

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

(наименование института полностью)

38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки / специальности)

Финансовый контроль и экономическая безопасность организаций

(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности для
обеспечения экономической безопасности организации

Обучающийся

Д.А. Айрапетян

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. экон. наук, доцент А. В. Морякова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2025

Аннотация

Бакалаврскую работу выполнила: Д.А. Айрапетян.

Тема работы: «Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности организации».

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент А. В. Морякова.

Целью данной работы является разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности организации ООО «Сити-Консалт».

Объектом исследования является ООО «Сити-Консалт» – это команда квалифицированных специалистов, объединенных единой целью: оказывать качественные бухгалтерские услуги.

Предмет исследования – эффективность мероприятий по повышению конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности организации ООО «Сити-Консалт».

Краткие выводы по бакалаврской работе:

В первом разделе раскрываются теоретические аспекты повышения конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности организации.

Во втором разделе проанализировано текущее состояние конкурентоспособности и экономической безопасности организации ООО «Сити-Консалт».

В третьем разделе представлены мероприятия по повышению конкурентоспособности и укреплению экономической безопасности ООО «Сити-Консалт».

Содержание

Введение.....	4
1 Теоретические аспекты повышения конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности организации.....	6
1.1 Сущность и понятие конкурентоспособности организации	6
1.2 Методика оценки конкурентоспособности организации.....	12
1.3 Основные факторы, влияющие на эффективность повышения конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности организации	21
2 Анализ текущего состояния конкурентоспособности и экономической безопасности организации ООО «Сити-Консалт»	26
2.1 Характеристика исследуемой организации ООО «Сити-Консалт».	26
2.2 Оценка конкурентных позиций организации на рынке ООО «Сити-Консалт».....	35
3 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности и укреплению экономической безопасности ООО «Сити-Консалт».....	42
3.1 Разработка путей повышения конкурентоспособности организации ООО «Сити-Консалт».....	42
3.2 Оценка эффективности предлагаемых мероприятий	45
Приложение А Бухгалтерский баланс ООО «Сити-Консалт»	54
Приложение Б Отчет о финансовых результатах ООО «Сити-Консалт»	55

Введение

В условиях современного рынка конкурентоспособность организаций играет ключевую роль в обеспечении их устойчивого развития и экономической безопасности. Быстро меняющаяся экономическая среда, усиление конкуренции, глобализация и цифровизация предъявляют повышенные требования к организациям, вынуждая их искать новые пути для укрепления своей рыночной позиции.

Актуальность темы обусловлена необходимостью выработки действенных инструментов и методов для повышения конкурентоспособности, что является важным условием обеспечения экономической безопасности организации. Особую значимость исследование приобретает в контексте усиливающейся нестабильности экономической среды, где успешное функционирование организации имеет не только корпоративное, но и социально-экономическое значение.

Целью данной работы является разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности организации ООО «Сити-Консалт».

Объектом исследования является ООО «Сити-Консалт» – это команда квалифицированных специалистов, объединенных единой целью: оказывать качественные бухгалтерские услуги.

Предмет исследования – эффективность мероприятий по повышению конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности организации ООО «Сити-Консалт».

Для достижения цели данной работы необходимо выполнить следующие задачи:

- оценить теоретические аспекты повышения конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности организации;

- проанализировать текущее состояние конкурентоспособности и экономической безопасности организации ООО «Сити-Консалт»;
- разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности и укреплению экономической безопасности ООО «Сити-Консалт».

Методы исследования, которые используются в данной работе: наблюдение, сравнение, анализ, прогнозирование, относительные величины, абсолютные и относительные разницы.

Теоретическая база состоит из работ следующих авторов: В. Ю. Анисимова, П. А. Булочников, С. С. Вайцеховская, Г. В. Токарева, М. В. Пономаренко, Е. В. Скиперская, М. Е. Карпицкой, С. Е. Витун.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка используемых источников, таблиц, рисунков и приложений.

В первом разделе раскрываются теоретические аспекты повышения конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности организации, также рассматриваются основные факторы, влияющие на эффективность повышения конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности организации.

Во втором разделе проанализировано текущее состояние конкурентоспособности и экономической безопасности организации ООО «Сити-Консалт».

В третьем разделе представлены мероприятия по повышению конкурентоспособности и укреплению экономической безопасности ООО «Сити-Консалт».

В заключении сформированы выводы о проделанной работе.

