

УДК 338

С 32

С.І. Сергійчук, канд. екон. наук, викл.; В.Ю. Монахова, студентка

Національний університет кораблебудування, м. Миколаїв

ФАКТОРИ ГАРАНТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Запропоновано фактори гарантування економічної безпеки підприємства в стратегічній взаємодії вертикального і горизонтального типів. Проаналізовано умови функціонування торговельного підприємства та заходи забезпечення належного рівня його економічної безпеки.

Предложены факторы гарантирования экономической безопасности предприятия в стратегическом взаимодействии вертикального и горизонтального типов. Проанализированы условия функционирования торгового предприятия и меры обеспечения надлежащего уровня его экономической безопасности.

Directions ensuring economic security of commercial enterprises in the strategic interaction between vertical and horizontal type. The conditions of operation of commercial enterprises and measures to ensure the proper level of its economic security.

Ключові слова: економічна безпека, торговельні підприємства, вертикальний та горизонтальний тип взаємодії, стратегічна взаємодія, фактори економічної безпеки.

Постановка проблеми. Безпека підприємства є невід'ємною частиною з огляду на забезпечення життєздатності суб'єкта господарювання. Отже, існує потреба у включенні її до планової роботи на кожному підприємстві, тим більше враховуючи надзвичайно складні умови вітчизняного економіко-правового середовища підприємницької діяльності, зокрема в торгівлі.

Постійний вплив внутрішніх факторів та зовнішнього середовища функціонування підприємства потребує розробки ефективних заходів посилення економічної безпеки в аспекті не лише її структурних складових, але й у відносинах з державою. Отже, забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарювання повинно здійснюватися в стратегічній взаємодії вертикального (постачальники, споживачі) та горизонтального типу (конкуренти, держава).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам формування надійних тісних відносин з державою, постачальниками товарів, конкурентами та споживачами як важливого фактора впливу на діяльність підприємства присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців: Л.Г. Шемаєва, Л.І. Швабл, А.П. Любимова, І.І. Боброва, Ф. Джефкінса, Дж. Мзнки, Р. Пино, В.А. Мойсеєва. Проте сучасні умови вимагають більш докладного вивчення цих відносин в аспекті гарантування економічної безпеки торговельного підприємства.

Мета статті – проаналізувати основні фактори підприємства у його стратегічній взаємодії вертикального та горизонтального типів та сформулювати заходи забезпечення належного рівня його економічної безпеки.

Виклад основного матеріалу. Економічна безпека підприємства – це захищеність його діяльності від негативного впливу зовнішнього середовища, а також

здатність швидко усунути виниклі загрози або пристосуватися до наявних умов, що негативно впливають на його діяльність. Зміст цього поняття включає у себе систему заходів, що забезпечують конкурентостійкість і економічну стабільність підприємства, а також сприяють підвищенню рівня добробуту працівників [2, с. 510].

Торговельному підприємству необхідно здійснювати постійний моніторинг та реалізовувати превентивні заходи, спрямовані на недопущення настання загроз, що виникають у процесі вказаних відносин.

Політика гарантування безпеки передбачає забезпечення надійності та ефективності своїх відносин з постачальниками товарів, споживачами, конкурентами та органами державного управління. Основні з них це такі: органи державного управління; споживачі; конкуренти; постачальники.

За трактуваннями Ф. Джефкінса, забезпечення економічної безпеки підприємства торгівлі за рахунок недопущення негативного впливу дій з боку органів державного управління передбачає: здійснення постійного моніторингу зовнішнього середовища (зокрема дій органів державної влади), використання груп "впливу" в органах законодавчої та виконавчої влади; розробку та використання інструментарію надання послуг з політичного маркетингу, консалтингу та паблік-релейшнз, створення та управління іміджем підприємства та його ділової репутації; використання GR-технологій (відстеження діяльності органів державної влади й прогнозування їх впливу на підприємство; визначення та аналіз потреб підприємства у сфері взаємодії з органами влади; координація побудови відносин підприємства з органами державного управління; врахування впливу на органи державної влади, корегування, пропозиції щодо покращення умов у сфері відносин держави й бізнесу) [1, с. 157].

Важливим аспектом гарантування економічної безпеки торговельного підприємства також є його відносини з покупцями. У сучасних умовах активного розвитку великоформатних об'єктів і суб'єктів торгівлі, що пропонують широкий і різноманітний асортимент практично аналогічних (ідентичних) товарів, *стратегія товару* стає менш важливою, ніж стратегія взаємовідносин, адже залучення нових покупців вимагає більших фінансових ресурсів порівняно зі збереженням уже наявних.

При гарантуванні економічної безпеки торговельного підприємства під час його взаємодії з покупцями доцільно розглядати споживачів відповідно до їх відношення до товару, пріоритетності ділових зв'язків та рівня впливу на поточну та майбутню ефективність діяльності підприємства [3, с. 258].

За тлумаченнями Л.І. Швабла, для запобігання загрози втрати економічної безпеки підприємства необхідно постійно враховувати численні фактори, від яких залежить живучість підприємства.

