

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»

Высшая школа экономики и управления

Кафедра «Экономическая безопасность»

ВКР ПРОВЕРЕН

Рецензент,

_____/_____/

« ____ » _____ 20 ____ г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой ЭБ, д.э.н., доцент

_____/А.В. Карпушкина /

« ____ » _____ 2019 г.

Экономическая безопасность в сфере малого бизнеса

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

ЮУрГУ – 38.05.01. 2019 1401. ВКР

(код направления/специальности, год, номер студенческого)

Консультант, должность

_____/_____/

« ____ » _____ 20 ____ г.

Руководитель ВКР, проф.д. э. н.,

_____/ И.П. Довбий /

« ____ » _____ 2019 г.

Консультант, должность

_____/_____/

« ____ » _____ 20 ____ г.

Автор

студент группы ЭУ – 640

_____/ Д.В.Манакина /

« ____ » _____ 2019 г.

Консультант, должность

_____/_____/

« ____ » _____ 20 ____ г.

Нормоконтролер, _____

_____/Е.Б.Голованов /

« ____ » _____ 2019 г.

Челябинск 2019

АННОТАЦИЯ

Манакина Д. В. Экономическая безопасность в сфере малого бизнеса. – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ- 640, 82 с., 11 ил., 37 табл., библиогр. список – 40 наим.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью выявления угроз и повышения экономической безопасности субъекта малого бизнеса.

Проведен анализ субъекта малого бизнеса в индустрии красоты, на основе критериев оценки угроз экономической безопасности исходя из финансового состояния, проведен анализ внутренней и внешней среды предприятия, оценены угрозы и возможности предприятия. А также выявлены возможности по повышению экономической безопасности.

Даны рекомендации по повышению экономической безопасности и определена результативность предлагаемых мероприятий.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
1 ТЕОРИТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА.....	10
1.1 Экономическая безопасность малого бизнеса. Понятия и сущность....	10
1.2 Нормативно-правовое обеспечение экономической безопасности.....	17
1.3 Экономическая безопасность субъектов малого бизнеса	29
1.4 Методы оценки экономической безопасности субъектов малого бизнеса.....	30
2 АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ САЛОНА КРАСОТЫ HOUSE OF BEAUTE	34
2.1 Оценка уровня безопасности салона красоты «House of beaute».	34
2.2 Анализ внутренней и внешней среды салона «House of beaute»	43
2.3 Выявление возможностей повышения уровня экономической безопасности.....	43
3 НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	50
3.1 Предложения по повышению экономической безопасности.....	50
3.2 Определения результативности предлагаемых мероприятий.....	60
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	65
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	68
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	71
ПРИЛОЖЕНИЯ А. Альбом иллюстраций.....	71

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы заключается в том, что в современном мире обеспечения экономической безопасности и условий экономического роста предприятия становятся первостепенными. На экономический рост предприятия оказывает влияние общеэкономическая ситуация в мире в целом, а так же государства в частности. Хозяйствующие субъекты, регионы, предприятия различных отраслей должны прилагать собственные усилия для обеспечения собственной экономической безопасности.

Поскольку экономика РФ в большей степени зависит от развития бизнеса, стоит заметить, что именно малый бизнес сильно отражается на конъюнктуре рынка. Малый бизнес является одним из наиболее важных резервов роста национальной экономики страны и на его пути ежедневно возникает множество проблем, например неэффективная законодательная база, высокая налоговая нагрузка, ограниченность в финансовых средствах. Данная деятельность важна не только для экономики государства, но и для отдельно взятого гражданина, так как она влияет на все сферы нашей жизни – экономическую, политическую, социальную и научно-техническую.

Нормальное функционирование предприятия в современных условиях требует все больших знаний в управлении. В настоящее время существует ряд работ, изданий, учебных пособий, методических рекомендаций, диссертаций в которых очень детально рассмотрены такие темы, как система управления предприятием, организационная структура предприятия, управленческий учет, бухгалтерский учет, документооборот, аудит, внутренний и внешний контроль, кадровая политика, оценка рисков и другие темы. Однако в большинстве случаев они рассматриваются без учета необходимости обеспечения экономической безопасности, а точнее всего сложного комплекса, каковым является современное предприятие.

Опыт авторов говорит о том, что на практике специалисты в соответствующих

областях сталкиваются с проблемой обеспечения экономической безопасности. Анализ практических ситуаций приводит к следующему выводу: во всех рассмотренных случаях нанесения экономического ущерба предприятию использовались уже имеющиеся, либо же специально созданные недостатки его устава, организационной структуры, построение бизнес-процессов, использовались личностные и профессиональные качества учредителей и руководителей предприятия. Отсюда вывод, что необходимы другие подходы к обеспечению экономической безопасности предприятия. При этом важно понимать, что вопросы обеспечения экономической безопасности были приняты во внимание, с момента учреждения предприятия, формирования управляющего органа и до построения всех бизнес-процессов. Необходимо уделять большое внимание взаимодействию службы безопасности со всеми подразделениями предприятия, так как это оказывает не малое влияние на эффективность и стоимость мероприятий по обеспечению экономической безопасности предприятия в целом.

Теоретические исследования в данной области составляют труды таких ученых как: Л.И.Абалкин, С.Ю.Глазьев, В.К.Сенчагов и др. Различные аспекты обеспечения экономической безопасности на национальном уровне посвящены работы Н.Н. Потрубача и С.В. Степашина. Вопросы криминализации предпринимательских структур описывали В.Ф. Гапоненко и А.А.Крылов. Проблемы экономической безопасности предпринимательства были посвящены работы О.А. Грунина, В.С.Гусева, Н.В. Матвеева, В.Н. Черкасова. Правовые и организационные аспекты деятельности по обеспечению безопасности субъект малого бизнеса, комплексные подходы к обеспечению безопасности субъект малого бизнеса были проведены исследования такими людьми как, В.П. Мак-Маком, В.И. Ярочкиным. Проблемам управления экономической безопасностью субъект малого бизнеса посвящены работы В.В. Пребенникова, А.А. Звягина, С.Л. Меламедова и др. Также О.Г. Фокиной, О.П. Чечиным были исследованы вопросы взаимосвязи отдельных элементов предприятия и экономической

безопасности субъект малого бизнеса.

Данная выпускная квалификационная работа посвящена проблемам с которыми сталкивается малый бизнес, определить сущность и его роль, рассмотреть современное состояние бизнеса в России, выявить его перспективы, описать распространенные трудности и ошибки начинающих предпринимателей, после чего сделать вывод почему в России так развит теневой сектор экономики и почему экономической безопасности уделено настолько мало внимания.

Цель работы: разработка и повышение экономической безопасности субъекта малого бизнеса в сфере индустрии красоты.

Предмет исследования: экономическая безопасность субъекта малого бизнеса.

Объект исследования: салон красоты «House of beauty»

Для достижения поставленной цели необходимо решить задачи:

- определить сущность угроз экономической безопасности субъекта малого бизнеса;
- рассмотреть состояние, проблемы и угрозы малого предпринимательства в России, в том числе в индустрии красоты;
- провести анализ организационно-хозяйственной деятельности салона красоты «House of beauty»;
- выявить перспективы развития, осуществить технико-экономические обоснования, открытие филиала салона красоты.

Метод исследования: ознакомится с нормативно-правовыми документами.

Источники информации: учебно-методическая литературу по малому предпринимательству, статьи в экономических журналах, законы и сайты в интернете.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА

1.1 Экономическая безопасность малого бизнеса. Понятие и сущность

В России, упоминания в законе, понятие экономической безопасности было обозначено в 1992 г. в Законе РФ «О безопасности», который и установил понятия безопасности, объектов и субъектов безопасности, угрозы безопасности и обеспечения безопасности. В законе речь идет о безопасности как общей категории, без обозначения конкретных областей или видов безопасности. Отсюда следует, что закон можно трактовать как признание факта наличия проблемы в области безопасности и создание необходимости создания законодательной основы для ее решения. При этом, уровень экономической безопасности предприятия был упущен. Причинами этого является:

- масштаб событий на уровне предприятия не имеет значения относительно уровня страны, региона и отрасли;
- процесс формирования закона направлен «от общего к частному» и до малых субъект малого бизнеса, особенно малых, закон еще молод и имеет множество недочетов;
- предприятия различаются - по организационно-правовой форме, форме собственности, отраслям экономики, масштабам деятельности, степени конкуренции в отрасли, экономическим показателям, поэтому описать в законе для них единое тяжело или практически невозможно.¹

Понятие «экономическая безопасность» неразрывно связано с понятием «национальная безопасность». Термин «национальная безопасность» настолько плотно вошел в жизнь современного мира, что стал частью внутренней и внешней политики многих стран. Так как политические, социальные, экономические, экологические, информационные другие аспекты являются жизненно важными сферами деятельности личности, общества и государства, то обеспечения

¹ ФЗ «О безопасности» от 5 марта 1992 г. №2446-1

национальной безопасности невозможно без обеспечения экономической, социальной, экологической, информационной и других видов.

Понятие малого бизнеса и национальной безопасности тесно связаны, так как по данным Росстата, доля малого и среднего бизнеса в мировой экономике составляет 50-60% объема ВВП, тогда как Россия сильно отстает от этих показателей. На 2017 год доля ВВП, по итогам анализа осуществления мер поддержки среднего и малого предпринимательства за период с 2014-2017 года составила всего 21,9%. Но в 1 марта 2018 года была поставлена задача увеличить эти показатели к 2024 году с нынешних 20% до 40%.²

Следует отметить, что не все руководители субъект малого бизнеса готовы в полной мере оценить необходимость создания надежной системы безопасности. В статье 1 закона РФ «О безопасности» от 05.03.1992 понятие «безопасность» было определено как состояние защищенности жизненно важных интересов.¹ Однако ФЗ № 390 от 28.12.2010 г., принятый Государственной думой, не содержит данного понятия вообще.³

Сравнение принятых в теории определений «экономической безопасности» представлено в таблице 1.1

Таблица 1.1 - Понятия «экономической безопасности».

Автор	Определение	Ключевые элементы
В.И.Ярочкин ⁴	Организованная совокупность специальных органов, служб, средств, методов, и мероприятий, обеспечивающих защиту жизненно важных интересов личности, предприятия, государства от внутренних и внешних угроз.	Организованность в систему; защита от внутренних и внешних угроз.
Г.Б.Клейнер ⁵	Состояние данного хозяйственного субъекта, при котором жизненно важные компоненты структуры и деятельности предприятия характеризуются высокой степенью защищенности от нежелательных изменений.	Состояние субъекта; защита от нежелательных изменений

² Сборник Росстат «Малое и среднее предпринимательство в России». 2017г

³ ФЗ «О безопасности» № 390 от 28.12.2010 г

⁴ Ярочкин В.И. Система безопасности фирмы. – М, ИМФРА-М, 2003г

⁵ Г.Б. Клейнера. Стратегии бизнеса: Аналитический справочник. – Москва: КОНСЭКО, 2008.

Окончание таблицы 1.1

В.Забродский ⁶	Количественная и качественная характеристика свойств фирмы, отражающее способность «самовывживания» и развития в условиях возникновения внешней и внутренней экономической угрозы. Определяется совокупностью факторов, отражающих независимость, устойчивость, возможности роста, обеспечения экономических интересов и т.д.	Характеристика свойств; выживание, стабильность, возможность достижения целей системы.
В. Шлыков ⁷	Состояние защищенности жизненно важных интересов предприятия от реальных и потенциальных источников опасности или экономических угроз.	Состояние системы; защищенность интересов;
Е.А.Олейникова ⁸	Состояние наиболее эффективного использования корпоративных ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения стабильного функционирования предприятия в настоящее время и в будущем.	Состояние системы; эффективное использование ресурсов; стабильность.
И.Н. Петренко ⁹	"...качественным состоянием основных факторов производства – рабочей силы, средств производства и капитала в денежной форме – в сочетании со способностью фирмы обеспечить их наиболее эффективное использование и адаптироваться к меняющимся условиям и границам ее экономического пространства в целях получения максимальной прибыли."	Состояние системы; отсутствует указание на необходимость превалирования факторов экономической безопасности над факторами угроз.
М.А. Гуреева ¹⁰	Экономическая безопасность субъекта общественного воспроизводства любого уровня (предприятия, корпорации, региона, национальной экономики, мирового хозяйства) всегда выражается в противодействии внутренним и внешним угрозам процессу воспроизводства жизнеспособности этого субъекта	Состояние системы; защищенность интересов; реальные и потенциальные угрозы.
В.Л.Тамбовцев ¹¹	Под экономической безопасностью той или иной системы нужно понимать совокупность свойств состояния ее производственной подсистемы, обеспечивающую возможность достижения целей всей системы	Организованность в систему; возможность достижения целей системы.

Таким образом, можно сделать вывод, что в современных научных концепциях

⁶ Козаченко А.В., Пономарев В.П., Ляшенко А.Н. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения. - К.: Либра, 2003.

⁷ Г.Б. Клейнера. Стратегии бизнеса: Аналитический справочник. – Москва: КОНСЭКО, 2008.

⁸ Олейникова Е.А. Основы экономической безопасности, - М.: ЗАО Бизнес школа Интел-Синтез, 2003г – 208с

⁹ Петренко И.Н.. Безопасность экономического пространства хозяйствующего субъекта. – М.: АНКЦИЛ, 2005, с.190.

¹⁰ Гуреева М.А. Экономическая безопасность системы многоуровневого общественного воспроизводства в период глобальных трансформационных процессов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. – 335 с.

¹¹ Тамбовцев В.Л. Экономическая безопасность хозяйственных систем: структура проблемы // Вестник МГУ. Сер. 6. Экономика. – 1995. – №3. – С.

под экономической безопасностью предприятия понимают состояния хозяйствующего субъекта, которое характеризуется организованной совокупностью концептуальных и прагматических факторов, обеспечивающих данной системе:¹²

- защиту от нежелательных последствий;
- динамичное развитие хозяйствующего субъекта;
- эффективность жизненно важных процессов хозяйствующего субъекта;
- независимость хозяйствующего субъекта;
- возможность достижения поставленных целей.

Для того чтобы сформировать новый подход к обеспечению экономической безопасности предприятия, необходимо прежде всего обобщить и классифицировать уже имеющиеся подходы к решению данного вопроса. Резюмируя вышесказанное, приведем результаты сравнения этих подходов в таблице 1.2¹³

Таблица 1.2 – Сравнение подходов к безопасности субъект малого бизнеса

Параметры	Первый подход	Второй подход
Первичное понятие	Угроза	Безопасность
Сущность понятия	Защищенность от угроз	Способность нормально функционировать
Сущность понятия	Ущерб, опасность, конфликт	Появление вероятности не достижения целей
Задача системы	Защита от угроз	Обеспечение нормального функционирования
Объект внимания	Угроза	Все события ФХД предприятия
Отношение к безопасности	Необходимые условия	Достаточные условия
Критерий безопасности	Защищенность элемента предприятия	Достижение цели предприятием

Многие авторы считают второй подход наиболее логически правильным и на практике более применимым. Так как при его реализации система безопасности может оказывать управляющие воздействия на предприятия, тем самым повышая

¹² Основы управления предприятием. Экономические механизмы управления предприятием. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 368 с.

¹³ Калинина А. Комплексный экономический анализ предприятия. Краткий курс / Под редакцией Н. Войтоловского, А. Калининой. – М.: Мир, 2016. – 256 с.

надежность функционирования.¹⁴

Следует отметить, что возникновение и реализация угроз и уязвимостей и несение в связи с этим ущерба неизбежны в ходе бизнес деятельности. Однако с точки зрения экономической безопасности важны их масштабы и размеры. Поэтому угрозы и уязвимости надо ранжировать по их масштабности и значимости. Экономически целесообразно упреждать те угрозы, которые приводят к большому ущербу, сдвигая малую бизнес-структуру к «порогу экономической безопасности». Разумеется, может случиться так, что со временем мелкая угроза перерастет в масштабную с большими потерями для субъектов малых форм хозяйствования. Поэтому, бывает выгодно ускорить ее неизбежную реализацию, понеся меньший ущерб и сохраняя экономическую безопасность.

