	1	64,8	65
Участок приёма и выдачи автомобилей	1	57	57
Клиентская	1	144	144
Посты ТО и ТР		180	180
Участок кузовных и арматурных работ	1	405	405
Ремонт узлов систем и агрегатов	1	45	45
Противокоррозионная обработка	1	180	180

При этом общая площадь помещения должна быть не менее 20 м² на одного работающего в наиболее многочисленной смене.

Отметим, что предприятие имеет свободную площадь под станцию технического обслуживания.

Далее определим количество рабочих, необходимых для выполнения работ на станции технического обслуживания.

Расчет технологически необходимых рабочих проведем по формуле:

$$P_T = \frac{T_{\text{СТО}}}{\Phi_T} \quad (3.1)$$

где $T_{\text{СТО}}$ – годовая суммарная трудоемкость работ по ТО и ТР, приемке-выдаче, УМР, противокоррозийной обработке, кузовной, окрасочной и шиномонтажных работ; $T_{\text{СТО}} = 124338$ чел · ч

Φ_T – годовой фонд времени технологически необходимого рабочего;

$$\Phi_T = (D_{\text{р.г}} - D_{\text{п}}) * T_{\text{см}} \text{ ч.}, \quad (3.2)$$

где $D_{\text{р.г}}$ – количество рабочих дней в году; $D_{\text{п}}$ – праздничные дни;

$T_{\text{см}}$ – продолжительность смены;

$$\Phi_T = (350 - 12) * 12 = 4056 \text{ ч}$$

$$P_T = \frac{124338}{4056} = 31 \text{ чел.}$$

Количество штатных рабочих рассчитывают по формуле:

$$P_{\text{ш}} = \frac{T_{\text{СТО}}}{\Phi_{\text{ш}}}, \quad (3.3)$$

где $T_{\text{СТО}}$ – годовая суммарная трудоемкость работ по ТО и ТР, приемке-выдаче, УМР, противокоррозийной обработке, кузовной, окрасочной и шиномонтажных работ; $T_{\text{СТО}} = 124338$ чел · ч

где $\Phi_{\text{ш}}$ – годовой фонд времени штатного рабочего;

$$\Phi_{\text{ш}} = \left(D_{\text{к}} - \left(D_{\text{вых}} + D_{\text{от}} + D_{\text{п}} + D_{\text{уп}} + D_{\text{од}} \right) \right) * t_1 - \left(D_{\text{пп}} + D_{\text{од}} \right) * t_2 \text{ ч.}, \quad (3.4.)$$

$D_{\text{к}}$ -дни календарные =365 дней,

$D_{\text{вых}}$ -количество выходных дней = 104 дня,

$D_{\text{от}}$ - дни отпуска = 36 дней,

$D_{\text{п}}$ -праздничные дни = 12 дней,

$D_{\text{уп}}$ - дни отсутствий по уважительной причине = 4 дня,

$D_{\text{од}}$ -общественный долг=1 день,

$D_{\text{пп}}$ -предпраздничные дни.

$$\Phi_{\text{ш}} = (365 - (104 + 36 + 12 + 4 + 1)) * 8 - (12 + 1) * 1 = 1651$$

$$P_{\text{ш}} = \frac{24765}{1651} = 15 \text{ чел.}$$

Годовой фонд времени штатного рабочего определяет фактическое время, отработанное исполнителем непосредственно на рабочем месте. Фонд времени штатного рабочего $\Phi_{\text{ш}}$ меньше фонда технологического рабочего $\Phi_{\text{т}}$ за счет выходных, праздничных дней, отпусков и невыходов на работу по уважительным причинам.

К вспомогательным рабочим относятся рабочие, осуществляющие обслуживание и ремонт технологического и инженерного оборудования, коммуникаций и другие работы. Численность вспомогательных рабочих устанавливается в процентном отношении от штатной численности

производственных рабочих. Для СТО вспомогательные рабочие составляют 20% от производственных рабочих:

$$P_{\text{вспом}} = 0,2 * P_{\text{ш}} \quad (3.5)$$

$$P_{\text{вспом}} = 0,2 * P_{\text{ш}} = 0,2 * 15 = 3 \text{ чел.}$$

Численность инженерно–технических работников.