До факторів *гарантування економічної безпеки підприємства* належать:

1. Ступінь адаптивності стратегічного потенціалу підприємства, що визначається не тільки внутрішніми, а й зовнішніми впливами. У першу чергу, такий вплив виникає через попит на продукцію підприємства, мінливість якого зумовлена комплексом причин економічного, політичного, демографічного та соціально-культурного характеру. На адаптивність стратегічного потенціалу підприємства впливає також кон'юнктура, що складається на ринках матеріальних ресурсів, фінансових ринках, ринках робочої сили, інформації, послуг тощо.

Це означає, що, як і будь-яка система, стратегічний потенціал підприємства має граничні можливості адаптації до умов виробництва, що змінюються. Наявність таких граничних можливостей адаптації зумовлена періодичною потребою в технічному переозброєнні та реконструкції підприємства, відновленні чи підвищенні рівня кваліфікації його персоналу, зміні стратегічних зон господарювання, а можливо, і в зміні виду діяльності.

Залежність підприємства від інтенсивності кооперованих його зв'язків з постачальниками різного роду ресурсів. Ідеться про залежність підприємства від стабільності постачань необхідних ресурсів як з погляду якості ресурсів, що поставляються, так і повноти та своєчасності цих постачань.

Поширення конфіденційної інформації за межі підприємства може завдати йому істотної шкоди. Одночасно з охороною комерційної таємниці підприємство повинно організовувати збір, нагромадження й обробку інформації про діяльність реальних і потенційних конкурентів, що можуть вплинути на існуючий статус фірми.

4. Ступінь можливого ризику прийнятих рішень. Економічна безпека підприємства практично визначається здатністю керівництва вміло ризикувати при прийнятті стратегічно важливих для майбутнього підприємства рішень. Необхідно постійно порівнювати можливі виграші й витрати. Як свідчить практика, ймовірність роботи без ризику надзвичайно мала. Крім того, необхідно пам'ятати і про можливі наслідки реалізованих рішень у майбутньому для самого підприємства, а також і для регіону країни, у першу чергу екологічних.

Важливо попадати в зону *допустимого ризику*, тобто в зону, в якій величина можливих втрат від прийняття того чи іншого рішення не перевищує величини прогнозованого прибутку [4, с. 512].

Таким чином, вибір постачальника в багатьох аспектах визначає стан та рівень економічної безпеки торговельного підприємства не лише в поточному періоді, але і в перспективі. Проте варто враховувати ризик погіршення фінансового стану постачальників у довгостроковому періоді, що впливатиме на ефективність постачання товарів (несвоєчасність поставок, непередбачуване збільшення цін на продукцію та витрат на їх постачання) як важливого технологічного етапу торгівлі. Тому необхідно здійснювати моніторинг надійності роботи постачальника.

Технологічну безпеку характеризують такі чинники:

- ступінь спрацювання основних виробничих засобів;
- завантаження спеціалізованого устаткування;
- доступ до "ноу-хау";
- частка витрат на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи;
- введення в дію нових основних виробничих засобів;
- середня зарплата наукового працівника за місяць.

Для *ресурсної безпеки* характерні чинники:

- забезпеченість виробництва основними видами ресурсів;
- коефіцієнт забезпеченості запасів і витрат власними джерелами;
- можливість заміни та якості ресурсів.

Для *фінансової безпеки* характерні такі чинники:

- динаміка обсягів виробництва й чистого прибутку;
- розмір заборгованості;

частка на ринку;
наявність та частка державних інвестицій;
рівень рентабельності;
капіталовкладення;
довгострокові кредити.

Соціальну безпеку характеризують такі чинники:

розмір мінімальної заробітної плати;
середня заробітна плата одного середньооблікового працівника;
чисельність працівників, заробітна плата яких нижча від прожиткового мінімуму;
заборгованість із заробітної плати;
питома вага заробітної плати в ціні продукції (робіт, послуг);
витрати сім'ї працівника на харчування.

Висновки. До основних заходів забезпечення належного рівня економічної безпеки торговельних підприємств можна віднести створення надійності та ефективності своїх відносин з постачальниками товарів, споживачами, конкурентами та органами державного управління, проведення постійного моніторингу та превентивних заходів, які спрямовані на недопущення настання загроз та виникають у процесі вказаних відносин.

Формування стратегічних пріоритетів у відносинах із суб'єктами зовнішнього середовища (держави, постачальниками, споживачами, конкурентами), розробка і реалізація заходів протидії загрозам їх впливу, постійний моніторинг відносин є окремим невід'ємним напрямком політики забезпечення економічної безпеки торговельного підприємства.

Список використаної літератури. 1. Джефкінс, Ф. Паблік рилейшнз [Текст] : учеб. пособие для вузов / Ф. Джефкінс, Д. Ядин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 416 с. 2. Любимов, А. П. Лоббизм как конституционно-правовой институт [Текст] / А. П. Любимов. – М. : ИГП РАН, 1998. – 256 с. 3. Моисеев, В. А. Паблік рилейшнз [Текст] / В. А. Моисеев. – К. : Академвидав, 2007. – 320 с. 4. Швабл, Л. І. Економіка підприємства [Текст] : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / Л. І. Швабл. – 2-е вид. – К. : Коравела, 2005. – 568 с.