Делением угроз бизнес-деятельности на мелкие и большие, в экономической литературе имеются и другие их классификации:

Делением угроз бизнес-деятельности на мелкие и крупные, в экономической литературе имеются и другие их классификации, например:

- на предсказуемые и непредсказуемые (предсказуемыми являются сырье и материалы, а непредсказуемыми могут являться природные катастрофы, которые могут повлечь за собой отключение электроэнергии);
- потенциальные и реальные действия физических или юридических лиц, нарушающие состояние защищенности субъекта предпринимательской деятельности и способные привести к прекращению его деятельности, либо к экономическим и другим потерям. (к потенциальным относятся)
- угрозы на стадии создания фирмы и стадии функционирования фирмы.(на стадии создания могут возникнуть такие проблемы, как отказ в аренде, затяжной ремонт, на стадии функционирования могут возникнуть проблемы с)

Заслуживает внимания также деление угроз по природе явления:

- природно-климатические (природная среда)

¹⁴ Калинина А. Комплексный экономический анализ предприятия. Краткий курс / Под редакцией Н. Войтоловского, А. Калининой. – М.: Мир, 2016. – 256 с.

– техногенные и антропогенные (человеческий фактор).

Достоинством этой классификации можно считать стремление понять первопричину появления угроз и, следовательно, целенаправленно приложить усилия по обеспечению защиты от них.¹⁵

Проведенный анализ предлагаемых в современной литературе трактовок экономической безопасности малого бизнеса позволяет заключить, что общий их смысл сводится к определению такого состояния, при котором опасность возникновения неблагоприятных событий не превышает допустимой величины. Однако такое определение не может быть признано удовлетворительным, поскольку предполагает наличие числовой оценки опасности и допустимое ее значение. Ведь состояние экономической безопасности не может быть просто задано некой числовой величиной. В связи с этим представляется целесообразным введение иного понятия опасности, которое включало бы в себя определение неблагоприятных событий, а также определение ситуации, в которой состояние экономической безопасности переходит в состояние опасности. Необходимость таких определений объясняется тем, что состояние экономической безопасности достигается в процессе управления ею и хозяйственной деятельностью в целом.

Концепция допустимого риска ориентирует субъектов малых форм хозяйствования на рациональное отношение к риску, предполагает разработку важных для деловой активности методических рекомендаций. Обоснованность таких рекомендаций предопределяется тем, что:

– предпринимательский риск – это не статическая характеристика, а управляемый параметр, на его уровень можно и, самое главное, необходимо оказывать воздействие;

– такое воздействие можно оказать только на «познанный» предпринимательский риск, то есть важно собирать и анализировать связанную с его проявлениями информацию, выявлять и идентифицировать факторы риска, оценивать последствия их проявления и т.д.;

¹⁵ Экономическая безопасность России: Общий курс: учебник/под ред. В.К. Сенчагова. – М.: Дело, 2005. – 738 с.

– необходимо соизмерить стоимость проведенных мероприятий по снижению отклонения заданных критериев бизнес-деятельности с убытком, который мог нанести риск реализации угроз и уязвимостей¹⁶.

Таким образом, разработка субъектами малых форм хозяйствования комплексной стратегии направлена, в частности, именно на обеспечение экономической безопасности. При этом риск, обусловленный принятием стратегических решений, возникает тогда, когда решения выбираются из нескольких альтернатив (путем развития в бизнесе). Отсюда можно заключить, что риском стратегического решения является реализация нежелательной альтернативы.

Причины риска – это объективные и субъективные действия или решения, влекущие за собой нежелательное развитие, неблагоприятное для реализации некоторой стратегии по развитию бизнеса. Свообразными импульсами риска стратегического решения хозяйствующего субъекта являются предпосылки, увеличивающие вероятность или реальность наступления событий, которые, в случае своего возможного осуществления, могут оказать отрицательное воздействие на бизнес-деятельность.¹⁷

Чтобы судить о существенности того или иного «рискового» импульса, риск должен быть выражен в сопоставимых показателях. Если предпринимательские риски подчиняются исчислению, как с точки зрения их вероятности, так и размера возможных убытков, то управление такими рисками эффективно осуществляется с использованием страхования. В теории и практике форм малого бизнеса известны три основных способа управления предпринимательскими рисками:

- поглощение риска, применяемое для слабых рисков или при невозможности использования иных способов;
- уклонение от риска, которое используется в мобильных системах;

¹⁶ Ершов М. Как обеспечить стабильное развитие в условиях финансовой нестабильности // Вопросы экономики. – 2015. – № 12. – С. 13-15

¹⁷ Веснин. В.Р. Основы менеджмента: учебник для студ. вузов / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2016- 306с.

– разделение и передача риска.¹⁸

Заметим, что ни один из этих способов не обеспечивает полного исключения риска, некоторая его часть остается на собственном удержании хозяйствующего субъекта. В практике малого бизнеса обычно применяют различное сочетание всех трех способов в зависимости от вида деятельности и ожидаемых опасностей.

Малый бизнес - это бизнес, осуществляемый в малых формах, основанный на предпринимательской форме работы, совокупности мелких и средних индивидуальных предпринимателей, которые напрямую не вступают в какую-либо монополистическую организацию, но как и любой субъект экономической безопасности он имеет ряд рисков и угроз.

Существует множество угроз, с которыми сталкивается предприятия на протяжении всей своей деятельности, с которыми сталкивается малое предприятие. Основное деление их – это деление на внутренние и внешние.

Внешние угрозы экономической безопасности предприятия возникают за пределами предприятия. Они не связаны с его производственной деятельностью. Как правило, это изменение окружающей среды, которое может нанести предприятию ущерб.

Внешние угрозы подразделяют на:

– кардинальные изменения политической ситуации (имеют место быть, но на субъекты малого бизнеса влияния не имеют, если это не войны на территории, где расположен данный субъект)

– макроэкономические кризисы (влияют на устойчивость субъектов малого бизнеса в регионах России)

– изменение законодательства (в основном на субъекты малого бизнеса влияют изменения в налоговом законодательстве)

– противоправные действия криминальных структур (не все субъекты малого бизнеса им подвержены)

– чрезвычайные ситуации природного и техногенного характера (имеют

¹⁸ Нустратуллин. – Уфа: Башкирский институт социальных технологий (филиал) ОУП ВО «АТиСО» 2015.- 228 с.

пассивное влияние, например из-за природных катаклизмов может произойти отключение электроэнергии, что приостановит деятельность предприятия).

Конечно же любое предприятие занято специфической экономической и торговой деятельностью, поэтому понятие внутренних и внешних угроз будет индивидуальны.

Внутренние угрозы подразделяются на:

- нарушение режима сохранения конфиденциальности информации (например передача конкурентам отчетности)
- подрыв делового имиджа
- производственные недостатки, нарушение технологий
- конфликтные ситуации с конкурентами, контролирующими правоохранительными органами
- существенные упущения, как в тактическом, так и в стратегическом планировании
- неправомерные действия собственного персонала.(кражи)

Таким образом, экономическую безопасность можно рассматривать с позиции влияния экономических угроз на состояние деятельности объекта, но так же ее можно рассмотреть с точки зрения получения прибыли, с помощью оптимальной системы учета и анализа деятельности предприятия, а так же путем минимизирования принятия необдуманных рискованных решений.

1.2 Нормативно-правовое обеспечение экономической безопасности

Согласно ФЗ №390 от 7.12.2010 «о безопасности» правовая основа обеспечения экономической безопасности представлена в Конституции РФ общепризнанными принципами и нормами международного права, договорами РФ, федеральными конституционными законами, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами России, законами и нормативными актами субъектов РФ, органов местного самоуправления в

пределах их компетенции.¹⁹

Структура управления обеспечения безопасности РФ осуществляется целым аппаратом управления. Наиболее подробно представлено на рисунке 1.1.



Рисунок 1.1 - Система обеспечения безопасности в РФ

Координацию всей деятельности, обеспечивающей безопасность, осуществляют Президент РФ, возглавляемый и формируемый им Совет Безопасности РФ, а также в пределах своей компетенции Правительство РФ, исполнительные органы государственной власти РФ и органы исполнительной власти ее субъектов, а также органы самоуправления на местах.

Основными законами о безопасности выделяются такие как:

- Конституцию РФ;
- Федеральный закон от 28 декабря 2010 г. № 390-ФЗ «О безопасности»;
- Указ Президента РФ от 31 декабря 2015 г. № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации»;

¹⁹ ФЗ «О безопасности» № 390 от 28.12.2010 г

- Указ Президента РФ от 29 апреля 1996 г. № 608 «О Государственной стратегии экономической безопасности Российской Федерации»;
- Постановление Правительства РФ от 27 декабря 1996 г. № 1569 «О первоочередных мерах по реализации Государственной стратегии экономической безопасности Российской Федерации, одобренной Указом Президента Российской Федерации от 29 апреля 1996 г. № 608».

В таблице 1.3 указаны основные моменты нормативно-правовых актов.

Таблица 1.3 - Характеристика Нормативно-правовых актов о безопасности

Название документа	Основные положения
Стратегия национальной безопасности	Является базовым документом стратегического планирования, определяющим национальные интересы и стратегические национальные приоритеты РФ, цели, задачи и меры в области внутренней и внешней политики, направленные на укрепление национальной безопасности РФ и обеспечение устойчивого развития страны на долгосрочную перспективу ²⁰
Конституция РФ	Формирование нормативной базы для принятия законов и прочих юридических документов, направленных на защиту государственного строя, интересов общества, суверенитета и целостности страны. ²¹
ФЗ «О безопасности»	Определены основные принципы и содержание деятельности по обеспечению безопасности государства, общественной безопасности, экологической безопасности, безопасности личности, иных видов безопасности, предусмотренных законодательством Российской Федерации ²²
Указ Президента РФ «О Государственной стратегии экономической безопасности Российской Федерации»	Указ принят в целях обеспечения национальных интересов Российской Федерации в области экономики и поддержания экономической безопасности страны ²³

Таким образом, в современной России создана прочная нормативная правовая база обеспечения экономической безопасности государства. Вместе с тем современные реалии мирового развития требуют выработки новых подходов к пониманию формирующегося облика новой глобальной реальности и

²⁰ Стратегия национальной безопасности на период до 2030 года

²¹ Конституция РФ. Принята 12.12.1993

²² ФЗ «О безопасности» № 390 от 28.12.2010 г

²³ Указ Президента РФ «О Государственной стратегии экономической безопасности Российской Федерации» от 13.05.2017 №60

дальнейшего совершенствования нормативного для закрепления вопросов обеспечения экономической безопасности Российской Федерации в целях оперативного реагирования на внутренние и внешние угрозы стабильности продовольственного рынка.

Принятый закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 года. №209-ФЗ изменил аспекты классификации компаний. Как малых субъект малого бизнеса, в результате чего многочисленные предприятия малого бизнеса перешли на средние предприятия, в которой максимальное количество сотрудников компании с 200 человек сократилось до 100 человек.²⁴

В экономике Российской Федерации наблюдается значительная неравномерность в распределении малого бизнеса по регионам, что подтверждается соответствующими условиями: степень экономического образования в регионах, взаимоотношения государства и малого бизнеса, природно-финансовый критерии региона, демографическая структура и уровень развития инфраструктуры.

Президентом Российской Федерации определены цели и ключевые направления улучшения общегосударственной политики по развитию конкурентной среды.

Одним из ключевых направлений, общегосударственной политики по формированию конкурентной среды, стимулируют развитие малого и среднего предпринимательства . Общегосударственный проект развития конкуренции в Российской Федерации в 2018-2020 гг. предусматривает, в частности, следующее:

- в любой сфере должно находиться не меньше трех хозяйствующих субъектов, из них хотя бы один должен относиться к малому бизнесу (помимо областей естественных монополий и ОПК);
- к 2020 году следует уменьшить количество «антимонопольных» нарушений органов власти не меньше чем в два раза в соотношении к 2017 года;

²⁴ ФЗ закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 года. №209-

– помимо этого, в два раза к 2020 г. должен быть повышен процент госзакупок у малого бизнеса и СОНО и в 18% покупок госкомпаний у малых и средних компаний.

Важными критериями, оказывающие воздействие на развитие условия в российской экономике в прогнозном варианте (2018 – 2020 гг.), могут быть мероприятия по формированию малого и среднего бизнеса, включающие решение десять ключевых вопросов, направленных на последовательное формирование и повышение эффективности малого бизнеса.²⁵

Одним из приоритетных направлений общегосударственной политики в сфере малого и среднего предпринимательства на современной стадии вывод на новый качественный уровень мер и инструментов для помощи малых и средних компаний.

Целевые индикаторы реализации стратегии в период до 2030 г. отражены в таблице 1.4.

В рамках стратегии развития малого и среднего предпринимательства в РФ, на период до 2030 года, предусмотрено постепенное наращивание оборота малого и среднего предпринимательства с 11,8 до 20%.

Доли занятых в малом и среднем предпринимательстве в общем числе занятых с 27,3 до 35%. Колличества нестационарных торговых объектов круглогодичного размещения и мобильных торговых объектов с 200 тыс.ед до 286 тыс.ед. Минимальной доли участия в государственных закупках до 25%.

Доли экспорта малого и среднего предпринимательства в общем объеме экспорта из России с 7 до 12%.

Доли кредитов малого и среднего предпринимательства в общем кредитном портфеле юридических лиц и индивидуальных предпринимателей с 19 до 23%.

Количества малого и среднего предпринимательства (включая индивидуальных предпринимателей) на 1000 человек населения с 40 едениц до 46 едениц, долю граждан, планирующих открыть свой бизнес в течение 3

²⁵ Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов. / 2017г.

ближайших лет с 7% до 12,5%.²⁶

Таблица 1.4 – Целевые индикаторы реализации Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в РФ на период до 2030 года, %

Показатели	2015 г.	2018 г.	2020 г.	2025 г.	2030 г.
Изменение оборотов МСП к 2014 г.	9,8	11,8	13,4	18,5	25,0
Доля занятых в МСП в общем числе занятых	25,6	27,3	28,4	31,5	35,0
Количество нестационарных торговых объектов круглогодичного размещения и мобильных торговых объектов, тыс. ед.	195,5	200	264	286	286
Минимальная доля участия МСП в госзакупках	18	25	25	25	25
Доля экспорта МСП в общем объеме экспорта из России	6,5	7,0	7,5	9,0	12,0
Доля кредитов МСП в общем кредитном портфеле ЮЛ и ИП	17,3	19,0	20,0	22,0	23,0
Количество МСП (включая ИП) на 1000 человек населения, ед.	39,0	40,0	42,0	44,0	46,0
Доля граждан, планирующих открыть свой бизнес в течение трех ближайших лет	5,0	7,0	7,5	10,0	12,5

Стратегия развития субъектов малого и среднего бизнеса рассматривается как концепция, которая позволяет утвердить действия органов власти на всех уровнях: агентов предпринимательского сообщества и органов инфраструктуры, поддержки и обеспечивать в этой основе соотношение принимаемых мер, ожиданиям бизнеса и общества в целом, по отношению создания благоприятных и комфортных условий для осуществления предпринимательского потенциала людей.

На рисунке 1.2 проиллюстрированы индикаторы реализации Стратегии развития малого и среднего предпринимательства на период до 2030 года.

²⁶ Основы управления предприятием. Экономические механизмы управления предприятием. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 368 с.

