

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/kurovaya-rabota/424900>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Экономическая безопасность

Введение 3

1. Теоретические основы конкурентной среды и конкурентоспособности 6

1.1 Современные представления о конкуренции и конкурентной среде 6

1.2 Конкурентоспособность субъектов предпринимательства 10

1.3 Факторы, влияющие на конкурентоспособность и ее виды 19

2. Комплексная оценка состояния безопасности предприятия ПАО «Группа ЛСР» 23

2.1 Финансовая составляющая экономической безопасности предприятия 23

2.2 Производственная составляющая экономической безопасности предприятия 27

2.3 Кадровая составляющая экономической безопасности предприятия 30

2.4 Составляющая физической защищенности экономической безопасности предприятия 34

2.5 Выводы по оценке экономической безопасности предприятия и эффективности работы службы экономической безопасности 37

3. Разработка рекомендаций по повышению уровня конкурентоспособности ПАО «Группа ЛСР» 39

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 41

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 42

1. Теоретические основы конкурентной среды и конкурентоспособности

1.1 Современные представления о конкуренции и конкурентной среде

Конкуренция - это «соревнование» между одним предпринимателем и другим предпринимателем посредством использования методов увеличения продаж и повышения осведомленности о продукте. Финансисты определяют такое поведение как борьбу компании за защиту своих интересов.

Предприниматели используют все методы для привлечения внимания, чтобы как можно больше покупателей разобрались в товаре.

Качество рекламной продукции известно своей конкурентоспособностью. Конкурентоспособность продукта определяется тремя характеристиками: технической областью, доступностью и социальной ориентацией.

Первая особенность относится к правилам и предписаниям, которым должен соответствовать продукт.

Экономические характеристики включают стоимость, затраты на логистику и инновации, в которые потребители инвестируют при покупке и использовании продуктов [9].

К характеристикам социальной ориентации относятся социальный слой людей, национальные параметры производства, продажи и продвижения продукции.

Экономисты выделяют четыре типа конкуренции на рынке товаров и услуг: полная конкуренция; монополярная конкуренция; олигополия; абсолютная монополия.

Совершенная конкуренция - это рынок, на котором работает большое количество компаний. Новые компании могут свободно выходить на рынок. Производители не могут влиять на цену своей продукции, так же как и новые игроки, выходящие на рынок.

В условиях монополярной конкуренции компания создает каждый из своих продуктов. Например, швейная фабрика производит только военную форму, вторая - куртки, а третья - костюмы. Любой продавец может выйти на рынок без проблем. Разница заключается в монополии на товары. Прибыль растет за счет продвижения бренда.

В условиях олигополии трудно выйти на рынок. Здесь работает несколько поставщиков. Например, чтобы преуспеть в генной инженерии, одного образования недостаточно. Компания должна иметь научную базу, отличных специалистов, патенты на разработки, профессиональные маркетинговые стратегии и серьезную финансовую поддержку [11].

Абсолютная монополия распространяется на одного игрока. Для остальных вход в отрасль невозможен.

Примером монополиста является ОАО «Российские железные дороги». Когда продавцов много, покупатели могут выбрать большое количество товаров по цене и качеству.

Конкуренция на рынке основана на различных типах степеней свободы:

Полностью свободная конкуренция состоит из большого количества компаний и потребителей, которые не могут повлиять на текущую экономическую ситуацию.

В то же время рыночные котировки эквивалентны, а товары и услуги взаимозаменяемы. Граждане получают полную и достоверную информацию о ценах.

Если единственное условие совершенной конкуренции не будет выполнено, на рынке возникнет несовершенная конкуренция. Несовершенные формы конкуренции включают монополию, олигополию и монопольную конкуренцию. Участники монопольного рынка пользуются конкурентными преимуществами, отличными от ценовых. Новым компаниям легко выйти на этот рынок - достаточно обеспечить потребителей нужными продуктами.

В России уровень конкуренции держится на уровне 51 процента, что считается довольно стабильным и хорошим показателем. Еще в 2014 году этот показатель составлял 73 процента, что говорит о высоком «соперничестве» со стороны организаций. Фактор «полезности» от конкуренции чаще всего отмечают предприниматели крупного бизнеса. По их мнению, именно конкуренция – способ мотивации для улучшения качества товаров и услуг, а также возможность выйти на новый уровень.

Несмотря на рыночные условия, количество бизнес-структур, которые отмечают, что не чувствуют конкуренцию на рынке, постепенно увеличивается. Это говорит об ухудшении бизнес-климата, но не обязательно о снижении влияния конкурентов. Скорее всего, компаниям достаточно того уровня, на котором они находятся в данный момент [4].

Рассматривая инструменты в процессе достижения наилучшей конкурентоспособности, приведем следующее:

- снижение затрат на производство продукции;
- поиск новых маркетинговых стратегий;
- использование наиболее современного оборудования;
- вывод продукции на новые рынки;
- увеличение количества производства продукции.

Приведем мнение ученого Н.С. Павленко, который отмечал, что постепенное снижение затрат на продукцию раскрывается в изменении рыночных цен, за которые клиенты готовы приобрести товар. Также осуществляется данный процесс посредством снижения спроса из-за невозможности платежеспособности. Стоит отметить положительный аспект конкуренции – произойдет не только рост числа качественных бизнес-структур, но и будут устранены компании со старыми технологиями. В качестве отрицательной стороны конкуренции можно отметить уход крупных и надежных игроков, а также прост законодательного давления.