Число ИТР с учетом совмещений составляют 15 – 20% от всей численности персонала:

$$P_{\text{ИТР}} = 0,2 * (P_{\text{ш}} + P_{\text{вспом}}) \quad (3.6)$$

$$P_{\text{ИТР}} = 0,2 * (15 + 3) = 4 \text{ чел.}$$

Общее количество работников:

$$\sum P = P_{\text{ш}} + P_{\text{вспом}} + P_{\text{ИТР}} \quad (3.7)$$

Тогда:

$$\sum P = 15 + 3 + 4 = 22 \text{ чел.}$$

Подбор технологического оборудования и инструмента для СТО по зонам, цехам и участкам представлен в таблице 3.3.

Таблица 3.3 - Технологическое оборудование и инструмент для СТО

Оборудование, инвентарь	Цена, руб	Кол -во	Габариты по площади, мм	Площадь, м ²
1	2	3	4	5
Агрегатный и слесарно-механический участок				
Стенд для разборки и сборки КПП Р1250	58200	1	1430x940	1,34
Стенд для разборки и сборки мостов Р770Е	114000	1	2467x1060	2,61
Стенд для разборки и регулировки сцепления	7500	1	580x490	0,28
Тележка для перевозки агрегатов	1800	1	1210x800	0,97
Ванна моечная передвижная	4000	1	1250x620	0,78

Верстак слесарный	10000	1	2400x800	1,92
Стеллаж для деталей	2000	1	1400x500	0,7
Бункер для утильных деталей	1000	1	500x600	0,3
Токарно-комбинированный станок(3 кВт)	50000	1	2225x1275	2,84
Сверлильный станок (0,75кВт)	50000	1	1240x840	1,05
Фрезерный станок (0,5 кВт)	50000	1	1000x1080	1,08
Верстак слесарный ВП-3	10388	1	1200x685	0,822
Итого	358888	12		4,692
Участок противокоррозионной обработки				
Оборудование для противокоррозионной обработки	50000			
Подъемник гидравлический (2,6x2 кВт)	52000	1	1800x3380	6,08
Верстак слесарный	10000	1	2400x800	1,92
Ларь для отходов	500	1	1000 x300	0,3
Итого	112500	4	-	8,3
Складское помещение				
Стеллаж для инструмента	1500	3	1400x700	0,98
Шкаф для инструмента	12250	1	500x500	0,25
Шкаф канцелярский ШКА	5000	1	480 x1200	0,58
Стол канцелярский	1560	2	1200 x600	0,72
Стеллаж для шин	4308	1	1250 x600	0,75
Стеллаж для бамперов	6050	1	2500 x850	2,125
Стеллаж для автостекол	5800	1	2500 x1130	2,8
Итого	36468	10	-	8,205
Окрасочный участок				
Покрасочно-сушильная камера (116 кВт)	55000	1	6900x4000	27,6
Стеллаж для хранения материалов	3000	1	1400× 456	0,64
Стол для приготовления красок	2000	1	700× 500	0,35
Шкаф для хранения красок	3000	1	1270 × 570	0,72
Итого	63000	4	-	57,895
Пост диагностики				
Пневмотестер	4950	1	200x80	0,016
Газоанализатор (0,03 кВт)	47000	1	290x95	0,03
Компрессометр	600	1	360x65	0,03
Стробоскоп	1000	1	150x30	0,005
Дымомер	5000	1	195x75	0,015
Стенд регулировки света фар	24000	1	900x750	0,7
Итого	82550	8	-	3,03
Шиноремонтный участок				
Стенд для демонтажа шин (1,1кВт) ВЛ-533	52000	1	1370x720	0,98
Ванна для проверки камер	4900	1	890x640	0,56
Электровулканиз. аппарат (0,8 кВт)	6200	1	405x350	0,14
Шкаф для инструмента КД-152 АИ	6400	1	1000x1000	1

Верстак для ремонта покрышек	1000	1	1402x1115	1,56
Ларь для отходов резины	500	1	1000x500	0,5
Стенд для балансировки колес (0,75 кВт)	88000	1	1040x720	0,75
Компрессор (0,5 кВт)	8000	1	1300x650	0,84
Итого	167000	9	-	7,59
Уборочно-моечный участок				
Портальная мойка ZD-W300-3B (17,68 кВт)	40000	1	2510x3760	9,4
Пылесос (2,6 кВт)	6000	1	750x490	0,367
Моющий пылесос (2,6 кВт)	15000	1	390 x390	0,15
Итого	61000	3	-	9,917
Итого	881406	-	-	-

Так же предприятие планирует внедрить активные действия по продвижению на рынок услуг станции технического обслуживания.