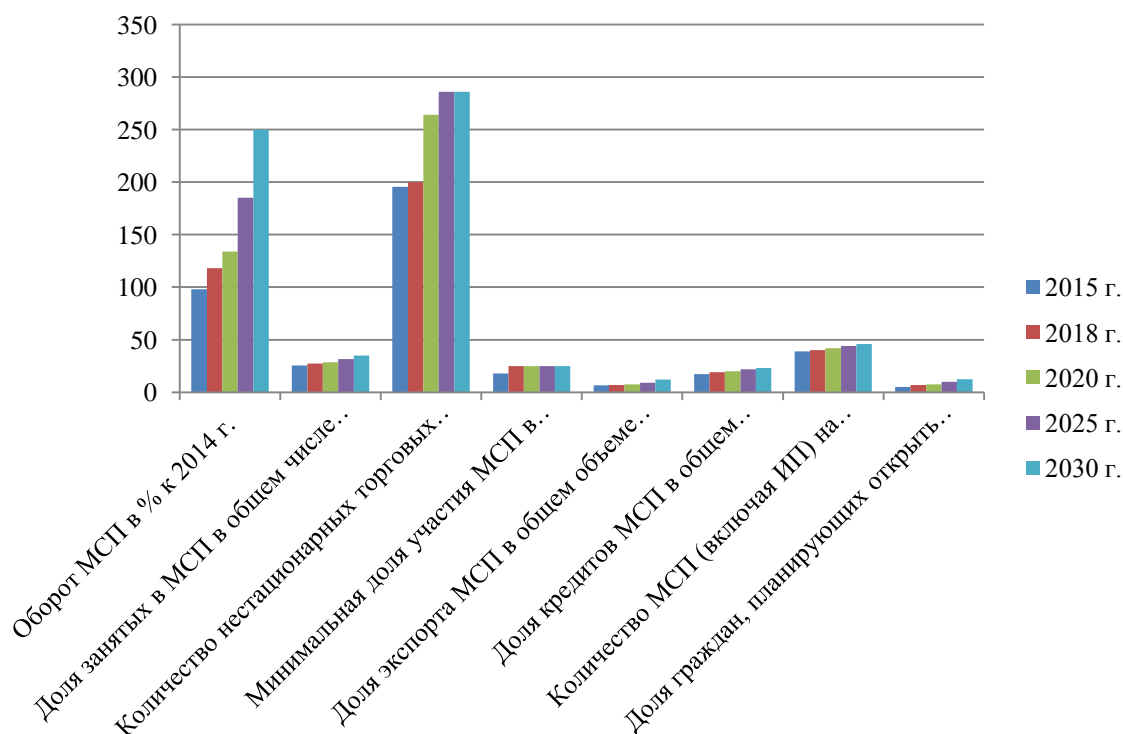


Рисунок 1.2 – Целевые индикаторы реализации Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в РФ на период до 2030 года

Стратегическим курсом, способствующий повышению эффективности малого бизнеса - это увеличение количества в два раза малых и средних компаний в валовом внутреннем продукте (от 20 до 40%), что станет отвечать уровню цивилизованных стран. Более значимые для бизнеса мероприятия, будут реализоваться в формате системных проектов с использованием инструментов проектного управления.²⁷

Нормативно-правовая база данной по данному направлению еще не развита, а только стремиться к этому, поэтому на данном этапе, все изменения в законодательстве выступают немалым риском, особенно для субъектов малого бизнеса. Поэтому на данном этапе говорить о том, что к 2030 году прогноз реальный – сложно, потому что большинство предпринимателей боятся выходить из теневого сектора экономики, а значит, что фактический и

²⁷ Сооляттэ А.Ю. Управление проектами в компании: методология, технологии, практика: учебник / А.Ю. Сооляттэ. - М.: Московский финансово – промышленный университет «Синергия», 2012-816 с. (Академия бизнеса).

прогнозные данные могут существенно отличаться.

1.3 Экономическая безопасность субъектов малого бизнеса в сфере индустрии красоты

Особую актуальность государственной деятельности по обеспечению экономической безопасности определяет современное социально-экономическое положение России.

Угрозы и уязвимости рассматриваются как факторы внешней и внутренней предпринимательской среды, которые могут повлиять на устойчивость экономической деятельности или даже навредить развитию бизнеса. Последнее означает потерю хозяйствующим субъектом безопасности и возникновение опасности, что на деле проявляется в утечке значительной части активов, уходе с рынка, банкротстве, разорении и других нежелательных последствиях. Состояние экономической безопасности оценивается внешними, внутренними и специфическими факторами.

На стадии бизнес-планирования в индустрии красоты возникают первые угрозы, так как почти 90% предпринимателей допускают главную ошибку, которая может повлиять на целесообразность бизнеса: несоответствие задуманного инструментария продвижения и выделенного на эти статьи финансирования. Без него должного привлечения основного клиентского потока невозможно (активная конкурентная среда).

Учитывая тот факт, что внешняя красота является производным от состояния здоровья, то нужно не забывать о том, что многие услуги в салоне красоты требуют лицензирования кабинетов. Государство жестко регламентирует сферу здравоохранения. Согласно исчерпывающему перечню услуг, для оказания которых, лицензия Роспотребнадзора требуется в обязательном порядке. Согласно постановлению № 291 от 16.04.2012 салон красоты обязан получить медицинскую лицензию, если в числе его направлений есть такие деятельности, как:

- массаж медицинский (общий, тайский, мануальный);

- косметология (плазмо- и мезотерапия, нитевой лифтинг, контурная пластика, некоторые виды аппаратной косметологии)
- диетология.²⁸

Рынок индустрии красоты это – опосредованная взаимосвязь между производителями и потребителями услуги в форме купли-продажи услуг, сфера реализации товарно-денежных отношений, а также вся совокупность средств, методов, инструментов, организационно-правовых норм, структур, обеспечивающих функционирование таких отношений.²⁹ Экономическая безопасность субъектов малого бизнеса в сфере индустрии красоты на данном этапе имеет ряд проблем, которые влияют на экономическую безопасность предприятия.

Салонный бизнес к упадку является незнание и неумение управлять, отчего довольно быстро в салоне начинают управлять сами мастера, в результате чего их доход становится больше, чем у самого собственника салона.³⁰

Правильно поставленного учета нет и в половине современных салонов красоты. Отсюда вытекают проблемы с воровством материалов, надомным обслуживанием, уводом клиентов при увольнении и т.п.

Нехватка квалифицированных кадров. На сегодняшний день можно говорить об отсутствии профессиональных менеджеров и управленцев в салонном бизнесе. Как правило, в него приходят люди «из ремесла» - косметологи, парикмахеры и начинают выстраивать свой маленький бизнес так, как его видят.

Наличие достаточно большого «серого» рынка. По оценкам экспертов, на долю недоброкачественной косметики в настоящее время приходится 15-20%. Такое большое количество «серых» поставщиков затрудняет развитие бизнеса красоты.

Кроме того, существуют и законодательные проблемы, тормозящие развитие

²⁸ Постановление Правительства №291 от 16.04.2012

²⁹ Разумный менеджмент. Статья 2017 года // [Электронный ресурс]: <http://www.imanagment.ru/zooms-656-1.html>

³⁰ Варнакова Г. Ф., Водопьянова А. В., Шатров Д. В. Человеческий фактор как одна из внутренних угроз экономической безопасности хозяйствующего субъекта // Успехи современной науки. 2016. №12, Т.3. с. 113 – 115;

рынка: например, многие новые косметические средства и препараты, которые используются на Западе, в течение долгого времени не могут получить регистрацию в России. К факторам, сдерживающий рост, относится, прежде всего, низкая платежеспособность населения. Кроме того продолжают активно работать частные косметологи, принимающие клиентов на дому вне правового поля. В Европе проблема работающих на дому мастеров, которые демпингуют и уводят клиентов из салонов, давно уже решена на законодательном уровне, сделав подобный бизнес попросту невыгодным. В России же частники тормозят развитие цивилизованного бизнеса.

В конце 2015 году из-за резкого роста курса валют дистрибьюторы препаратов значительно повысили цены. В результате салоны и клиники разделились на две группы. Первые, не желая изменять политику ценообразования и отказываясь от любимых препаратов, повысили цены. Вторые, решив реагировать гибче, изменили линейку средств, оставив цены на свои услуги на прежнем уровне. При этом спрос на услуги салонов красоты все равно снизился по причине снижения уровня жизни населения и его платежеспособности. По этой причине многие уже существующие салоны красоты вынуждены были закрыться, а мастера уйти работать на дому.

Снижение платежеспособного спроса, ужесточение трудового законодательства, требований Роспотребнадзора и т.д. привело к тому, что официально и полностью соблюдая все требования закона, могут работать лишь крупные салоны красоты. На сегодняшний день важным фактором определения судьбы многих субъект малого бизнеса, в том числе и салонного бизнеса, на первый план выходит такое явление как репутация. Поэтому труднее всего заведениям, существующим на рынке менее трех лет. Клиента в салон класса люкс можно привлечь высочайшим качеством услуги и эксклюзивностью бренда, тогда как для основной части населения нужен доступный «средний чек» и приличное качество услуг. Открытие салона красоты чревато высокой вероятностью возникновения рисков, негативным образом влияющие на

успешное развитие салона красоты. Однако данные риски могут быть преодолены путем определенных мер воздействия.

Субъекты малого бизнеса в индустрии красоты сталкиваются с большим количеством угроз, начиная с планирования и на протяжении всего функционирования. Многие угрозы не учитывают при планировании, что усложняет развития бизнеса.

1.4 Методы оценки экономической безопасности субъектов малого бизнеса

Эффективное функционирование предприятия зависит от уровня его экономической безопасности.

Оценки уровня экономической безопасности осуществляется на основе научных подходов и с помощью разработанных методик. Не стоит отождествлять эти понятия, что в литературе встречается часто.³¹

Для использования экономической безопасности предприятия в хозяйственной системе необходимо решение следующих вопросов: установление градации экономической безопасности, установление методов оценки состояния и уровня экономической безопасности, установление показателей экономической безопасности предприятия, установление способов обеспечения требуемого уровня безопасности.

Следовательно, в результате проведенного анализа существующих методов выявлены недостатки, которые могут негативно, повлиять на определение уровня экономической безопасности субъект малого бизнеса представлены в таблице 1.5.

Таблица 1.5 - Методы оценки уровня экономической безопасности предприятия

Авторы	Методы
Т. Васильцев ³²	Экспертная оценка, мониторинг социально экономических показателей, анализ и обработка сценариев, оптимизация, многомерный статистический анализ, теоретико-игровые методы, теория искусственных нейронных сетей

³¹Карпов А.В. Психология менеджмента: учеб. пособие / 2010г. – с 107

³² Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення: монографія / Т.Г. Васильців. — Львів: Арал, 2008. — 384 с

С. Мищенко ³³	Экстраполяция (экстраполяция параметрических зависимостей, экстраполяция временных тенденций); экспертные методы (опрос, экспертные комиссии, составление аналитических докладных записок, "мозговая атака", "Дельфи"); структурно-аналитические методы (моделирование, иерархическая декомпозиция, морфологический анализ, матричный метод, сетевой анализ)
С. Довбня, Н. Гичова ³⁴	Методы комплексной оценки угроз (интегральная оценка риска, оценка эффективности защитных мероприятий); методы комплексной оценки экономического потенциала предприятия (оценка конкурентного статуса фирмы, интегральная оценка соблюдения интересов компании, SWOT-анализ)

По итогам результатов анализа наиболее известных подходов к оценке уровня экономической безопасности предприятия, можно сделать вывод, что эти подходы весьма сложно использовать для оценки уровня экономической безопасности предприятия, можно сделать вывод, что наиболее эффективно можно оценить экономическую безопасность субъектов малого бизнеса в сфере красоты по методу комплексной оценки угроз.

В настоящее время термин «экономическая безопасность» приобретает значимость не только на мировом уровне и макроуровне, а также на микроуровне (отдельного хозяйствующего субъекта). Важность определения степени экономической безопасности компании подтверждается тем, что в ходе своей деятельности предприятие может нести определенные риски и убытки. Поэтому хозяйствующему субъекту необходимо заниматься мониторингом уровня своей экономической безопасности, чтобы вовремя успеть принять превентивные меры. При определении уровня экономической безопасности предприятия необходимо оценивать риски не только внутренней среды компании, но и внешней среды (конкуренты, отрасль, страновая принадлежность, покупатели, поставщики и т.д.). Методы оценки экономической безопасности предприятия делятся на качественные и количественные. Примером качественного метода определения экономической безопасности организации может служить метод SWOT-анализа, который описывает сильные и слабые стороны, возможности предприятия, а

33 Мищенко С.Н. Система обеспечения экономической безопасности организации: дис. на соискание учёной степени канд. экон. наук: 08.00.05 / С.Н. Мищенко. — Ростов-на-Дону, 2004. — 197 с.

34 Довбня С.Б. Діагностика рівня економічної безпеки підприємства / С.Б. Довбня, Н.Ю. Гічова // Фінанси України. — 2008. — №4. С. 88-97.

также угрозы внешней среды, которые изображены на рисунке 1.3.

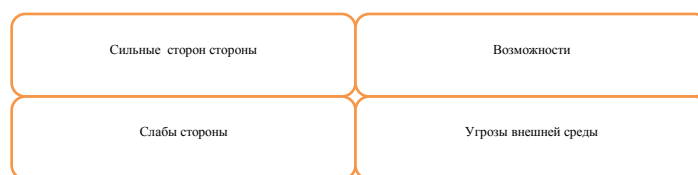


Рисунок 1.3 – SWOT-анализ предприятия

Сильные стороны показывают внутренние характеристики компании, которые обеспечивают конкурентное преимущество на рынке или более выгодное положение в сравнении с конкурентами.

Слабые стороны или недостатки компании показывают внутренние характеристики компании, которые затрудняют рост компании. За счет слабых сторон компания может потерять долю рынка в долгосрочной перспективе и утратить конкурентоспособность.

Возможности компании – негативные факторы внешней среды, которые могут повлиять на рост бизнеса в будущем. Значение возможностей рынка для компании в стратегическом планировании: возможности рынка олицетворяют источники роста бизнеса. Возможности необходимо анализировать, оценивать и разрабатывать план мероприятий по их использованию с привлечением сильных сторон компании.

Угрозы компании – негативные факторы внешней среды, которые могут ослабить конкурентоспособность компании на рынке в будущем и привести к снижению продаж и потере доли рынка. Значение рыночных угроз для компании в стратегическом планировании: угрозы означают возможные риски компании в будущем. Каждая угроза должна быть оценена, с точки зрения возможности потерь. Против каждой угрозы должны быть предложены решения для их минимизации.

В свою очередь, количественные методы оценки экономической безопасности представляют собой модели, в которых присутствуют взаимосвязанные между собой показатели. Сама по себе любая организация является социально-

экономической системой и обладает всеми свойствами, которые присущи системе. Следовательно, системный подход должен учитываться при анализе экономической безопасности предприятия.

В соответствии с теорией хозяйственной системы, темп роста показателей выхода организации должен превышать темп роста показателей на входе.³⁵ Поэтому нормативные соотношения между показателями для организации выглядят, как указано в таблице 1.6.

Таблица 1.6 – Пример динамического норматива хозяйственной деятельности организации.²¹

Эталон	Показатели
1 ранг	Валовый доход
2 ранг	Стоимость основных фондов
3 ранг	Себестоимость
4 ранг	ФОТ с премиями
5 ранг	Численность производственного персонала

Данная теория очень близка к системе сбалансированных показателей, предложенных Р.С. Капланом и Д.П. Нортоном для экономики информационного типа³⁶. В таблице 1.6 представлена идеальная ранжировка показателей организации для ее успешного функционирования. Для каждого показателя рассчитывается темп роста, далее присваивается ранг: наибольшему темпу прироста – 1, 2, 3 и т. д. Так, фактический ранг сравнивается с рангом эталонной системы. В том случае, когда наблюдается несовпадение ранга эталонной системы и фактического ранга, то для дальнейшего анализа качества и эффективности деятельности организации необходимо найти разницу между фактическим рангом и рангом эталонной системы. Инверсия показателей получается, когда ранг нижестоящего показателя ниже ранга вышестоящего. Качество и эффективность хозяйственной деятельности организации находится с помощью следующих коэффициентов:²⁰

³⁵ Эйснер Ю.Н., Заграновская А.В. Теоретические основы системного подхода и инструментальные средства системного анализа в социально-экономических исследованиях. СПб: Изд-во СПбГЭУ, 201

³⁶ Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М., 2005.

1) показатель качества хозяйственной деятельности рассчитывается по формуле(1).

$$K = 1 - \frac{6 \sum_1^n (R_{\text{э}} - R_{\text{ф}})^2}{n(n^2 - 1)}, \quad (1)$$

где n – число показателей;

$R_{\text{э}}$ – номер эталонного ранга показателя;

$R_{\text{ф}}$ – номер фактического ранга показателя;

2) показатель эффективности хозяйственной деятельности рассчитывается по формуле (2).

$$\text{Э} = 1 - \frac{4 \sum_1^n M_i}{n(n - 1)}, \quad (2)$$

где n – число показателей,

M_i – суммарное количество инверсий;

3) комплексная оценка эффективности и качества хозяйственной деятельности рассчитывается по формуле (3).

$$O_k = \frac{(1 + \text{Э})(1 + K)}{4}, \quad (3)$$

где Э – показатель эффективности хозяйственной деятельности организации,

K – показатель качества хозяйственной деятельности организации.

