

*Н. Тарасова,
студентка V курса
факультета экономики и менеджмента
Научный руководитель: Т. Н. Банасько,
кандидат экономических наук, доцент,
Международный гуманитарный университет*

СИСТЕМА АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В связи с переходом экономики Украины в рыночные отношения на протяжении долгого времени экономической безопасности не уделялось должного внимания, мирно проходящая приватизация ведущих государственных предприятий повлекла за собой частичное, а со временем и полное разрушение устойчивой когда-то экономики. В последние годы руководители крупного и среднего бизнеса улучшали показатели конкурентоспособности своих «детищ», чтобы в итоге коррумпированные чиновники путём рейдерства забирали наработанные годами, отлаженные производства и предприятия.

Направленность на «западную модель» экономики происходила, да и происходит в настоящее время, увлеченность созданием на предприятиях служб безопасности и специализированных отделов с соответствующим персоналом. Рассмотрим для начала понятие экономической безопасности в макроэкономическом масштабе. Для страны *экономическая безопасность* – построение экономики таким образом, при котором обеспечивается высокий и устойчивый экономический рост. Происходит эффективное удовлетворение экономических потребностей; контроль государства за движением и использованием национальных ресурсов; защита экономических интересов страны на национальном и международном уровнях является составной частью национальной безопасности, ее фундаментом и материальной основой. Объектом экономической безопасности выступает как экономическая система, взятая в целом, так и ее составляющие элементы: природные богатства, производственные и непроизводственные средства, недвижимость, финансовые ресурсы, людские ресурсы, хозяйственные структуры, семья, личность.

Угрозы экономической безопасности – явления и процессы, оказывающие негативное воздействие на хозяйство страны, ущемляющие экономические интересы личности, общества и государства.

Показатели экономической безопасности – это наиболее значимые параметры, дающие общее представление о состоянии экономической системы в целом, ее устойчивости и мобильности: рост ВВП, уровень и качество жизни большинства населения, темпы инфляции, уровень безработицы, структура экономики, имущественное расслоение населения, криминализация экономики, состояние технической базы хозяйства, расходы на НИОКР, конкурентоспособность, импортная зависимость, открытость экономики, внутренний и внешний долг государства.

Меры обеспечения экономической безопасности – совокупность способов, осознанных действий, направленных на предотвращение внутренних и внешних угроз безопасности [3].

Плавное увеличение масштаб понятия, обратимся к общепринятому термину обозначения «экономической безопасности предприятия»

Экономическая безопасность предприятия представляет собой совокупность факторов, отражающих состояние его защищенности от дестабилизации, пагубного влияния внешних и внутренних угроз, при котором обеспечивается стабильная реализация коммерческих целей и задач предпринимательской деятельности.

Для каждого предприятия «внутренние» и «внешние» угрозы сугубо индивидуальны. Вместе с тем, на наш взгляд, вышеназванные категории включают в себя отдельные элементы, которые присутствуют практически у всех субъектов хозяйственной деятельности.

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

К внутренним угрозам относятся действия или бездействия (в том числе умышленные и неумышленные) сотрудников предприятия, противоречащие интересам его коммерческой деятельности. Последствия этих угроз могут быть в виде нанесения экономического ущерба компании. Утечка или утрата информационных ресурсов (в том числе сведений, составляющих коммерческую тайну и/или конфиденциальную информацию), подрыв делового имиджа в бизнес-кругах, возникновение проблем во взаимоотношениях с реальными и потенциальными партнерами, конфликтных ситуаций с представителями криминальной среды, конкурентами, контролируемыми и правоохранительными органами, производственный травматизм или гибель

Количественный и качественный анализ перечисленных выше угроз позволяет сделать вывод о том, что надежная защита экономики любой компании возможна только при комплексном и системном подходе к ее организации. В связи с этим появился термин «Система экономической безопасности» предприятия.

С моей точки зрения, **системой экономической безопасности предприятия** является комплекс организационно-управленческих, режимных, технических, профилактических и пропагандистских мер, направленных на качественную реализацию защиты интересов предприятия от внешних и внутренних угроз.

Экономическая безопасность предприятия как система, включающая множество элементов, таких как, защита коммерческой тайны и конфиденциальной информации, безопасность основных средств предприятия, безопасность связи и цифровых носителей, несёт в себе основу для информационно – аналитического обеспечения его деятельности.

Информационно-аналитическое обеспечение экономической безопасности предприятия представляет собой определенные службы, которые занимались бы накоплением, защитой и анализом информации. Целью этих служб является накопление всей необходимой информации, касающейся деятельности того или иного субъекта хозяйствования (информация, обо всех видах рынков, необходимая техническая информация, о тенденциях развития национальной и мировой экономики). После накопления полученные данные должны быть проанализированы, и результатом этого анализа должен стать прогноз тенденций развития научно-технических, экономических и политических процессов на предприятии [1, с. 548].