Планируется внедрить активную рекламную политику. В целом в рекламной деятельности имеются три главные группы действий:

- информирование (сообщение о том, что продукт существует и каковы его качества);
- убеждение (вызов благоприятных эмоций, формирование позиции признания товара, переключение решений потребителя на его покупку),
- поддержание лояльности (закрепление существующих потребителей как главного источника будущих продаж).

3.2. Расчет и обоснование общих затрат на реализацию проектных мероприятий

Определим общие инвестиционные затраты проекта.

Под инвестициями или капиталовложениями в самом общем смысле понимается временный отказ экономического субъекта от потребления имеющихся у него в распоряжении ресурсов (капитала) и использование этих ресурсов для увеличения в будущем своего благосостояния.

Общие инвестиционные расходы представлены в таблице 3.4.

Таблица 3.4 - Инвестиционные расходы

Показатель	Руб.
Покупка оборудования	881406
Доставка и монтаж оборудования	120000
Подготовка помещения (электропроводка, освещение, вентиляция и т.д.)	120000
Маркетинговые мероприятия	150000
Всего	1271406

На рисунке 3.1 приведена диаграмма инвестиционных расходов

Текущие издержки предприятия традиционно делятся на постоянные и переменные.

Поскольку продуктом предприятия является услуга, расчет издержек ведется на месяц.

Так организован управленческий учет на предприятии.

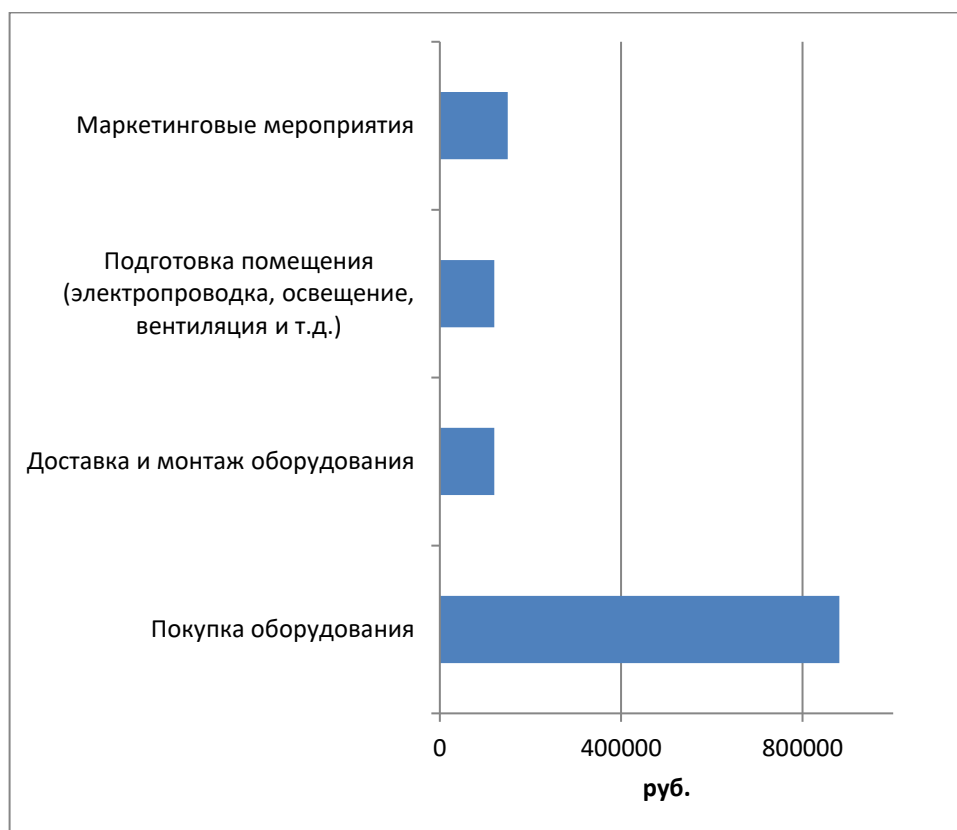


Рисунок 3.1 - Диаграмма общих инвестиционных расходов.