Приведенные показатели оценки качества и эффективности хозяйственной деятельности организации принимают значения от 0 до 1. Соответственно, значение, близкое к 1, свидетельствует о высокой оценке качества и эффективности. Данный метод полезен в практическом использовании, так как компания видит, к чему нужно стремиться в динамике. При анализе

экономической безопасности предприятия помимо системного подхода оценки качества и эффективности хозяйственной деятельности организации могут быть использованы коэффициенты финансового анализа. М.В. Егорова считает, что экономическая безопасность предполагает эффективность финансовой деятельности компании, и выделяет понятие финансовой безопасности³⁷. А.В. Шохнер предлагает свою методику оценки уровня экономической безопасности на основе нормативов коэффициента соотношения заемных и собственных средств и коэффициента соотношения заемных средств и активов компании.³⁸

В результате, экономическая безопасность может быть оценена с помощью следующих показателей, которые рассчитываются по формуле (4).

$$\text{Доля заемных средств} = (\text{Краткосрочные обязательства} + \text{Долгосрочные обязательства}) / \text{Сумма активов} \times 100\%. \quad (4)$$

Доля заемных средств характеризует финансовую независимость организации, поэтому предельное значение для данного показателя не меньше 50%. Если коэффициент меньше 50%, то организация будет считаться финансово зависимой и, следовательно, экономически небезопасной. Следующий коэффициент показывает, сможет ли организация быстро вернуть свои краткосрочные обязательства (сроком менее 1 года), распродав свои оборотные активы. Это показывает коэффициент текущей ликвидности (current ratio – CR), рассчитываемый по формуле (5).

$$CR = OA/KO, \quad (5)$$

где OA – сумма всех оборотных активов организации;

³⁷ Егорова М.В. Финансовая безопасность предприятия и ее угрозы и влияние на экономическую безопасность предприятия // Социально-экономические проблемы в современной России. Сборник научных трудов преподавателей и магистрантов. М., 2017. С. 62-65.

³⁸ Шохнер А.В. Математические методы оценки экономической безопасности хозяйствующих субъектов // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2012. № 6 (42).

КО – сумма всех краткосрочных обязательств организации.

Согласно общепринятым международным стандартам, показатель текущей ликвидности должен находиться в пределах от единицы до двух.³⁹ Поэтому чем выше данный показатель, тем предприятие более ликвидно и, следовательно, более экономически безопасно. Следующим методом количественной оценки экономической безопасности хозяйствующего субъекта является функциональный анализ внешней среды на основе среднеотраслевых показателей.

Среднеотраслевые показатели рассчитываются по исходной информации о конкурентах, которые затем при помощи регрессионного анализа сравниваются с теми, которые получит организация.⁴⁰ Методика опирается на принципы подражания, сравнения показателей фирмы, которая осуществляет планирование, с экономическими показателями конкурентов. В итоге, находится функциональная зависимость по отрасли.

Эта математическая зависимость показывает, какие в среднем по величине должны быть активы, чтобы обеспечить планируемый объем реализации (выручки). Вместо объема активов могут быть рассчитаны как денежные средства, так и запасы, дебиторская задолженность, внеоборотные активы, кредиторская задолженность, задолженность по оплате труда и налогам, себестоимость реализованной продукции. О.Б. Кузнецова отмечает, что для количественного определения уровня экономической безопасности, помимо методов анализа ограниченного числа показателей, применяются многофакторные интегральные методы анализа.⁴¹

Например, модели вероятности банкротства предприятия О.П. Зайцевой, В.В. Ковалева, Альтмана, Бивера, Спрингейта, Таффлера, Тишоу, Фулмера и др.⁴² Все предложенные количественные методы оценки экономической безопасности предприятия (ЭБП) можно отразить в формуле (6).

³⁹ Романовский М.В. Корпоративные финансы. СПб.: Питер, 2014

⁴⁰ Галенко В.П. Бизнес-план: практикум. М.: Бератор-Пресс, 2002.

⁴¹ Кузнецова О.Б. Оценка информационных рисков в обеспечении экономической безопасности предприятия // Труды Института системного анализа Российской академии наук. 2007. Т. 31. С. 77-98

⁴² Кольшшин А.В. Прогнозирование развития банкротства в современной России: Дисс. ... канд. экон. наук. СПб., 2003. 152 с.

$$\text{ЭПБ} = \sum_1^n \text{Pi} \times \text{Ki}, \quad (6)$$

где ЭБП – уровень экономической безопасности предприятия,

Pi – значения показателей индикаторов ЭБП;

Ki – коэффициенты влияния на ЭБП для каждого Pi ;

i – индексы индикаторов в данной модели.

А.В. Шохнех отметила, что похожая формула расчета совокупного критерия экономической безопасности была предложена А.В. Лекаревым, А.П. Судоплатовым и В.П. Мак-Маком, где составляющие и их удельные веса экономической безопасности определяются экспертным методом.²³ В процессе своей хозяйственной деятельности организация может осуществлять инвестиции, заниматься проектным финансированием. Инвестиционный проект должен быть экономически целесообразным и экономически безопасным для хозяйствующего субъекта.

Инвестиционный проект - это новация, которую планирует внедрить организация в свою хозяйственную деятельность. Инвестиционный проект обладает следующими характеристиками: срок окупаемости, отрицательные денежные потоки (инвестиции, расходы), положительные денежные потоки (доход), возможные риски. Чем выше амплитуда и частота колебаний денежных потоков, тем выше уровень неопределенности проекта и, соответственно, ниже уровень экономической безопасности. Также необходимо отметить, что чем меньше срок окупаемости проекта, тем меньше число возможных экономических рисков и выше уровень экономической безопасности проекта и организации, и наоборот.

Поэтому значительную роль в определении степени экономической безопасности предприятия играет оценка инвестиционной привлекательности внедряемых проектов.

Для оценки инвестиционной привлекательности проекта используется метод

чистой приведенной стоимости (NPV) рассчитывается по формуле (7)⁴³.

$$NPV = -IC_0 + \sum_1^n \frac{CF_n}{(1+i)^n}, \quad (7)$$

где NPV – чистая приведенная стоимость;

IC_0 – величина первоначальных инвестиций в проект;

CF_n – величина денежного потока в период n;

n – количество периодов.

Далее находится функциональная зависимость чистой приведенной стоимости от параметров инвестиционного проекта. Затем осуществляется анализ чувствительности чистой приведенной стоимости NPV и анализ различных возможных сценариев внедрения проекта в таблице 1.7.

Как правило, чистая приведенная стоимость (NPV) наиболее чувствительна к изменению цены продукции и изменениям удельной себестоимости. Поэтому для анализа сценариев были взяты такие факторы, как выручка (так как цена является ее составляющей) и себестоимость единицы продукции.

Таблица 1.7 – Анализ сценариев внедрения инвестиционного проекта

Сценарий	Существенные параметры	NPV	Pi	NPV Pi
Оптимистический	Выручка увеличится на 10% Себестоимость уменьшится на 5%	NPV opt	0,25	0,25 NPV opt
Пессимистический	Выручка уменьшится на 15% Себестоимость увеличится на 10%	NPV pes	0,25	0,25 NPV pes
Базисный	Показатели выручки и себестоимости останутся без изменений	NPV bas	0,5	0,5 NPV bas

Как правило, чистая приведенная стоимость (NPV) наиболее чувствительна к изменению цены продукции и изменениям удельной себестоимости. Поэтому для анализа сценариев были взяты такие факторы, как выручка (так как цена является ее составляющей) и себестоимость единицы продукции.

⁴³ Lawrence J., Gitman, Chad J. Zutter Principles of managerial finance. 2010

В таблице 1.7 представлены 3 сценария, которые возможны после внедрения инвестиционного проекта, соответствующие каждому из сценариев значения чистой приведенной стоимости (NPV).

Столбец P_i обозначает вероятность наступления каждого из сценариев. Если $\sum NPV \times P_i > 0$, то проект экономически эффективен и не будет негативно влиять на экономическую безопасность организации.

Таким образом, уровень экономической безопасности предприятия может быть оценен с помощью частных, многофакторных интегральных, системного и проектного методов. Данные методы оценки экономической безопасности предприятия могут применяться на всех ступенях управления (анализ, контроль и планирование).

Не маловажный факт для оценки экономической безопасности имеет срок окупаемость субъекта малого бизнеса. Самым оптимальным для окупаемости субъекта малого бизнеса можно считать простой срок окупаемости. Для того, чтобы вычислить его, на потребуеется формула.(8)

$$PP = \frac{K_0}{KFcr} \quad (8)$$

Где PP – простой срок окупаемости

K_0 - общий объем бизнес инвестиций проекта

$KFcr$ – среднегодовая прибыль проекта, после того, как он вышел на плановый объем продаж.

Таким образом, оценка экономической безопасности в целях поддержки и повышения ее конкурентоспособности предполагает учет стадии развития организации, стратегии функционирования на рынке, специфические особенности различных организационно-правовых форм. Кроме того, большая разновидность рисков, сопутствующих на постоянной основе на протяжении всего жизненного цикла существования организации, предполагает применение комплекса методик по их выявлению и оценке.

Для оценки бизнеса в индустрии красоты чаще всего используют сокращенные методы оценки, так как большинство организаций не ведет полную отчетность. Данный фактор снижает возможности комплексной оценки, а значит делает ее недостаточно достоверной.

Выводы по разделу один

Экономическую безопасность можно рассматривать с позиции влияния экономических угроз на состояние деятельности объекта, но так же ее можно рассмотреть с точки зрения получения прибыли, с помощью оптимальной системы учета и анализа деятельности предприятия, а так же путем минимизирования принятия необдуманных рискованных решений.

Нормативно-правовая база данной по данному направлению еще не развита, а только стремиться к этому, поэтому на данном этапе, все изменения в законодательстве выступают немалым риском, особенно для субъектов малого бизнеса. Поэтому на данном этапе говорить о том, что к 2030 году прогноз реальный – сложно, потому что большинство предпринимателей боятся выходить из теневого сектора экономики, а значит, что фактический и прогнозные данные могут существенно отличаться.

Субъекты малого бизнеса в индустрии красоты сталкиваются с большим количеством угроз, начиная с планирования и на протяжении всего функционирования. Многие угрозы не учитывают при планировании, что усложняет развития бизнеса.

Уровень экономической безопасности предприятия может быть оценен с помощью частных, многофакторных интегральных, системного и проектного методов. Данные методы оценки экономической безопасности предприятия могут применяться на всех ступенях управления (анализ, контроль и планирование).

Для оценки бизнеса в индустрии красоты чаще всего используют сокращенные методы оценки, так как большинство организаций не ведет полную

отчетность. Данный фактор снижает возможности комплексной оценки, а значит делает ее недостаточно достоверной.

Экономическая безопасность предприятия — это состояние наиболее эффективного использования ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения стабильного функционирования предприятия. Исследование управления экономической безопасностью организации должно проводиться на основе учета реальной среды функционирования фирмы с возможностью дальнейшей интеграции его результатов и оценки влияния уровня экономической безопасности на конкурентоспособность организации. Количественные показатели экономической безопасности организации после обобщения более наглядно выглядят в графической интерпретации, на основе которой в дальнейшем осуществляется выработка соответствующих мероприятий по повышению безопасности деятельности и, соответственно, конкурентоспособности организации. Оценка показателей экономической безопасности в выпускной квалификационной работе проведена на основе субъекта малого бизнеса, салона красоты «House of beauty», представлена во 2 главе.

2 АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ САЛОНА КРАСОТЫ HOUSE OF BEAUTE

2.1 Оценка уровня экономической безопасности салона красоты House Of beauty

Салон красоты «House Of beauty» ведет свою деятельность на основании ИП Приходько М,В, ОГРНИП 312744810200022, ИНН 74481162099, зарегистрированная в межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы № 17 по Челябинской области. Фактический адрес Университетская набережная д.105.⁴⁴

Салон красоты House Of beauty является коммерческой организацией, следовательно, конечной целью всей ее деятельности является получение прибыли.

Основным видом деятельности является предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты, дополнительным розничная торговля фармацевтическими и медицинскими товарами, косметическими и парфюмерными товарами.

Организационно-правовая форма салона красоты – индивидуальное предпринимательство. Была выбрана система налогообложения – единый налог на вмененный доход, так как на момент регистрации это являлось наиболее привлекательной системой налогообложения.

Тип организационной структуры салона красоты «House of beauty» линейный, так как работники подчиняются только своему непосредственному начальнику и не взаимодействуют друг с другом. Основные преимущества данной организационной структуры:

– четкая система взаимных связей, то есть директор взаимодействует со всеми сотрудниками и может отслеживать «настроение в коллективе», что способствует созданию комфортной обстановки и минимизирует риск возникновения ухода клиентов мастерами из-за их ухода и, соответственно «текучку» кадров ;

⁴⁴ Интернет ресурс: www.rusprofile.ru

– согласованность действий исполнителей, то есть коллектив получает задания напрямую, что исключает утерю информации при донесении, а так же, что применимо для нашего салона, организованность параллельной работы мастеров, что дает возможность клиенту за короткий промежуток времени получить сразу несколько услуг, а салону увеличить ежедневную прибыль;

– простота организационных форм;

Недостатки

– большая ответственность директора заключается в том, что на него возложены все организационные вопросы (закуп материалов, а так же контроль их наличия, обеспечение всех мастеров клиентами, расчет заработной платы, ведение отчетности), а так же директор является работающим мастером, что повышает его ответственность;

– жесткость структуры, означает, что не все мастера взаимозаменяемые, допустим, при болезни парикмахера, его не сможет заменить уборщица.

Далее проведен анализ предприятия по методу количественной оценки экономической безопасности. Для этого проведен анализ тех показателей, которые используются в планировании, учете и анализе деятельности предприятия, что является предпосылкой практического использования этой оценки. Более подробно мы рассматривали в главе 1, пункт 1.4.

На основе выше перечисленных данных можно сделать вывод, что салон красоты «House of beauty» с его организационной структурой работает не достаточно эффективно.

Такая оценка финансового состояния предприятия, дает возможность выявить изменение показателей деятельности предприятия, а так же объяснить причины.

Технологическое оснащение, представляет собой систему оборудования, необходимого для нормального функционирования салона красоты.

В таблице 2.1 представлено оборудование, которое используется в салоне красоты «House of beauty» для осуществления деятельности по оказанию полного спектра услуг предлагаемых салоном.

Таблица 2.1 - Технологическое оборудование салона красоты «House of beauty»

Наименование	Стоимость, руб.	Количество единиц	Срок службы, лет	
			Полезное использование	Фактическое использование
Профессиональный фен	3 790	4	5	7
Машинка для стрижки	3 300	4	3	5
Профессиональная ультрафиолетовая лампа для ногтей	1 500	2	1	3
Стерилизационный шкаф	17000	1	5	10
Водонагреватель проточного типа	18980	1	5	10
Климатизатор	4 280	4	5	10

Из таблицы 2.1 видно, что для нормальной работы салона красоты необходимо большое количество оборудования. Оборудование в салоне красоты новое в замене или ремонте не нуждается, при регулярном техническом обслуживании прослужит длительное время.

Для оценки финансового состояния предприятия необходимо сравнить ключевые показатели, такие как размер выручки или рентабельность капитала и других.

В таблице 2.2. представлен анализ результаты деятельности салона красоты.

Таблица 2.2 - Оценка финансовых результатов салона красоты «House of beauty» за 2018 год, руб.

Показатель	На начало года	На конец года	Сумма	Темп прироста, %
Выручка	3 486 000	3 594 910	108 910	3,1
Переменные затраты	2 123 000	2 340 000	217 000	10,2
Валовая прибыль	1 363 000	1 254 910	(108 090)	(8)
Коммерческие затраты	420 000	470 000	50 000	12
Чистая прибыль	943 000	784 910	(158 090)	(17)
Численность работников	11	10	(-1)	(9)
Среднегодовая стоимость основных средств	103 000	130 000	27 000	26,2
Среднегодовой остаток оборотных средств	170 000	60 000	(110 000)	(64,7)

Исходя из оценки финансовых результатов предприятия, можно сделать вывод о характерных изменениях финансовых показателей за анализируемый период. Анализ произведен на начало и на конец 2018 года.

На конец года выручка повысилась на 108 910 руб. или на 3,1 %, переменные затраты повысились на 217 00 или 10.2%, но валовая прибыль снизилась на 108 090 руб. или на 8 %.

Чистая прибыль на конец года снизилась на 108 090 руб., причиной этого послужило повышение цен на материалы для работы, а так же покупка нового и современного оборудования. В анализируемом периоде увеличение произошло как доходы, так и расходы.

На основании произведенного анализа делается вывод, что для того, чтобы прибыль предприятия не падала, а росла, но при этом не переходить на более дешевый материя, необходимо найти решения сложившейся проблемы.

Пути ее решения заключаются в двух вариантах. Первый вариант – это повышения цен на процедуры, что может спровоцировать потерю уже имеющих клиентов. Второй вариант – это открытие филиала салона красоты «House of beauty». Этот вариант позволит расширить клиентскую базу и провести сегментацию рынка.