Основополагающим элементом при исследовании экономической безопасности предприятия является выбор ее критерия. Он предполагает признак или сумму признаков, на основании которых делается заключение о состоянии экономической безопасности предприятия.

Экономическую безопасность предприятия можно оценивать с помощью различных критериев [2]:

1. Организационная сторона – в этом случае предполагает сохранение как самого предприятия, так и ее организационной целостности, нормальное функционирование основных подразделений (отделов, служб и т.п.). Основные подразделения фирмы (например, отдел снабжения, производственный отдел, финансовый отдел или бухгалтерия, служба маркетинга) выполняют все свои функции для достижения основной цели предприятия.

2. Правовая сторона – имеется в виду постоянное обеспечение соответствия деятельности фирмы действующему законодательству, что выражается в отсутствии претензий со стороны правоохранительных органов (или контрагентов) к фирме. Кроме того, отсутствуют потери от сделок с внешними партнерами вследствие нарушения последними законодательства (умышленно либо неумышленно). Это обеспечивается юридической экспертизой всех осуществляемых операций и сделок, заключаемых договоров.

3. Информационная сторона – безопасность может быть оценена как сохранение состояния защищенности внутренней конфиденциальной информации от утечки или разглашения в различных формах.

4. Экономическая сторона – проявляется в стабильных или имеющих тенденцию к росту основных финансово-экономических показателях деятельности фирмы

Уровень экономической безопасности является одним из основных показателей инвестиционной привлекательности и надежности предприятия. Реально уровень экономической безопасности предприятия – это характеристика его жизнеспособности. А эта категория особенно существенна в тех отраслях, которые считаются «проблемными» или переживают кризис. Оценивая экономическую безопасность предприятия некоторые положения такой оценки, соответственно, будут пересекаться с определенными видами деятельности предприятия. В основном это затрагивает формирование стратегических интересов предприятия и соответственно их количественного толкования. Соответственно это затрагивает стратегическое управление предприятием.

ЛИТЕРАТУРА

1. Покропивный С. Ф. Экономика предприятия: учебник / под общ. ред. С. Ф. Покропивного. [пер. с укр.]. – [2-го перераб. и доп. изд.]. – К.: КНЭУ, 2002. – 548 с.
2. Бекряшев А. К., Белозеров И. П., Бекряшева Н. С., Леонов И. В. Теневая экономика и экономическая преступность / А. К. Бекряшев, И.П. Белозеров, Н. С. Бекряшева, И. В. Леонов [Электронный ресурс]. – Омск, 2001. – Режим доступа: www.osi.ru
3. Экономическая безопасность [Электронный ресурс] // Экономический словарь. – Режим доступа: <http://abc.informbureau.com>

*О. Шишкіна,
студентка IV курсу
Науковий керівник: О. П. Чукурна,
кандидат економічних наук, доцент,
Одеський національний політехнічний університет*

ТЕХНОЛОГІЇ БРЕНДІНГУ ТЕРИТОРІЙ

Проблема технологій брендінгу поставлена в українській практиці з особливою гостротою. Поняття брендінгу територій пов'язано в першу чергу з технологіями його просування та методами оцінки бренду. Проте, українське законодавство не відносить бренди до нематеріальних активів, через що виникає невизначеність обліку вартості бренду в фінансовій звітності та унеможливорює розроблення єдиної технології просування бренду територій. Окрім даної проблеми, існує ряд проблем, пов'язаних з етапами створення бренду, відмінністю торгової марки від бренду та його управлінням в умовах української економіки та окремої території. Позначена проблематика, створює необхідність вивчення даного питання, оскільки в це є одним ключових питань маркетингу.

Проблемами оцінки, формування, управління та просування брендами займається ряд вчених, до яких відносять: Л.В. Балабанову, М.І. Белявцева, В.В. Вітілінського, Я.В. Літвіненко, Е.А. Уткіна, Н.В. Хохлова, А.Н. Цацуліна, Г.Н. Чубакова, Л.О. Шкварчука, О. Панкрухіна та інших авторів. Проте, вчені не дійшли до загального висновку щодо єдиної методології просування бренду територій та його управлінням. Це питання залишається дискусійним. Не дивлячись на значні теоретичні розробки учених в цій області, виникає необхідність визначення технології брендінгу територій та його позиціонування.

Метою тез є розробка шляхів вдосконалення існуючих методик технології брендінгу територій та управління їм в українській економіці.

В сьогоденні держави, регіони та окремі міста проводять масштабні проекти зі створення власних брендів. Досить хороші передумови для брендуння має ряд міст України. Розглянемо можливості одного з яскравих українських міст – Одеси. Потенційно Одеса має одні з кращих можливостей серед українських міст для просування технології брендінгу територій.

В такій ситуації на перший план виходить конкуренція міст за частку споживачів, туристів, інвестицій, поваги та уваги. Мегаполіси стають точками тяжіння і міжнародного суперництва в області капіталів, талантів, вражень і слави.