К постоянным издержкам предприятия по создаваемой услуге отнесем следующие (таблица 3.5). Затраты рассчитаем с учетом средней загрузки станции технического обслуживания.

Заработная плата непроизводственного персонала в среднем оставляет в месяц 22000 рублей, основных рабочих 25000 рублей, вспомогательных рабочих 18000 рублей. Амортизацию рассчитываем укрупненным способом, усредненный срок службы оборудования составляет 5 лет.

Таблица 3.5 - Постоянные издержки

Показатель	Общая стоимость, руб.
Амортизация оборудования	176281,2
Расходы на содержание и обслуживание помещения	72000
Расходы на содержание непроизводственного персонала	1795200
Итого за год	2043481,2

Переменные издержки включают в себя: зарплата производственному персоналу; расходы на материалы; энергию на производственные нужды. Переменные издержки зависят от объема продаж услуг предприятия.

В зависимости от спроса они будут следующими (таблица 3.6).

Таблица 3.6 - Переменные издержки на единицу услуг

Показатель	Общая стоимость, руб.
Зарплата производственному персоналу	5850000
Затраты вспомогательному персоналу	1290600
Расходы на материалы	960000
Энергия на производственные нужды	60000
Итого за год	8160600

Далее рассчитаем экономическую эффективность внедрения проектных мероприятий.

3.3. Оценка экономической эффективности проектных мероприятий

Планируется что в год эффективный фонд рабочего времени автосервиса составит около 292 дня.

Доходы от производственной деятельности рассчитаем по формуле:

$$D = C_{\text{нч}} \cdot T \quad (3.8)$$

$C_{\text{нч}}$ -стоимость нормочаса, принимаем 700 руб.

T —годовой объем работ=16646 челч

$$D = C_{\text{нч}} \cdot T = 700 \cdot 16646 = 11652200 \text{ руб.}$$

Доходы от производственной деятельности составят

Планируется, что с каждым годом предприятие будет увеличивать объем выполняемых работ на 11 %.

На основании определения сметной стоимости технического оснащения проекта, необходимо рассчитать его экономическую эффективность.

Исходные данные для анализа эффективности капитальных вложений по проекту приведены в таблице 3.7.

Таблица 3.7 - Исходные данные для анализа эффективности капитальных вложений по проекту

Показатель	Значение показателей		
	1 год	2 год	3 год
Объем оказываемых услуг, руб.	11652200	12933942	14356687
Переменные затраты за год, руб.	8160600	9058266	10054687
Постоянные затраты за год, руб.	1867200	2072592	2300577
Себестоимость услуг, руб.	10027800	11130858	12355264
Прибыль до налогообложения, руб.	972200	1803084	2001423
Ставка налога на прибыль, %	20	20	20
Чистая прибыль, руб.	777760	1442467	1601138

Динамика чистой прибыли и чистых денежных потоков представлена на рисунке 3.2.

Используя исходные данные, необходимо оценить эффективность капитальных вложений в проект:

- рассчитывается дисконтный множитель при ставке 20 % для каждого года (ставка рефинансирования банка 8,25%, поправка на риск 5,75 %, инфляция 6 %);

- определяется современная стоимость, а также стоимость с нарастающим итогом (таблица 3.8).