Для подтверждения необходимости проведения расширения бизнеса рассмотрим так же коэффициенты эффективности салона красоты «House of beauty» за 2018 год, 4которые представлены в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Коэффициенты эффективности салона красоты «House of beauty» за 2018 год, руб.

Показатель	На начало года	На конец года	Изменение	Темп прироста, %
Рентабельность затрат	0,61	0,65	0,04	6,6
Рентабельность капитала	64,2	53,62	(10,58)	-
Фондоотдача	33,84	27,65	(6,19)	(18,3)
Фондоёмкость	0,03	0,035	0,005	16,7
Фондорентабельность	1323	965	(358)	-
Фондовооруженность	9363	13 000	3637	38,3

В таблице 2.3 представлена рентабельность расходов, которая характеризует насколько деятельность предприятия эффективна, а так же показывает величину затрат, которая приходится на 1 руб. выручки. Данный показатель на конец года

увеличился на 0,04 тыс. руб. и составил 0,65 тыс. руб., связано с приобретением нового оборудования и повышением цен на материалы для работы. Чем ниже этот показатель, тем выше прибыль от деятельности предприятия.

Рентабельность капитала показатель, который характеризует величину прибыли, приходящаяся на рубль вложенного капитала. Этот показатель уменьшился на 10,58 %, и составил 53,62%.

На наш взгляд это произошло потому, что валовая прибыль от деятельности предприятия уменьшилась, а затраты увеличились за счет ввода нового оборудования и иных затрат.

Фондоотдача показатель, показывающий количество оказанных услуг на единицу стоимости основных производственных фондов. Данный показатель на конец года изменился по сравнению с началом года и составил 27,65 руб./руб. (-18,3%). Такая тенденция прослеживается из-за незначительного увеличения доходов от деятельности предприятия и значительного роста стоимости основных производственных фондов на конец года, по сравнению с началом года.

Фондорентабельность показала размер прибыли от реализации оказания услуг, приходящийся на единицу стоимости основных производственных фондов. Этот показатель на конец года снизился на 358 %.

Это объясняется тем, что валовая прибыль от деятельности предприятия на конец года уменьшилась, а стоимость основных производственных фондов увеличилась.

Фондовооруженность показатель характеризующий оснащенность работников предприятия основными производственными фондами (средствами). Этот показатель изменился на 3637 тыс. руб./чел на конец года и составил 13000 тыс. руб./ чел. На это изменение повлияло увеличение стоимости основных производственных фондов в 2018 году. Можно сказать, что стоимость рабочего места увеличилась.

В результате оценки финансового состояния можно сделать вывод, что произошло увеличение выручки от деятельности, но и затраты на оказание услуг

также увеличились, при этом валовая прибыль уменьшилась на 8%. Чистая прибыль на начало 2018 года стала на 108090 тыс. руб. меньше, чем на конец года.

Для того, чтобы обосновать необходимость расширения бизнеса, мы провели анкетирование, так как это наиболее просто способ собрать информацию по интересующим вопросам и сделать соответствующие выводы.

На основе проведенного анкетирования, были составлены графики и сделаны выводы к ним.

На рисунке 2.1 изображено важность местонахождения салона красоты.

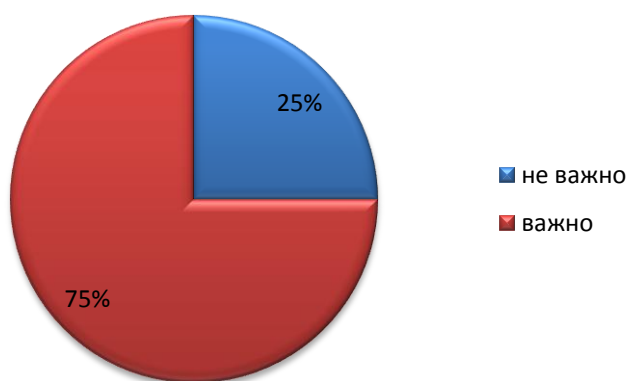


Рисунок 2.1 – Значение местонахождения

Из данной диаграммы следует, что практически каждый из опрошенных людей, 75% привязаны к конкретному месту, и предпочитают посещать салон красоты в определенном месте.

На рисунке 2.2 изображена частота посещаемости.

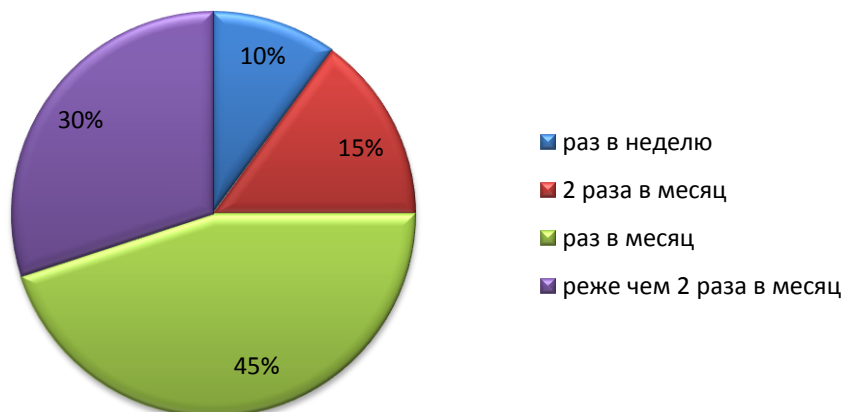


Рисунок 2.2 – Частота посещения салона красоты

Из данной диаграммы следует, что основная часть клиентов нашего салона посещает салон раз в месяц, а именно 45%.

На рисунке 2.3 изображено минимальный уровень оплаты за предоставленные услуги в салоне красоты.

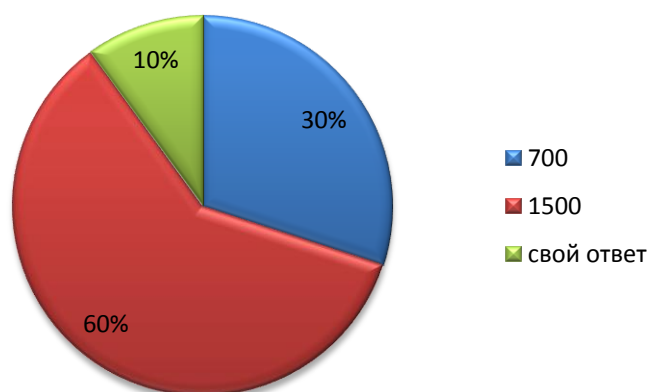


Рисунок 2.3 – Минимальный размер оплаты за предоставленную услугу в салоне красоты

Из данной диаграммы видно, что 65% посетителей готовы потратить 1500р. за один раз, это значит что у основной части посетителей средний или высокий доход.

На рисунке 2.4 изображена готовность мастеров перехода в другие салоны.

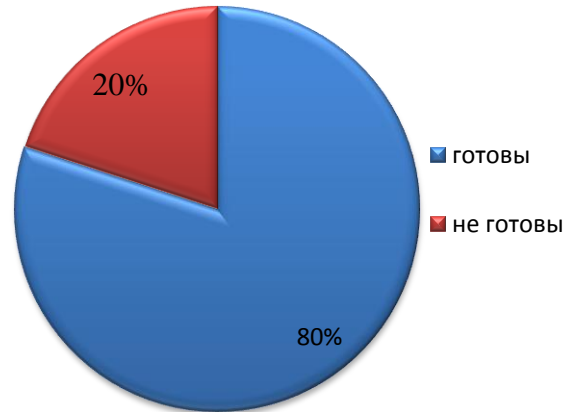


Рисунок 2.4 – Готовность мастеров перехода в другие салоны

Из данной диаграммы следует, что салону красоты очень важно найти хороших мастеров, потому что основная часть опрошенных респондентов 80% готовы уйти в след за мастером в другой салон красоты. Этот как положительно, так и отрицательно. Клиент может уйти из нашего салона за мастером, в случае его ухода, но и так же мы можем перевести мастера в филиал и клиент уйдет за ним.

На рисунке 2.5 изображена возможность негативного влияния плохого обслуживания администратора.

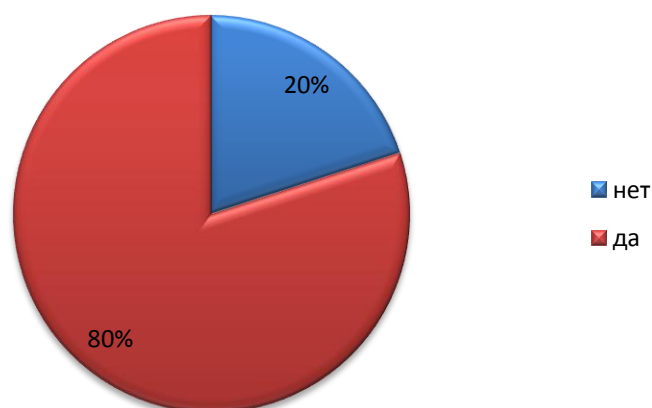


Рисунок 2.5 – Влияние плохого обслуживания администратора на посещаемость

Из данной диаграммы следует, что от обслуживания администратора зависит придёт ли человек во второй раз.

На рисунке 2.6 изображена предпочтительность клиентов к видам услуг, которые оказывает салон красоты.

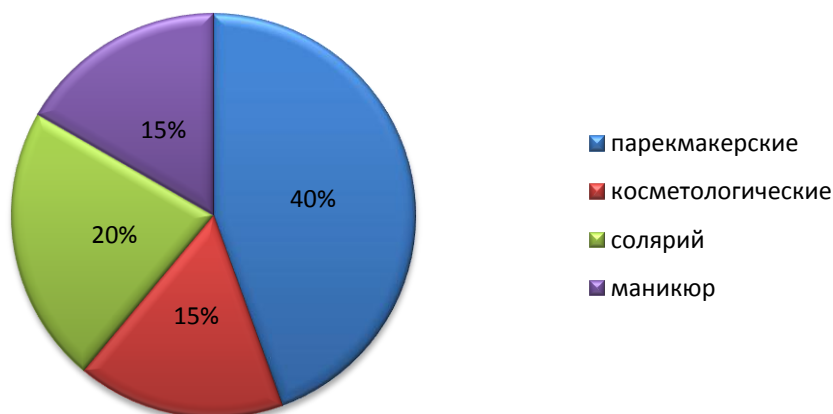


Рисунок 2.6 – Предпочтительность клиента к видам услуг

Из данной диаграммы видно, что услуги парикмахера наиболее востребованы их предпочитают 40% опрошенных людей, далее идут услуги маникюра 20%, наименее востребованы услуги косметолога 5%.

На рисунке 2.7 изображен уровень дохода клиентов салона красоты.

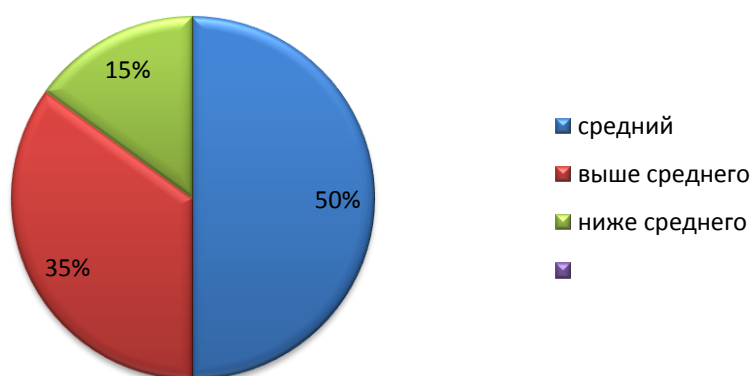


Рисунок 2.7 – Уровень дохода клиентов салона красоты

Из данной диаграммы видно, что большинство респондентов оценивает свой уровень доходов как средний. Исходя из этой предпосылки, руководство салона и

обязано руководствоваться в своей ценовой политике.

При этом существуют и те, кто готов уйти за мастером и платить больше, что и наталкивает на идею перевести более квалифицированных мастеров филиал и с более высокими ценами.

2.2 Анализ внутренней и внешней среды салона «House of beauty»

Анализ внешней среды представляет собой процесс, посредством которого контролируются внешние по отношению к организации факторы, для определения возможностей и угроз для создаваемой организации.

Непрекращающийся рост цен приводит к обесцениванию денежных средств, возмещающих затраты предприятия, что в конечном итоге заставляет предприятие искать источники пополнения оборотных средств, а также к увеличению затрат на коммунальные платежи (вода, отопление, свет) и цен на реализуемую продукцию, что может привести к снижению спроса.

Таким образом, инфляция представлять серьезную угрозу для достижения целей организации и заставила задуматься о расширении бизнеса.

В отношении бытовых услуг населению как вида предпринимательской деятельности на территории Челябинской области применяется единый налог на вмененный доход. Изменение налоговых ставок приведет либо к положительному, либо отрицательному влиянию на деятельность организации. На 1 января внесены ряд поправок, которые неблагоприятно отразились на предприятии.

Например, обязанность установить ККТ до 1 июня 2019 года.⁴⁵

Рыночные факторы. В настоящее время появилось достаточно большое количество фирм, оказывающих услуги салона красоты. Поэтому с точки зрения уровня конкуренции в этой области организации достаточно трудно удерживать свое положение. Однако рынок услуг по организации данного вида салона не

⁴⁵ Интернет-ресурс: kontur.ru

насыщен, кроме того, предлагается ввести новые виды услуг, гибкую систему оплаты и систему скидок, что даст возможность занять устойчивое положение на рынке.

Для анализа деятельности организации и выявления факторов влияющих на ее развитие необходим SWOT-анализ, которые представлены в таблице 2.3.

Таким образом, главным конкурентным преимуществом салона House of beauty основывается на выявлении сильных и слабых сторон конкурентов, на заботе о качестве предлагаемых услуг, на политике снижения цен и предоставления системы накопительных скидок, на максимальное удовлетворение запросов покупателей с различными доходами.

Таблица 2.3 - «SWOT-Анализ салона красоты House of beauty»

Сильные стороны	Слабые стороны
Большая база клиентов(больше 1000) Большой ассортимент предлагаемых услуг Высокая квалификация сотрудников Хорошее оснащение оборудованием Удобные часы работы (с 9 утра и до последнего клиента) Комплексное предоставление услуг	Нет собственного сайта Относительно высокие цены на услуги (анализ конкурентов) Неудобный подъезд к салону красоты Плохая парковка Отсутствие программы продвижения услуг
Возможности	Угрозы
Расширение ассортимента Увеличение количества потенциальных клиентов Увеличение доли рынка Улучшение рекламной компании Продажа сопутствующих средств по уходу.	Увеличение доли рынка основных конкурентов Уменьшение цен на услуги у конкурентов Появление новых конкурентов в зоне действия анализируемого салона красоты Потеря клиентов Спад спроса из-за кризиса

Конкурентная стратегия центра красоты «House of beauty» основывается на выявлении сильных и слабых сторон конкурентов; на заботе о качестве предлагаемых услуг; на политике снижения цен и предоставления накопительных скидок; на предоставлении максимального количества сопутствующих услуг; на максимальном удовлетворении запросов покупателей с различными доходами.

Чтобы выявить наиболее проблемные места в спектре предоставляемых услуг, проведем анализ БКГ в таблице 2.4.

Проведя анализ БКГ, принято решение, что категории услуг, которые

относятся к категории «собаки» - исключить из списка предоставляемых услуг, так как затраты на материалы не целесообразны. Для товаров относящихся к категории «трудные дети» принято выпустить «информативные» буклеты. Для категории «дойные коровы» требуется постоянно проводить обучение персонала, в противном случае будет происходить потеря конкурентоспособности и как вывод снижение доходности. Категория «звезды» имеет большую популярность и минимальную конкурентность, но при этом требует больших затрат на материалы и амортизацию оборудования.

Таблица 2.4 - Матрица БКГ

Классификация	Услуги	Характеристика
«Звезды»	медицинский педикюр ручная роспись ногтей аппаратная косметология	имеет большое преимущество среди конкурентов; благодаря низким ценам(относительно конкурентов) на услуги очень востребованы
«Дойные коровы»	стрижки(мужские/женские); маникюр/педикюр(покрытие гель лаком); окрашивание	часто используемые процедуры, которые приносят основной доход.
«Трудные дети»	подологические услуги(коррекция проблемных ногтей); ламинирование (волос, ресниц)	малоизвестные, для клиентов они непонятны, поэтому сложно продаются
«Собаки»	афрокосы; шугаринг	услуги пользуются очень маленькой популярной среди наших клиентов

Салон «House of beauty» предоставляет большое количество услуг и это не всегда положительно сказывается, так как это означает, что из-за неиспользуемых услуг теряем деньги, которые были вложены в материалы.