Немаловажным аспектом, влияющим на конкурентоспособность компаний, является импортозамещение. Именно этот процесс наталкивает многие компании на различные барьеры внедрения своих товаров и услуг. Сюда следует отнести: машиностроение, химическое производство и т.д.

В завершении данного пункта отметим, что конкуренция дает возможность определить единую рыночную цену, разграничивая спрос и предложения. Оптимальное разграничение спроса и предложения дадут возможность наладить оптимальное производство в рыночных условиях во всех секторах экономики.

Несмотря на некоторые негативные стороны конкуренции, по большей части, она необходима, так как дает возможность наладить процесс сбыта товаров и услуг со стороны компаний и обеспечить надлежащее удовлетворение потребностей со стороны потенциальных клиентов. В качестве основных способов роста конкурентоспособности компаний относят: снижение затрат и внедрение новых видов более качественной продукции компаний. Соответственно, необходимо перейти к более узкому направлению в конкуренции – конкурентным позициям.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 2020). <https://www.consultant.ru/>
2. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ (последняя редакция). <https://www.consultant.ru/>
3. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ (последняя редакция). <https://www.consultant.ru/>
4. Абаева, Н. П. Конкурентоспособность организации. – Ульяновск: УлГТУ, 2020. – 259с.

<https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-konkurentnyh-preimuschestv-na-osnove-ispolzovaniya-innovatsionnyh-resursov-v-rossii>

5. Бабошин, А.В. Конкурентное позиционирование: Как нейтрализовать или использовать конкурента. - М.: Маркет ДС, 2021. - 257 с. <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-upravlenii-konkurentosposobnostyu-kommercheskoy-organizatsii-1>

6. Болатхан, З.П. Приоритетные направления конкурентоспособности современного предприятия // Вестник науки. — 2020. — Т. 4. — № 2 (23). — С. 21-24. <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-konkurentnyh-preimuschestv-na-osnove-ispolzovaniya-innovatsionnyh-resursov-v-rossii>

7. Бронникова, Т.С. Экономика фирмы: учебное пособие. - М.: Теис, 2021. - 222 с. <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-upravlenii-konkurentosposobnostyu-kommercheskoy-organizatsii-1>

8. Вашко, Т.А. Стратегия и конкурентоспособность // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. - 2020. - № 7 (7).-С.10.-14. <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-upravlenii-konkurentosposobnostyu-kommercheskoy-organizatsii-1>

9. Грачева, Е.С. Экономическая безопасность организации: учебник для вузов. - М.: ГНОМ и Д, 2022. - 309 с. <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-konkurentnyh-preimuschestv-na-osnove-ispolzovaniya-innovatsionnyh-resursov-v-rossii>

10. Жукова, М.А. Теоретические и методические аспекты управления конкурентными преимуществами организации // Вестник Университета (Государственный университет управления). - 2020. - №5. - С.16-20. <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-upravlenii-konkurentosposobnostyu-kommercheskoy-organizatsii-1>

11. Кривуля, Р.Е., Кривуля, И.А. Проблемы формирования конкурентных преимуществ и их взаимосвязь со стратегией предприятия // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. — 2021. — № 8. — С. 31-33. <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-konkurentnyh-preimuschestv-na-osnove-ispolzovaniya-innovatsionnyh-resursov-v-rossii>

12. Михайлова, А.А., Юданов, А.Ю. Конкурентоспособность и конкурентное преимущество в системе конкурентных отношений // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. — 2020. — № 15. — С. 68-74. <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost-predpriyatiya-3>

13. Павленко, Н.С. Показатели экономической безопасности предприятия // Аграрное образование и наука. - 2020. - № 1. - С. 44-58. <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost-predpriyatiya-3>

14. Рамченкова, М.С. Задачи анализа управления конкурентоспособностью коммерческой организации // Вестник Тамбовского университета экономики и права. - 2022. - № 2. - С. 58-59. <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost-predpriyatiya-3>

15. Рохчин, В.Е. Управление стратегической конкурентоспособностью промышленного предприятия на основе развития его потенциала. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2021. - 262 с. <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-konkurentnyh-preimuschestv-na-osnove-ispolzovaniya-innovatsionnyh-resursov-v-rossii>

16. Степанов, Д.С. Механизмы регулирования конкуренции на региональных рынках // Вестник Воронежского института экономики и социального управления. - 2021. - № 1. - С. 74-76. <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost-predpriyatiya-3>

17. Фролов, М.А. Определение конкурентных преимуществ компании // Вопросы науки и образования. - 2020. - № 6 (7). - С. 70-73. <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-upravlenii-konkurentosposobnostyu-kommercheskoy-organizatsii-1>

18. Хаирова, С.М. Управление конкурентоспособностью: практикум. - Омск : СибАДИ, 2020. - 70 с. <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-konkurentnyh-preimuschestv-na-osnove-ispolzovaniya-innovatsionnyh-resursov-v-rossii>

19. Чалдаева, Л. А. Экономическая безопасность предприятия : учебник и практикум. — М. : Издательство Юрайт, 2022. — 435 с. <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost-predpriyatiya-3>

20. Щетинина, Е.Д. Факторы, влияющие на формирование конкурентных преимуществ предприятия в современных условиях // Белгородский экономический вестник. - 2022. - № 1 (85). - С. 31-39. <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-konkurentnyh-preimuschestv-na-osnove-ispolzovaniya-innovatsionnyh-resursov-v-rossii>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurovaya-rabota/424900>