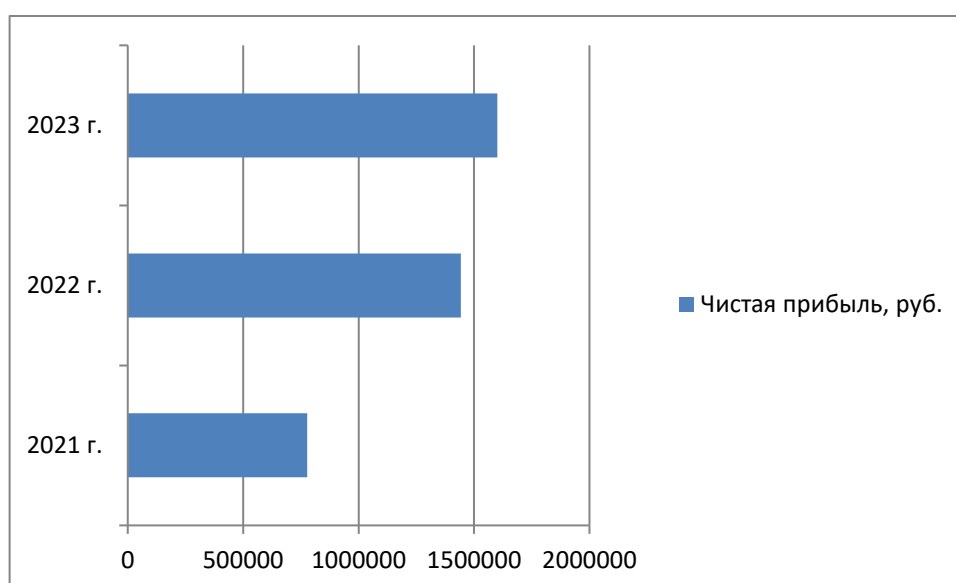


Рисунок 3.2 - Динамика чистой прибыли

Дисконтированные денежные потоки показывают величину денежных средств, которую инвестор ожидает получить от проекта, после того, как денежные притоки окупят его первоначальные инвестиционные затраты.

Таблица 3,8 - Анализ эффективности капитальных вложений

Год	Начальные инвестиционные затраты и чистые денежные потоки, руб.	Дисконтный множитель при ставке 20 %	Современная стоимость руб.	Современная стоимость нарастающим итогом, руб.
0	-1271406	1	-1271406	-1271406
1	954041,2	0,8333	794716	-476689,7
2	1618748,2	0,6944	1124059	647369
3	1777419,2	0,5787	1028592	1675961

На рисунке 3.3 приведена динамика чистых денежных потоков.

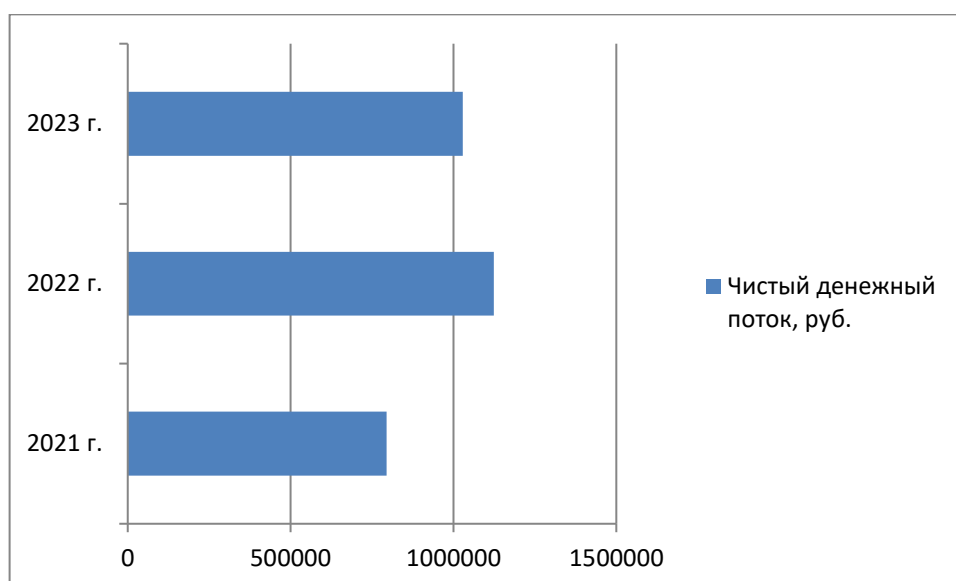


Рисунок 3.3 - Динамика чистых денежных потоков

Рассчитаем NPV (чистая современная стоимость): показывает величину денежных средств, которую инвестор ожидает получить от проекта, после того, как денежные притоки окупят его первоначальные инвестиционные затраты и периодические денежные оттоки, связанные с осуществлением проекта. Поскольку денежные платежи оцениваются с учетом их временной стоимости и рисков, NPV можно интерпретировать, как стоимость, добавляемую проектом. Ее также можно интерпретировать как общую прибыль инвестора.