Для того, чтобы разграничить стратегии фирмы, направленные на сохранение или увеличение сбыта. Необходимо воспользоваться матрицей Ансоффа, представлена в таблице 2.5.

Таблица 2.5 - Матрица Ансоффа

Метод	Предложение
Старый портфель услуг	Портфель услуг новому сегменту рынка – молодежь (до 35л)
Новейшие методы окраски	Привлечение новых клиентов за счет новых услуг

Таким образом, можно сказать, что при существующем портфеле услуг и имеющемся объеме покупательского спроса существуют отрасли, которые нуждаются усовершенствования и сегменты покупателей, которые нужно охватывать.

2.3 Выявление возможностей повышения уровня экономической безопасности

Как была сказано ранее, бизнес в сфере красоты имеет не мало проблем (информация представлена ранее в 1 главе, в пункте 1.3.), что несомненно сказывается на уровне экономической безопасности.

В пункте 2.1 и 2.2 уже были выявлены такие проблемы, как

- повышение цен на материалы;
- нестабильная налоговая система (очень часто вносятся поправки, которые не всегда положительно отражаются на предприятиях).

Но при этом осталось еще 2 не маловажных пункта – это нехватка квалифицированного персонала и конкуренты.

Квалифицированный персонал в наше время большая редкость, потому что очень много школ выпускает мастеров, что называется «пачками», а те мастера, которые имеют хороший опыт и большую клиентскую базу, как правило работают не в найме, а предпочитают работать либо как индивидуальные предприниматели, либо же работают в теневом секторе экономики.

Решение данной проблемы я вижу в том, чтобы брать на работу малоквалифицированный персонал, заключать договор, в котором указывать, что мастер обязан отработать все обучения.

Помимо профессиональных навыков, все мастера должны проходить обучение

по прямым продажам и общению с клиентами, так как это поднимает уровень продаж, ведь клиент большую часть времени находится в контакте с мастером, нежели с администратором.

Салон «House of beauty» имеет достаточное количество хорошо подготовленных мастеров, которых было принято разделить. Часть останется в действующем салоне, а другая будет направлена в филиал. Это необходимо, так как в новом салоне планируются более высокие цены, и мы не можем рисковать и набирать в него абсолютно «новый» персонал.

Как уже было сказано ранее конкуренты – это не только салоны вблизи, но и «теневики», которые за счет более низких цен, «переманивают» клиентов из салона. Решением пришло само собой. Большинство не выполняют требования СанПин 2.1.2.2631-10 «санитарно-эпидемиологические требования к размещению, устройству, оборудованию, содержанию и режиму работы организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги». Второй вид конкуренции – это салоны, которые находятся «вблизи».

Для этого был проведен анализ конкурентов представленный в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Анализ конкурентов салона красоты «House of beauty»

Критерии оценки	Салон «Кристи»	Салон «Точка»	Студия Али Раяновой
Адрес.	Универсететская набережная 105.	Универсететская набережная 64.	Универсететская набережная 103.
Местоположение	Находится с торца дома, с дороги не видна.	Видна с дороги, большая и удобная парковка	Видна с дороги. Есть парковка, Неудобный заезд.
Виды услуг	Парикмахерские услуги Ногтевая студия	Парикмахерские услуги Ногтевая студия	Парикмахерские услуги Ногтевая студия Макияж
Ценовая политика	Низкий ценовой сегмент. Средний чек 300-800 руб	Средний ценовой сегмент. Средний чек 700-1000 руб	Средний ценовой сегмент. Средний чек 1000-2500 руб

Окончание таблицы 2.6

Способы оплаты	Только наличные	Наличный и безналичный способ оплаты	Наличный и безналичный способ оплаты
Персонал	персонал малоквалифицированный	Является сетью, поэтому большая текучка кадров.	Салон старается следить за уровнем мастеров в своем салоне, проводит обучение.

Данные таблицы представлены на основе программы 2Gis.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что на данном этапе, конкурентами можно назвать только студию Али Раяновой, и то, только по тем услугам, которые предоставляют. В нашем же салоне более широкий спектр услуг, что позволяет сказать, что на данном этапе конкурентов, как таковых – нет. Так как в салоне House of beauty более широкий спектр услуг и не смотря на более высокий ценовой сегмент, он обоснован более качественным предоставлением услуг и наиболее дорогими материалами. Это фактор показывает нам лишь одно, что возможность предоставить услуги не всем категориям дохода, а так как район строящийся, то у большинства людей имеются ипотеки и они стараются найти более дешевые услуги.

Выводы по разделу два

Проведенный анализ расчетных индикативных показателей экономической безопасности субъекта малого бизнеса «House of beauty» показал, что существует ряд угроз экономической безопасности, устранение которых должны стать первоочередными мерами по обеспечению стабильности предприятия.

- снижение рентабельности предприятия, причиной которого стали рост себестоимости продукции, опережающие темпы роста затрат над выручкой от продажи продукции;
- снижение экономической рентабельности предприятия, низкая производительность труда работников, снижение численности работников.

- снижение постоянства кадрового состава предприятия, который во многом определил низкие значения показателей производительности труда, диспропорции в изменениях заработной платы и производительности труда;
- появление нового конкурента. Меры борьбы: - следить за отношениями с клиентами. Удерживать объем посетителей своими постоянными клиентами - качественное выполнение работы.
- потеря репутации среди местного населения будет равносильна катастрофе. Уменьшить риск можно путем найма мастеров, проживающих в данном районе или очень коммуникабельных и позитивных, как личности.
- расширение спектра услуг: создание каких-либо новых процедур и идей - хорошая реклама.
- неблагоприятные изменения рыночной конъюнктуры. К неблагоприятным изменениям рыночной конъюнктуры можно отнести падение спроса и снижение цен на услуги, предлагаемые центром красоты, что может привести к снижению доходов, потери выручки. Причинами могут быть: - снижение жизненного уровня населения, гибкое реагирование на изменение спроса, позволит минимизировать риск.

Рекомендации по повышению эффективности управления экономической безопасностью субъекта малого бизнеса, салона красоты «House of beauty» представлены в третьей главе выпускной квалификационной работы.

3 НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

3.1 Предложения по повышению экономической безопасности

Анализ показателей экономической безопасности (способности противостоять влиянию экономических рисков) субъекта малого бизнеса, салона красоты «House of beauty» выявил недостаточную эффективность деятельности, хотя резервы ее повышения имеются. Кроме того, в конкурентной стратегии данного предприятия отведено значимое место улучшению качества оказания услуг и увеличению рынка ее сбыта. Однако, судя по экономическим показателям деятельности предприятия, шагов в области управления экономическими рисками деятельности не предпринимается. Система факторов экономической безопасности функционирования предприятия должна быть подвержена постоянной оценке, т.е. мониторингу изменения факторов экономического риска и угроз деятельности. Это должно отслеживаться с целью оценки экономического состояния предприятия и его соответствия внешней среде (непрерывный мониторинг). В зависимости от сложившейся ситуации и результатов анализа необходима разработка дальнейшего плана деятельности, обеспечивающего устойчивое развитие предприятия.

Таким образом, управление экономической безопасностью субъекта малого бизнеса, салона красоты «House of beauty» должно представлять собой комплекс действий руководства предприятия, позволяющий выявить динамику и тенденции изменения во времени показателей и факторов риска, характеризующийся мероприятиями в управленческой, кадровой и финансово-экономической областях.

Ранее, в главе 2 мы рассмотрели действующее предприятие, провели его экономический анализ, выявили конкурентов, разобрали основные недостатки и достоинства, а так же выявили основные угрозы, которые влияют на экономическую безопасность предприятия.

Таким образом, выявленный ряд проблем, а именно:

- повышение цен на материалы;
- невозможность повысить зарплаты персоналу;
- невозможность предоставлять желаемое время клиенту;
- налоговые изменения.

Что касается изменений в налоговом кодексе, то тут мы не можем повлиять, но для решения остальных проблем, принято решение расширить бизнес, путем открытия филиала салона красоты «House of beauty» с более высокими ценами и качественным предоставлением услуг, то есть открыть салон «люкс» класса.

Бизнес-план салона красоты «House of beauty» должен учитывать, что даже в современном мире многие люди уделяют своей красоте должное время и посещение салона стало уже обыденной привычкой как для женщин, так и для мужчин в современном мире. К сожалению, помимо положительных результатов, на этом рынке уже очень большой объем конкурентов, к которым могут пойти наши настоящие или потенциальные покупатели. Поэтому необходимо проводить грамотную рекламную кампанию, которая будет привлекать людей.

Проведем качественный анализ рисков и структурируем данные таблицы. Качественный анализ рисков включает в себя расстановку приоритетов рисков. Для эффективности реализации проекта, необходимо усилиться на рисках, обладающих наивысшим приоритетом. Оценка будет происходить по 10-бальной шкале и представлена в таблице 3.1.

Среднее значение оценки рисков показывает, что влияние рисков достаточно существенной. Для этого необходимо составить план по управлению рисками в таблице 3.2

Таким образом, определение рисков было приведено выше и руководителем проекта были определены все мероприятия по избеганию воздействия возможных рисков.

Таблица 3.1 - Качественная оценка рисков

Риски	Вероятность наступления	Объем ущерба	Оценка рисков
Внеплановые перебои в электроснабжении	3	5	15
Срыв сроков разработки и реализации проекта	3	4	12
Непредвиденные штрафы по различным госслужбам	4	3	12
Валютный риск	5	2	10
Поставка бракованной продукции	3	3	9
Повышение цен на продукцию	3	3	9
Повышение цены аренды	1	2	2
Среднее значение:			9,86

Таблица 3.2 - План управления рисками

Риски	Мероприятия
Внеплановые перебои в электроснабжении	Данный риск не зависит от салона красоты «HOUSE OF BEAUTY», поэтому его необходимо только принять
Срыв сроков разработки и реализации проекта	Снижение риска путем составления подробного плана со сроками этапов и работ проекта
Непредвиденные штрафы по различным госслужбам	Снижение риска путем усиления надзора за необходимыми стандартами
Валютный риск	Данный риск не зависит от салона красоты «HOUSE OF BEAUTY», поэтому его необходимо только принять
Поставка бракованной продукции	Передача полномочий решения проблемы поставщику
Повышение цен на продукцию	Повышение цен на услуги
Повышение цены аренды	Уклонение от риска путем составления долгосрочного договора с арендодателем

Открытие филиала требует не только учета рисков, с которыми сталкивается предприятие, но и требует продвижения, так как появление нового салона требует и новых сотрудников и клиентов. Для этого мы составили условно обобщенные и общие виды продвижения, представленные в таблице 3.2.

Таблица 3.3. Виды продвижения товаров и услуг

Виды продвижения	Характеристика
Реклама	Буклеты, каталоги, интернет
Стимулирование сбыта	Различные акции: «Приведи с собой друга, и стрижка в подарок»
Связи с общественностью (PR)	Программа: «Получая косметику – мы сажаем деревья.»
Личные продажи (прямой маркетинг)	Коммуникация с мастером, выполняющим услугу

Салон красоты «HOUSE OF BEAUTY» больший упор делает на рекламу, в основном в интернете. Продвижение в социальных сетях совершенно бесплатно. Создавать рекламу в интернете будет администратор салона либо руководитель, конкретно в таких социальных сетях, как инстаграмм, вконтакте.

Помимо рекламы в интернете салон продвигает себя за счёт различных буклетов, которые впоследствии развешаны по району, где находится салон, и раздаются промоутерами.

Руководство салона планирует проводить различного рода акции, такие как:

- 1) семья: папа (стрижка) + мама (стрижка или укладка) = ребенок (стрижка или укладка в подарок);
- 2) вместе дешевле: приведи подругу или маму и получи скидку 15% на общую сумму услуг;
- 3) почтенный возраст: пенсионерам ежедневно стрижка 150 рублей;
- 4) карта постоянного гостя: 1+2+3+4= 5 стрижка в подарок, в накоплении услуг участвовать может вся семья.

Расчет стоимости затрат на рекламу будет представлен далее в финансовом плане. Сейчас для салонов красоты все более насущной становится проблема конкуренции. Но, несмотря на это, конкуренция также играет в любом бизнесе положительную роль, так как заставляет соперников более интенсивно и рационально трудиться, чтобы не отстать в развитии и не потерять клиентов.

Однако сильная степень конкуренции начинает мешать развитию салона, происходит уход своих клиентов и переманивание сотрудников. Именно поэтому необходимо заранее выявить конкурентов и определить степень их влияния. У каждого конкурента есть свои слабые места, которые следует изучить и учесть в своем салоне.

Рассмотрим непосредственных конкурентов салона красоты «HOUSE OF BEAUTY». Как было указано ранее, филиал планируется в другом ценовом сегменте, поэтому ключевыми конкурентами является исследование салонов люкс класса.

Уровень конкуренции среди салонов среднего класса достаточно высок, так

как именно представителей данного класса на рынке больше всего.

В районе, где будет находиться филиал салона красоты «HOUSE OF BEAUTY» (калининский район города Челябинск) – около 400 салонов красоты среднего уровня. Конкуренты среднего класса, которые находятся ближе всего к исследуемому салону: парикмахерская «Грезы», салон-парикмахерская «Mon Amour», парикмахерская «Ола-ла», салон красоты «Style», студия красоты «Триумф».

Сравним салон красоты «HOUSE OF BEAUTY» с конкурентами, оценив их по 10 бальной шкале по некоторым критериям в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Сравнительная оценка салонов красоты по критериям

Критерии конкурентоспособности	HOUSE OF BEAUTY	Грезы	Mon Amour	Ола-ла	Style	Триумф
Ассортимент услуг	6	5	6	4	5	8
Средняя цена	8	9	7	8	7	5
Интерьер	10	3	5	8	6	7
Качество услуг	9	5	6	8	4	7
Рекламная активность	7	3	5	6	5	4
Уникальность предложения	3	2	3	2	3	3
Качество обслуживания персонала	10	4	5	7	5	5

Для большей наглядности данного сравнения был построен многоугольник конкурентоспособности изображено на рисунке 3.1.

Исходя из анализа, можно сделать вывод о том, что среди близлежащих салонов красоты к салону «HOUSE OF BEAUTY», он является лидером практически по всем показателям. В салоне красоты наиболее приятный и утонченный интерьер салона, самый высокий уровень качества услуг, наибольшая рекламная активность, самый высокий уровень качества обслуживания персонала. Ассортимент салона держится на среднем уровне, и цена не самая приятная для клиентов среди конкурентов. Единственный минус, предложения салона недостаточно уникальны.



РИСУНОК 3.1 – МНОГОУГОЛЬНИК КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ САЛОНОВ КРАСОТЫ

Основные характеристики местоположения филиала салона красоты «HOUSE OF BEAUTY» представлены в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Основные характеристика местоположения

Параметр оценки	Оценка
Адрес помещения	Калининский район, ул. Братьев Кашириных, дом №105
Примерное время езды от центра города (мин)	15-20 минут
Оценка удобства подъезда к салона	Непосредственно перед салоном есть асфальтированная парковка. Дом находится практически на перекрестке, где есть светофор, поэтому не будет проблем при повороте к дому.
Оценка использования окон помещения салона	Помещению, арендуемому под салон выделено два окна, в связи с этим салон достаточно хорошо освещается днем, подоконники украшены декором в стиль всего интерьера салона.
Освещенность вокруг входа в салон	Освещение уличными фонарями обеспечено, так как салон располагается на проспекте.

Помещение будущего салона имеет отделку, помещение готово к эксплуатации, необходимо только оснастить салон оборудованием.

Еще раз проведем SWOT-анализ, но уже филиала салона красоты «HOUSE OF BEAUTY» тем самым определим сильные и слабые стороны. таблица 3.6

Таблица 3.6 – SWOT-анализ салона красоты «HOUSE OF BEAUTY»

Сильные стороны	Слабые стороны
знание своего целевого рынка; имидж салона; рентабельность салона; географическое положение; стоимость сырья; доступность.	высокая конкуренция; малое количество постоянных клиентов у филиала, так как многие постоянные клиенты не готовы уйти за мастером.
Возможности	Угрозы
растущий рынок; благоприятный сдвиг в курсах валют; изменение продвижения.	ослабление роста рынка; неблагоприятный сдвиг в курсе валют; увеличение стоимости сырья; потеря имеющихся клиентов.

СИВ – благодаря открытию филиала можно улучшить имидж салона; при благоприятном сдвиге в курсах валют прибыльность оказания услуг увеличится.