Так как инвестиционные затраты 1271406 рублей, текущая стоимость (PV) = 3078802,6 руб., то $NPV = 1675961$ руб.

Также необходимо осуществить расчет индекса рентабельности инвестиций. В отличие от чистого приведенного эффекта индекс рентабельности является относительным показателем: он характеризует уровень доходов на единицу затрат, т.е. эффективность вложений. Чем больше значение этого показателя, тем выше отдача каждого рубля, инвестированного в данный проект

Индекс рентабельности $PI = 1675961 / 1271406 = 1,31$, т.е. проект следует принять. Следовательно, фирма может вкладывать средства в данный инвестиционный проект.

В соответствии с условиями индекса рентабельности:

- $PI < 1$, то проект следует отвергнуть;
- $PI = 1$, то проект не является ни прибыльным, ни убыточным.
- $PI > 1$ – проект следует принять.

В данном случае, $PI > 1$, т.е. проект следует принять.

При анализе эффективности капитальных вложений необходимо определить срок окупаемости инвестиций. Этот метод является одним из самых простых и широко распространенных в мировой учетно-аналитической практике. Он не предполагает временной упорядоченности денежных поступлений. Алгоритм расчета срока окупаемости (PP) зависит от равномерности распределения прогнозируемых доходов от инвестиции.

5) 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.

Таблица 3.9 - Расчет срока окупаемости проекта

Показатель	0 год	1 год	2 год	3 год
Чистый денежный поток	-1271406	954041,2	1618748,2	1777419,2
Чистый денежный поток нарастающим итогом	1271406	-317364	1301383	3078802,6

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

$$T_{ок} = ((k - 1) + (\frac{|ЧД_{k-1}|}{(ЧД_k - ЧД_{k-1})})) * l \quad (3.9)$$

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).

$$T_{ок} = ((2 - 1) + (\frac{317364}{(317364 + 1301383)})) * 365 = 437(\text{дней})$$

или 1 год 72 дня.

б) 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.

$$T_{ок} = ((k - 1) + (\frac{|ЧДД_{k-1}|}{(ЧДД_k - ЧДД_{k-1})})) * l \quad (3.10)$$

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).

Таблица 3.10 - Расчет дисконтированного срока окупаемости проекта

Показатель	0 год	1 год	2 год	3 год
Дисконтированный денежный поток	-1271406	794716	1124059	1028592

Нарастающим итогом	-1271406	-476689,7	647369	1675961
--------------------	----------	-----------	--------	---------

$$T_{ок} = ((2 - 1) + (\frac{476689,7}{(476689,7 + 647369)})) * 365 = 520(\text{дней})$$

Или 1 год 155 дней.

Таким образом, можно сделать вывод, что проект достаточно эффективный.

Изменение основных показателей экономической безопасности после внедрения проекта повышения конкурентоспособности приведено в таблице.

Таблица 3.11 - Изменение основных показателей экономической безопасности после внедрения проекта повышения конкурентоспособности

Показатель	До внедрения проектных мероприятий	После внедрения проектных мероприятий
Чистая прибыль	За анализируемый период сократилась на -14 тыс. руб., и на конец 31.12.2017 г. она установилась на уровне 29 тыс. руб. (темпа падения чистой прибыли составил -32,56%).	Повышение чистой прибыли на 30 %
Рентабельность	Большинство показателей рентабельности либо уменьшились, либо остались на прежнем уровне, что следует скорее рассматривать как негативную тенденцию.	Повышение показателей рентабельности в-среднем на 25 %.
Уровень производственного потенциала	Недостаточно высокий уровень производственного потенциала	Повышение уровня производственного потенциала за счет обновления основных средств, связанного с реализацией проекта.
Показатели конкурентоспособности	Отсутствие дополнительных услуг, по сравнению с предприятиями, низкий уровень ассортимента.	Внедрение дополнительных услуг, расширение ассортимента.