СИУ – при достаточно низкой стоимости сырья можно уровнять финансовую нестабильность;

СЛВ – если изменить тактику продвижения услуг салона, то изменится и уровень конкуренции, расширение ассортимента привлечет большее количество клиентов.

СЛУ – необходимо изменить подход и культуру общения с постоянными клиентами.

Как было сказано ранее, помещение уже готово к эксплуатации, но необходим закуп оборудования и расходных материалов, для этого были составлен перечень необходимого и упорядочен в таблицу, так же в ней приведено количество необходимого оборудования и материалов, стоимость и поставщики, которые могут нам это предоставить. Поставщики были выбраны на основе опыта открытия предыдущего салона, так как именно эти поставщики отличаются надежностью и приемлемыми ценами, а так же имеется возможность доставки оборудования. таблица 3.7 и 3.8

Таблица 3.7 – Необходимое оборудование

Название оборудования	Цена за единицу, руб.	Количество, шт.	Стоимость, руб.	Поставщик
Кресло парикмахерское	7 900	4	31 600	Vsalone.com
Зеркала	4 100	4	16 400	Vsalone.com
Тележка для инструментов парикмахера	2 900	4	11 600	Vsalone.com
Мойка	16 000	2	32 000	Vsalone.com
Стеллаж для сырья и материалов	5 000	2	10 000	Ikea
Корзина для полотенец	1 800	1	1 800	Vsalone.com
Маникюрный стол	2 999	2	5 998	Ikea
Стулья	1 999	5	9 995	Ikea
Комод для сырья и материалов	6 999	1	6 999	Ikea
Лампа настольная	990	2	1 980	Ikea
Лампа для сушки ногтей	1 500	2	3 000	VeraNail
Педикюрное кресло	11 200	1	11 200	КомпанияМэдисон
Сухожаровой шкаф	17 000	1	17 000	VeraNail
Фен	3 790	4	15 160	Виста-центр
Плойка	2 254	2	4 508	Виста-центр
Выпрямитель	3 720	2	7 440	Виста-центр
Триммер	2 710	4	10 840	Виста-центр
Машинка для стрижки	3 300	4	13 200	Виста-центр
Кофе-машина	19 899	1	19 899	Mobit
ИТОГО:			223 620	

В таблице 3.8. Количество расходных материалов рассчитано на 1 месяц.

Таблица 3.8 – Необходимые расходные материалы

Название материала	Цена за упаковку, руб.	Количество, шт.	Стоимость, руб.	Поставщик
Одноразовое полотенце	220	8	1760	Виста-центр
Одноразовый воротничок	60	4	240	Виста-центр
Ватный жгут	535	1	535	Виста-центр
Шампунь	1143	4	4572	Wella
Бальзам	1143	4	4 527	Wella
Маска	1143	2	2 286	Wella
Краска	673	32	21 536	Wella
Порошок	1425	4	5 700	Wella
Окислитель	1425	5	7 125	Wella

Окончание таблицы 3.8

Одноразовый пеньюар	465	4	1 860	Виста-центр
Одноразовые перчатки	370	8	2 960	Виста-центр
Фольга	174	4	588	Виста-центр
Одноразовые салфетки	320	3	960	Виста-центр
Одноразовая пилочка	30	100	3 000	Виста-центр
Одноразовая палочка	15	100	1 500	Виста-центр
Салфетки для ногтевой пластины	190	4	760	Виста-центр
База	850	4	3 400	Artex
Топ	850	4	3 440	Artex
Гель лак	470	25	11 750	Виста-центр
Праймер	400	2	800	Виста-центр
Обежириватель	250	2	500	Виста-центр
Масло	170	1	170	Виста-центр
Декоративные материалы	500	1	500	Виста-центр
ИТОГО:			79 269	

Для оценки уровня постоянных затрат необходимо просчитать и себестоимость товара. Это один из основных показателей эффективности хозяйственной деятельности предприятия. От качества расчета себестоимости зависит обоснованность цен. Себестоимость не только включает затраты на производство и реализацию товара, но и раскрывает экономический механизм возмещения этих затрат. Сметы затрат на услуги можно увидеть в таблицах 3.9,

Таблица 3.9 – Смета затрат на услугу стрижки клиента

Наименование	Количество, шт./л	Цена за упаковку (руб.)	Количество шт. в упаковке	Цена за 1 шт./1 л (руб.)	Сумма затрат, руб.
Одноразовое полотенце	3	220	50	4,4	13,20
Одноразовый воротничок	1	60	50	1,2	1,20
Ватный жгут	0,002			535	1,07
Шампунь	0,003			1143	3,43
Бальзам	0,005			1143	5,72
					58,31

В таблице 3.10 показана смета затрат на услугу окрашивание клиента, в таб. 3.11 смета затрат на услуги маникюр или педикюр. Таким образом, общая сумма затрат расходных материалов на одну процедуру стрижки составит – 58,31 руб., на окрашивание 244,95 руб., маникюр/педикюр – 143,64 руб.

Таблица 3.10 – Смета затрат на услугу окрашивание клиента

Наименование	Количество, шт./л/м	Цена за упаковку (руб.)	Количество шт. в упаковке	Цена за 1 шт./л/м (руб.)	Сумма затрат, руб.
Одноразовое полотенце	5	220	50	4,4	22,00
Одноразовый воротничок	1	60	50	1,2	1,20
Ватный жгут	0,01			535	5,35
Шампунь	0,006			1143	6,86
Маска	0,004			1143	4,57
Краска/порошок/окислитель	0,1			1425	142,50
Одноразовые перчатки	1	445	100	4,45	4,45
Одноразовый пеньюар	1	465	50	9,3	9,30
Фольга	7	174	25	6,96	48,72
					244,95

Помимо расчета затрат на единицу услуги необходимо просчитать затраты на электроэнергию и водоснабжение. Электроэнергия по каждой услуге в таблицах 3.11 – 3.15.

Таким образом, при оказании услуги стрижки необходимо потратить 104,62 руб. как минимум, на использование электроэнергии, при окрашивании – 156,94 руб., а на маникюр/педикюр – 4,43 руб.

Таблица 3.11 – Смета затрат на услуги маникюра или педикюра

Наименование	Количество, шт./мл	Цена за упаковку (руб.)	Количество шт./мл в упаковке	Цена за 1 шт. (руб.)	Сумма затрат, руб.
Одноразовая салфетка	2	320	100	3,2	6,40
Ватные диски	2	60	100	0,6	1,20
Одноразовая пилочка	1			30	30,00
Одноразовая палочка	1			15	15,00
Салфетки для ногтевого покрытия	10	190	240	0,8	7,92
База/топ	1	850	12	70,8	70,80
Гель лак	0,2	470	8	58,8	11,75
Праймер	0,01	400	10	40	0,40
Обезжириватель	0,01	250	150	1,7	0,02
Масло	0,01	170	11	15,5	0,15
					143,64

Таблица 3.12 – Стоимость электроэнергии, затрачиваемой при стрижке

Цена за 1кВт-час (руб)	5,03
Мощность фена (кВт)	2,60
Время использование (мин)	8
Общая стоимость (руб)	104,62

Таблица 3.13 – Стоимость электроэнергии, затрачиваемой при окрашивании

Цена за 1кВт-час (руб)	5,03
Мощность фена (кВт)	2,60
Время использование (мин)	12
Общая стоимость (руб)	156,94

Таблица 3.14 – Стоимость электроэнергии, затрачиваемой при
маникюре/педикюре

Цена за 1кВт-час (руб)	5,03
Мощность лампы (кВт)	0,04
Время использование (мин)	22
Общая стоимость (руб)	4,43

Водоснабжение, затрачиваемое на едино разовое облуживание клиента при стрижке либо окрашивании указано в таблице 3.15. При оказании услуг маникюра и педикюра, данные затраты не нужны, так как вода не используется, только в целях гигиены (помыть руки перед процедурой).

Таблица 3.15 – Стоимость водоснабжения, затрачиваемого на услугу

Цена за кубм (руб)	28
Объем используемой воды (кубм)	0,1
Общая стоимость (руб)	2,8

Таким образом, общая стоимость затрат на водоснабжение, при оказании одной услуги составит 2,8 руб. Данные расчеты будут учтены при составлении плана производства.

Зная размер и динамику показателей, характеризующих риск, имеется

возможность держать под контролем основные показатели своей конкурентоспособности, а также обеспечить проведение мер по их повышению.

3.2. Определение результативности предлагаемых мероприятий.

Затраты необходимые на закуп оборудования и материалов, непосредственно были указаны выше, а именно в пункте 3.1, другими словами инвестиции, нужно распределить на этапы реализации проекта:

1) создание проекта – вся теоретическая часть создания, работа в программе, расчеты, подготовка к реализации;

2) поиск помещения;

3) составление договора об аренде;

4) уборка помещения;

5) регистрация бизнеса;

6) закуп оборудования – на данном этапе происходит закуп всего необходимого: мебели, профессионального оборудования, техники, инструментов;

7) установка оборудования – помимо установки, расположение инструментов по местам;

8) закуп расходных материалов;

9) рекламные мероприятия – включает в себя: заказ баннера, создание визиток и различной печатной рекламы, создание собственного сайта, создание страниц в социальных сетях и размещение там рекламы и информации о салоне;

10) подготовка салона к открытию – уборка и украшение салона перед открытием;

11) открытие филиала салона красоты «HOUSE OF BEAUTY».

Проект по разработке бизнес-плана открытия филиала салона красоты «HOUSE OF BEAUTY» В соответствии с расчетами по затратам и этапами указанных, выше в программе был составлен календарный план (таблица 3.17).

Таблица 3.17 – Календарный план.

Наименование этапа	Длительность	Дата начала	Расходы
Создание предприятия	20	01.07.2019	0
Поиск помещения	3	21.07.2019	0
Составление и подписание договора аренды	3	24.07.2019	50 000
Уборка помещения	2	27.07.2019	3 000
Закуп оборудования	3	29.07.2019	128 252
Установка оборудования	5	02.08.2019	0
Закуп расходных материалов	2	04.08.2019	38 349
Рекламные мероприятия	15	19.08.2019	10 000
Подготовка к открытию	1	20.08.2019	19 899

Таким образом, на графике видно, что непосредственно сама реализация проекта начнется 20 июля 2019 года, а открытие салона произойдет 20 августа этого же года. Затраты на этапах проекта составили: составление договора и первый взнос арендных платежей равен 50 000 руб.; уборка помещения – 3 000 руб.; закуп оборудования – 128 252 руб.; закуп расходных материалов – 38 348 руб.; проведение рекламных мероприятий – 10 000 руб.; покупка кофе-машины 19 899 руб.

Вспомним финансовые расчеты и некоторые другие моменты, которые уже были указаны ранее в данной выпускной квалификационной работе.

Продумывание проекта, а именно открытия филиала салона красоты «HOUSE OF BEAUTY» - 1 июля 2019 года, сама реализация, начиная с 1 июля 2019 года, оказание услуг начиная с 20 августа 2019 года. Проект рассчитан на 2 года. Стартовый капитал 300 000 рублей, данной суммы хватит на первые взносы, поэтому в проекте не используются займы и различные источники финансирования.

С момента оказания услуг появляются постоянные и переменные затраты, которые необходимо оплачивать ежемесячно. Постоянные затраты представлены в таблице 3.18 Переменные затраты необходимые ежемесячно составили 3000 рублей, туда входят затраты на хозяйственные материалы для содержания салона.

Таблица 3.18 – Постоянные затраты, руб.

Наименование	Сумма, руб.
Арендная плата	50 000
Коммунальные платежи	3 000
Охрана	10000
Реклама	2 000
Итого	65000

Заработная плата	Сумма , руб
Управляющий	30 000
Парикмахер 1	20 000
Парикмахер 2	20 000
Мастер маникюра 1	20 000
Мастер маникюра 2	20 000
Администратор 1	15 000
Администратор 2	15 000
ИТОГО	130 000

В ходе расчетов, был получен отчет о прибылях и убытках, увидеть который можно в таблице 3.19

Таблица 3.19 – Отчет о прибылях и убытках

Показатель	2019			
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
Валовый объем продаж	367 400	1 033 500	1 033 500	1 033 500
Налоги с продаж	22 044	62 010	62 730	64 170
Чистый объем продаж	345 356	971 490	982 770	1 005 330
Материалы и комплектующие	65 838	180 621	181 906	184 476
Суммарные прямые издержки	65 838	180 621	181 906	184 476
Валовая прибыль	279 518	790 869	800 864	820 854
Административные издержки	126 000	189 000	189 000	189 000
Производственные издержки	6 000	9 000	9 000	9 000
Маркетинговые издержки	4 000	6 000	6 000	6 000
Зарплата административного персонала	39 000	117 000	117 000	117 000
Зарплата производственного персонала	104 000	312 000	312 000	312 000
Зарплата маркетингового персонала	39 000	117 000	117 000	117 000
Суммарные постоянные издержки	318 000	750 000	750 00	750 00
Амортизация	14 250	21 375	21 375	21 375
Суммарные непроизводственные издержки	14 250	21 375	21 375	21 375
Другие издержки	73 247			
Прибыль до выплаты налога	(127 480)			
Чистая прибыль	(127 480)	(125 979)	(106 485)	16 493

По результатам видно, что чистая прибыль проекта выходит в положительную сторону в первый квартал проекта. Начиная с сентября 2018 года прибыль выходит на стабильный доход.

Помимо прибылей и убытков просчитаем кэш-фло, который отражает денежные потоки в таблице 3.20.

Таблица 3.20 – Кэш-фло

Показатель	2019			
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
Поступления от продаж	367 400	1 033 500	1 033 500	1 033 500
Затраты на материалы и комплектующие	65 838	180 621	181 906	184 476
Суммарные прямые издержки	65 838	180 621	181 906	184 476
Общие издержки	136 000	204 000	204 000	204 000
Затраты на персонал	140 000	420 000	420 000	420 000
Суммарные постоянные издержки	276 000	624 000	624 000	624 000
Налоги	43 734	187 650	188 010	189 450
Кэш-фло операционной деятельности	27 202	41 229	51 584	70 854
Затраты на приобретение активов	128 252			
Другие издержки подготовительного периода	73 247			
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	(68 247)			
Баланс наличности на начало периода	53 127	107 935	148 805	196 762
Баланс наличности на конец периода	300 204	323 806	457 130	638 552

На отчете по кэш-фло можно увидеть, что проект имеет только приток денежных средств, так как все результаты положительны. В первый квартал 2019 года приток имеет не постоянный характер, и изменяется то в большую то в меньшую сторону, но начиная со 2 квартала 2019 года, денежные средства имеют стабильное увеличение в сумме. Кэш-фло проекта имеет увеличение ежеквартально, увеличиваясь в среднем на 30 000 руб. В 1 квартал 2019 года баланс наличности равен 53 126,65 руб, и уже на конец второго квартала он равен 107 935 руб.

Баланс филиала салона красоты «House of beauty», другими словами финансовое состояние проекта показан в таблице 3.21

Таблица 3.21 – Баланс

показатель	2019			
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
Денежные средства	80 329	121 559	173 143	236 873
Суммарные текущие активы	80 329	121 559	173 143	236 873
Основные средства	128 252	128 252	128 252	128 252
Накопленная амортизация	14 250	35 625	57 001	78 376
Остаточная стоимость основных средств	114 002	92 626	71 251	49 876
Оборудование	114 002	92 626	71 251	49 876
Суммарный актив	663 584	623 061	692 260	832 143
Кэш-фло операционный	27 202	41 229	51 584	70 854
Затраты на приобретение активов	128 252			
Другие издержки подготовительного периода	73 247			
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	(68 247)			
Баланс наличности на начало периода	519 875	282 576	405 546	581 905
Баланс наличности на конец периода	300 204	323 806	457 130	638 552

Баланс отражает структуру активов, обязательств и собственных средств предприятия на каждом этапе реализации проекта. В структуре активов баланса выделены три основных группы: текущие активы; основные средства; инвестиции. Суммарные активы проекта имеют стабильное увеличение пропорционально пассивам каждый квартал, в среднем активы предприятия увеличиваются на 60 000 руб. Данный результат является эффективным. Суммарный актив на начало проекта составил 295 000 руб, так как был вложен стартовый капитал 300 000 руб, и затрачены 5 000 руб на нераспределенную прибыль. На второй месяц проекта актив равен 174 253,54 руб. И уже первого августа 2019 года данный показатель равен 310 366,77 руб.

Рассчитаем показатели эффективности проекта. Все эти показатели были рассчитаны программой, а именно чистый дисконтированный доход (ЧДД), индекс доходности (ИД), внутренняя норма доходности (ВНД); срок окупаемости

дисконтированный в таблице 3.22.

Таблица 3.22 – Эффективность инвестиций

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования, %	20
Период окупаемости (PB), %	15
Дисконтированный период окупаемости (DPB), месс	16
Средняя норма рентабельности (ARR), %	207,66
Чистый приведенный доход (NPV)	552 381
Индекс прибыльности (IP)	3,25
Внутренняя норма рентабельности (IRR), %	225,40
Модифицированная внутренняя норма рентабельности (MIRR), %	114,80

Ставка дисконтирования представляет собой процентную ставку, используемую для осуществления перерасчета финансовых потоков в будущем в одну величину текущей стоимости. Ставка была выбрана основываясь на финансовой отчетности проекта. Ставка дисконтирования проекта составляет 20 %. Период окупаемости в общей сложности составил 15 месяцев. Средняя норма рентабельности равна 207,66 %, чистый приведенный доход 552 381 руб, индекс прибыли составил 3,25.

Помимо всех просчетов, сделанных выше, самый необходимый расчет точки безубыточности. Это точка, в которой доходы равны расходам. Точка безубыточности определяет момент, когда инвестиции принесут положительный доход. Или также точка, в которой совокупные издержки равны совокупным доходам. В точке безубыточности нет ни доходов, ни расходов. Это важно для любого, кто управляет бизнесом в виду того, что точка безубыточности является нижним пределом дохода. BEP (в натуральном выражении) = $\frac{\text{Постоянные затраты единицы продукции}}{(\text{Цена единицы продукции} - \text{Переменные затраты на единицу продукции})}$ – таблица 3.22

Для того чтобы рассчитать точку безубыточности в натуральном выражении, были определены: объем продаж каждой услуги, который выражался в количестве единиц в один месяц, цену каждой услуги, выражающуюся в рублях, и перемножив их между собой мы получили значения объема реализации в рублях.

Далее мы разнесли постоянные затраты производства по каждой услуге. Точка безубыточности была посчитана по формуле, указанной ранее, и равна для (ед): женской стрижки 83,9; мужской стрижки 71,1; детской стрижки 92,6; окрашивания 28,6; маникюра 50,7; педикюра 27,5.

Теперь рассчитаем точку безубыточности в денежном выражении по формуле ВЕР (в денежном выражении) = (Постоянные затраты/ (Объем реализации- Переменные затраты)) *Объем реализации – таблица 3.23

Таблица 3.23 – Точка безубыточности в натуральном выражении

Цены, объемы производства	Стрижка женская	Стрижка мужская	Стрижка детская	Окрашивание	Маникюр	Педикюр
Объем продаж (ед./мес.)	130	90	60	45	80	45
Цена (руб./ед.)	800	400	200	2500	900	1200
Объем реализации (руб./мес.)	104 000	36 000	12 000	112 500	72 000	54 000
Общий объем реализации (руб./мес.)	390 500					
Переменные затраты (руб./ед.)	123,5	123,5	120,71	356,95	125,72	128,5
Постоянные затраты (руб/мес) (в т.ч. налоговые отчисления)	213 116,7					
Распределение постоянных затрат по видам продукции пропорционально объемам реализации (пост.*(объем реализ/общий об.р.)	56 758,4	19 647,1	6 549	61 397,3	39 294,2	29 470,7
ВЕР (натуральном выражении)	83,9	71,1	92,6	28,6	50,7	27,5

Показатели для расчета точки безубыточности в денежном выражении были определены в таблице 3.23, и дублированы в таблицу 3.24, а именно объем реализации, переменные затраты и постоянные затраты каждой услуги. Таким образом точка безубыточности была посчитана по формуле и равна в денежном выражении для (руб): женской стрижки 63 095,2; мужской стрижки 27 182,6; детской стрижки 16 999,4; окрашивания 67 258,4; маникюра 42 879; педикюра

30 901. Таким образом, считаем проект эффективным и готовим его к открытию.

Таблица 3.24 - Точка безубыточности в денежном выражении

Цены, объемы производства	Стрижка женская	Стрижка мужская	Стрижка детская	Окрашивание	Маникюр	Педикюр
Объем продаж (ед./мес.)	130	90	60	45	80	45
Цена (руб./ед.)	800	400	200	2500	900	1200
Объем реализации (руб./мес.)	104 000	36 000	12 000	112 500	72 000	54 000
Общий объем реализации (руб./мес.)	390 500					
Переменные затраты (руб./ед.)	123,5	123,5	120,71	356,95	125,72	128,52
Постоянные затраты (руб/мес) (в т.ч. налоговые отчисления)	213 116,7					
Распределение постоянных затрат по видам продукции пропорционально объемам реализации (пост.*(объем реализ/общий об.р.)	56 758,4	19 647,1	6 549	61 397,3	39 294,2	29 470,7
ВЕР (натуральном выражении)	83,9	71,1	92,6	28,6	50,7	27,5
Цены, объемы производства	Стрижка женская	Стрижка мужская	Стрижка детская	Окрашивание	Маникюр	Педикюр
Объем реализации (руб./мес.)	104 000	36 000	12 000	112 500	72 000	54 000
Переменные затраты (руб./мес.)	10 445	9 979,8	7 377	9 803,6	6 019,4	2 499,5
Постоянные затраты (руб/мес) (в т.ч. налоговые отчисления)	56 758,4	19 647,1	6 549	61 397,3	39 294,2	29 470,7
ВЕР (денежном выражении)	63 095,2	27 182,6	16 999,4	67 258,4	42 879	30 901

Основной причиной возникновения рисков может быть дисбаланс межгрупповых и организационных интересов. Носителями интересов выступают заинтересованные стороны проекта и другие участники проекта.

Поэтому риски компании можно классифицировать по заинтересованным

сторонам. Заинтересованные стороны и риски, связанные с ними:

- государство: непредвиденные штрафы по различным госслужбам; валютный риск;
- поставщик: поставка бракованного оборудования; повышение цен на материалы;
- арендодатель: повышение цены аренды; внеплановые перебои в электроснабжении помещения;
- участников проекта: срыв сроков разработки и реализации проекта.

Вывод по разделу три

По результатам исследования в выпускной квалификационной работе выделены принципы проведения мониторинга уровня экономической безопасности предприятия:

- административные (введение регламента проведения мониторинга рынка конкурентов и проведение рекламных мероприятий);
- экономические (оценка индикативных показателей уровня экономической безопасностью предприятия);
- морально-этические. (программа повышение уровня персонала)

Разработан алгоритм управления рисками субъекта малого бизнеса «House of beauty», позволяющий увязать этапы оценки вероятности возникновения рисков, определения возможных последствий в результате их возникновения, оценки возможностей по управлению рисками, мониторинг и контроль управления рисками. Подготовлен план открытия филиала, с учетом рисков включающий блоки по оценке влияния эффективности управления рисками на конкурентоспособность организации, проведен финансово состояние в целом. Механизм позволяет сконцентрировать внимание на внешних и внутренних факторах экономической безопасности организации, непосредственно влияющих

на конкурентоспособности и профессионально разработать обоснованные мероприятия по усилению конкурентных преимуществ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Понятие «экономическая безопасность» неразрывно связано с понятием «национальная безопасность».

Управление деятельностью организации, планирование и прогнозирование уровня ее эффективности невозможно без оценки вероятности возникновения угроз (рисков), связанных с производственной деятельностью.

По результатам проведенного исследования по управлению экономической безопасностью субъекта малого бизнеса «House of beauty» были сделаны следующие выводы.

1. Установлено, что управление экономической безопасностью организации должно осуществляться с учетом стадии развития организации, на основе разработки стратегии функционирования на рынке в соответствии со сферой деятельности. Это определяется тем, что на отдельных стадиях развития субъекта малого бизнеса присутствуют специфические риски, управление которыми требует применения соответствующего комплекса методик по их оценке, выявлению, устранению.

2. В работе определено, что проведение исследования по управлению экономической безопасностью субъекта малого бизнеса должно быть основано на принципах максимальной приближенности к реальной сфере функционирования организации с возможностью интерпретации результатов исследования и их применения на практике. Диагностика экономической безопасности организации должна проводиться комплексно с учетом всех сторон ее деятельности.

3. Анализ показателей эффективности деятельности субъекта малого бизнеса «House of beauty» показал, что экономический потенциал предприятия довольно высокий, показатели, характеризующие результаты его деятельности. Главное внимание уделяется качеству оказания услуг (клиентоориентированности) и качеству материалов.

Уровень экономической безопасности предприятия определяется системой индикаторов, в состав которых входят:

- оценка финансовых результатов;(затраты, прибыль)
- показатели текучести кадров;
- общая экономическая рентабельность;
- показатели использования основных фондов (фондоёмкость, фондоотдача);

Оценки уровня экономической безопасности осуществляется на основе научных подходов и с помощью разработанных методик. Не стоит отождествлять эти понятия, что в экономической литературе встречается часто.

Для использования экономической безопасности предприятия в хозяйственной системе необходимо решение следующих вопросов: установление градации экономической безопасности, установление методов оценки состояния и уровня экономической безопасности, установление показателей экономической безопасности предприятия, установление способов обеспечения требуемого уровня безопасности.

Малый бизнес является одним из наиболее важных резервов роста национальной экономике страны и на его пути ежедневно возникает множество проблем, например неэффективная законодательная база, высокая налоговая нагрузка, ограниченность в финансовых средствах. Данная деятельность важна не только для экономики государства, но и для отдельно взятого гражданина, так как она влияет на все сферы нашей жизни – экономическую, политическую, социальную и научно-техническую.

Непрекращающийся рост цен приводит к обесцениванию денежных средств, возмещающих затраты предприятия, что в конечном итоге заставляет предприятие искать источники пополнения оборотных средств, а также к увеличению затрат на коммунальные платежи (вода, отопление, свет) и цен на реализуемую продукцию, что может привести к снижению спроса. Таким образом, инфляция представлять серьезную угрозу для достижения целей организации и заставила задуматься о расширении бизнеса.

Как было сказано в работе, индустрия красоты имеет не мало проблем (информация представлена ранее в 1 главе, в пункте 1.3.), что несомненно сказывается на уровне экономической безопасности. При этом риски, которые

В пункте 2.1 и 2.2 уже были выявлены такие проблемы, как

- повышение цен на материалы;
- нестабильная налоговая система (очень часто вносятся поправки, которые не всегда положительно отражаются на предприятиях).

Но при этом осталось еще 2 не маловажных пункта – это нехватка квалифицированного персонала и конкуренты. Пути решения которых будут решаться через обучения уже имеющимися квалифицированными кадрами.

Было принято решение расширить бизнес, путем открытия филиала салона красоты «House of beauty» с более высокими ценами и качественным предоставлением услуг, то есть открыть салон «люкс» класса.

Бизнес-план салона красоты «House of beauty» должен учитывать, что даже в современном мире многие люди уделяют своей красоте должное время и посещение салона стало уже обыденной привычкой как для женщин, так и для мужчин. К сожалению, помимо положительных результатов, на этом рынке уже очень большой объем конкурентов, к которым могут пойти наши настоящие или потенциальные покупатели. Поэтому необходимо проводить грамотную рекламную кампанию, которая будет привлекать людей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Варнакова Г. Ф., Водопьянова А. В., Шатров Д. В. Человеческий фактор как одна из внутренних угроз экономической безопасности хозяйствующего субъекта // Успехи современной науки. 2016. №12, Т.3. с. 113 – 115;
- 2 Васильцев Т.Г., Экономическая безопасность предпринимательства/. - Л: Арал, 2008. - 384 с
- 3 Веснин, В.Р., Основы менеджмента: учебник для студ.вузов / В.Р. Веснин. - М.: Проспект, 2016- 306с.
- 4 Галенко В.П., Бизнес-план: практикум. М.: Бератор-Пресс, 2002.
- 5 Гуреева М.А., Экономическая безопасность системы многоуровневого общественного воспроизводства в период глобальных трансформационных процессов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. -335 с.
- 6 Довбня С.Б., Диагностика рынка экономической безопасности предприятия Д - 2008. - №4. С. 88-97.
- 7 Егорова М.В., Финансовая безопасность предприятия и ее угрозы и влияние на экономическую безопасность предприятия // Социально-экономические проблемы в современной России. Сборник научных трудов преподавателей и магистрантов. М., 2017. С. 62-65.
- 8 Ершов М., Как обеспечить стабильное развитие в условиях финансовой нестабильности // Вопросы экономики. – 2015. – № 12. – С. 13-15
- 9 Интернет ресурс: www.rusprofile.ru
- 10 Интернет-ресурс: kontur.ru
- 11 Калинина А., Комплексный экономический анализ предприятия. Краткий курс / Под редакцией Н. Войтоловского, А. Калининой. – М.: Мир, 2016 – 256 с.
- 12 Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М., 2005.
- 13 Карпов А.В., Психология менеджмента: учеб. пособие / 2010г. - с 107

- 14 Клейнера Г.Б., Стратегии бизнеса: Аналитический справочник. - Москва: КОНСЭКО, 2008.
- 15 Козаченко А.В., Пономарев В.П., Ляшенко А.Н. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения. - К.: Либра, 2003.
- 16 Колышкин А.В., Прогнозирование развития банкротства в современной России: СПб., 2003. 152 с.
- 17 Конституция РФ. Принята 12.12.1993
- 18 Кузнецова О.Б., Оценка информационных рисков в обеспечении экономической безопасности предприятия // Труды Института системного анализа Российской академии наук. 2007. Т. 31. С. 77-98
- 19 Мищенко С.Н., Система обеспечения экономической безопасности организации: дис. на соискание учёной степени канд. экон. наук: 08.00.05 / С.Н. Мищенко. - Ростов-на-Дону, 2004. - 197 с.
- 20 Нустратуллин., - Уфа: Башкирский институт социальных технологий (филиал) ОУП ВО «АТиСО» 2015.- 228 с.
- 21 Олейникова Е.А Основы экономической безопасности, - М.: ЗАО Бизнес школа Интел-Синтез, 2003г - 208с
- 22 Основы управления предприятием. Экономические механизмы управления предприятием. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 368 с.
- 23 Петренко И.Н., Безопасность экономического пространства хозяйствующего субъекта. – М.: АНК ИЛ, 2005, с.190.
- 24 Постановление Правительства №291 от 16.04.2012
- 25 Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов. / 2017г.
- 26 Разумный менеджмент. Статья 2017 года // [Электронный ресурс]: <http://www.imanagment.ru/zooms-656-1.html>
- 27 Романовский М.В., Корпоративные финансы. СПб.: Питер, 2014
- 28 Сборник Росстат «Малое и среднее предпринимательство в России». 2017г

- 29 Сенчагова В.К., Экономическая безопасность России:Общий курс: учебник/под ред. - М.: Дело, 2005. - 738 с.
- 30 Сооляттэ А.Ю., Управление проектами в компании: методология, технологии, практика: учебник / А.Ю. Сооляттэ. - М.: Московский финансово – промышленный университет «Синергия», 2012-816 с. (Академия бизнеса).
- 31 Стратегия национальной безопасности на период до 2030 года
- 32 Тамбовцев В.Л., Экономическая безопасность хозяйственных систем: структура проблемы // Вестник МГУ. Сер. 6. Экономика. - 1995.
- 33 Указ Президента РФ «О Государственной стратегии экономической безопасности Российской Федерации» от 13.05.2017 №60
- 34 ФЗ закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 года. №209
- 35 ФЗ «О безопасности» от 5 марта 1992 г. №2446-1
- 36 ФЗ «О безопасности» № 390 от 28.12.2010 г
- 37 Шохнех А.В., Математические методы оценки экономической безопасности хозяйствующих субъектов // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2012. № 6 (42).
- 38 Эйсснер Ю.Н., Заграновская А.В. Теоретические основы системного подхода и инструментальные средства системного анализа в социально-экономических исследованиях. СПб: Изд-во СПбГЭУ, 201
- 39 Ярочкин В.И., Система безопасности фирмы. – М, ИМФРА-М, 2003г
- 40 Lawrence J., Gitman, Chad J. Zutter Principles of managerial finance. 2010

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Экономическая безопасность»

экономическая безопасность в сфере малого предпринимательства

АЛЬБОМ ИЛЛЮСТРАЦИЙ

ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ ЮУрГУ – 38.05.01.2019 242. ВКР

Количество листов _____

Руководитель ВКР, д.э.н, доцент

_____, И.П. Довбий /

_____ 2019 г.

Автор

студент группы ЭУ- 640

_____, Д.В. Манакина /

_____ 2019г.

Челябинск 2019