Таким образом, можно сделать вывод, что внедрение проекта позволит повысить конкурентоспособность предприятия, и повысить уровень экономической безопасности предприятия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рыночные условия функционирования российских предприятий требуют новых стратегических подходов к решению проблемы их конкурентоспособности. Эффективность функционирования предприятия в условиях рынка предполагает активный поиск и разработку каждым из них собственной стратегии повышения их конкурентоспособности. Именно конкурентная стратегия устанавливает направление деятельности предприятия в определении типа конкурентного преимущества и формирования ресурсного потенциала его реализации.

В общем виде конкурентоспособность — это эффективность функционирования организации в краткосрочном периоде.

Для обеспечения конкурентоспособности организации необходимо наращивать конкурентный потенциал, который означает потенциальную возможность (текущие предпосылки) сохранять или увеличивать стратегическую конкурентоспособность. Этот показатель определяется совокупностью параметров, характеризующих возможность (потенциал) и способность организации эффективно функционировать на рынке, удерживать или увеличивать свою рыночную долю, иметь достаточную рентабельность, финансовую устойчивость в перспективе.

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.

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.

Экономическая безопасность и конкурентоспособность - взаимосвязанные и взаимозависимые параметры. Сохранение и укрепление позиций предприятий реализуется через повышение их конкурентоспособности.

В качестве объекта исследования было выбрано ООО «Трансавтокомплект» - предприятие на территории г. Белгорода, занимающееся реализацией запасных автомобильных частей для автомобилей.

Основное предназначение торгового розничного предприятия - достижение весомых финансовых результатов, удержание контрольного показателя рентабельности капитала путем востребования приобретаемых в торговых залах предприятия запасных частей.

Для обеспечения экономической безопасности предприятия вводит в действие нормативные, организационные и материальные гарантии, а также своевременное выявление, предупреждение и действенное пресечение посягательств на организации, его финансы, имущество или деловые связи, интеллектуальную собственность, информацию, технологию.

Изменение показателей прибыли в отчетном периоде по сравнению с базовым периодом показало, что Валовая прибыль на 31.12.2015 г. составляла -313 тыс. руб. За анализируемый период она возросла на 10 083 тыс. руб., что следует рассматривать как положительный момент и на 31.12.2017 г. составила 9 770 тыс. руб.

Прибыль от продаж на 31.12.2015 г. составляла -313 тыс. руб. За анализируемый период она , также как и валовая прибыль, возросла на 87 тыс. руб., и на 31.12.2017 г. прибыль от продаж составила -226 тыс. руб., также как и валовая прибыль, осталась на прежнем уровне.

Как видно из таблицы, чистая прибыль за анализируемый период сократилась на -14 тыс. руб., и на конец 31.12.2017 г. она установилась на уровне 29 тыс. руб. (темп падения чистой прибыли составил -32,56%).

Таким образом, у предприятия есть угроза снижения уровня экономической безопасности.

Проведенный анализ конкурентоспособности предприятия показал, что предприятию, для повышения уровня конкурентоспособности необходимо расширять ассортимент, совершенствовать ценовую политику, проводить больше акций для покупателей, внедрять спектр дополнительных услуг.

ООО «Трансавтокомплект», для повышения уровня конкурентоспособности, а, следовательно, и для укрепления экономической безопасности, необходимо расширять ассортимент, совершенствовать ценовую политику, проводить больше акций для покупателей, внедрять спектр дополнительных услуг. В 2020 году предприятие планирует внедрить в деятельность независимую (производящей обслуживание любой автомобиля любой марки) станцию технического обслуживания для диагностики, ремонта, технического обслуживания легковых автомобилей, на свободной территории предприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

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, свободный.
8. О формах бухгалтерской отчетности организации [Электронный ресурс]: Приказ Министерства Финансов РФ от 13 января 2000 г. №4. Режим доступа: 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, 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, 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://biblioclub.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