1 Теоретические аспекты повышения конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности организации

1.1 Сущность и понятие конкурентоспособности организации

Конкуренция и конкурентоспособность являются центральными понятиями рыночной экономики, определяющими взаимодействие участников на рынке и их способность достигать успеха в условиях соперничества. Конкуренция представляет собой процесс экономического взаимодействия и соперничества между участниками рынка за ограниченные ресурсы, клиентов, рынки сбыта и получение максимальной прибыли. В то же время конкурентоспособность характеризует способность отдельных участников эффективно действовать в конкурентной среде, используя свои преимущества для достижения лучших результатов по сравнению с конкурентами [19].

А. А. Сиганьков в своей работе «Маркетинговый анализ» выделил, что «конкуренция (от лат. *concurro* – «бежать вместе») – противоборство, соперничество между участниками рыночного хозяйства за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров и услуг с целью получения максимальной прибыли» [14, с. 8]. Данное определение подчеркивает, что основной целью конкуренции является получение максимальной прибыли и укрепление позиций на рынке. Она способствует повышению качества продукции, снижению цен, внедрению инноваций и эффективному использованию ресурсов, что в конечном итоге способствует развитию экономики в целом [17].

«Основоположник классической концепции конкурентных отношений А. Смит в своих трудах показал, что каждый предприниматель стремится к получению только собственной выгоды. Однако, добиваясь увеличения собственных выгод, в то же время как бы направляемые «невидимой рукой»,

все предприниматели способствуют обеспечению общественных интересов. Сущность конкурентных отношений А. Смит понимал как совокупность взаимосвязанных попыток продавцов установить контроль на рынке в долгосрочной перспективе. Следовательно, конкуренция – это процесс реакции на новую силу и способ достижения равновесия, основой которого является борьба конкурентов за преимущества» [12, с. 8].

Федеральный закон РФ «О защите конкуренции» (№135-ФЗ) [15] направлен на обеспечение равных условий для всех участников рынка, предотвращение монополизации и недобросовестной конкуренции. Он регулирует отношения, связанные с защитой конкуренции на товарных и финансовых рынках, и устанавливает запреты на злоупотребление доминирующим положением, антиконкурентные соглашения, картели, а также недобросовестную рекламу и деятельность [16].

Данный закон определяет полномочия Федеральной антимонопольной службы (ФАС России) по контролю за соблюдением антимонопольного законодательства, регулированию сделок экономической концентрации (слияний и поглощений), а также борьбе с недобросовестными практиками. Документ способствует созданию благоприятных условий для развития рыночной экономики и защиты прав потребителей [13].

Далее в таблице 1 представлена классификация основных видов конкуренции.

Таблица 1 – Классификация основных видов конкуренции [5, с. 74]

Признак классификации	Вид конкуренции
1	2
Форма	Функциональная
-	Видовая
-	Предметная
Масштабы развития	Индивидуальная
-	Местная
-	Отраслевая
-	Межотраслевая

Продолжение таблицы 1

1	2
-	Национальная
-	Глобальная
Характер развития	Свободная
-	Регулируемая
Этичность применяемых методов	Добросовестная
-	Недобросовестная
Способ	Ценовая
-	Неценовая
Типы рынков	Совершенная
-	Несовершенная
Степень интенсивности	Привлекательная
-	Умеренная
-	Ожесточенная для объекта конкуренции
-	Ожесточенная для субъекта конкуренции

Основные виды конкуренции, которые чаще всего выделяют и описывают – совершенная и несовершенная. «Совершенная конкуренция характеризуется большим числом продавцов и покупателей, а также все они полностью информированы о рыночных условиях. В этом случае отдельная организация не имеет возможности повлиять на рыночные цены и считается ценополучателем. Организации в данной конкурентной среде являются ценовыми топорами, и их производство основано на точном соблюдении рыночных условий. За счет большого числа продавцов и покупателей, совершенная конкуренция способствует достижению оптимального социального равновесия [9].

Однако, несовершенная конкуренция представляет другое рыночное поведение организации. В отличие от совершенной конкуренции, продавцы в несовершенной конкуренции имеют возможность влиять на рыночные цены. Организации в несовершенной конкуренции могут создавать бренды, устанавливать дифференцированные цены и использовать нематериальные активы. Это позволяет им получать экономическую ренту и налаживать монополистическую власть в определенной отрасли. Несовершенная

конкуренция может возникнуть из-за монополии, олигополии или монополии» [5, с. 77].

«Конкуренция и конкурентоспособность тесно связаны и дополняют друг друга. Конкуренция создает условия, в которых проявляется конкурентоспособность, одновременно стимулируя её развитие. Организация или субъект, обладающий конкурентоспособностью, способен не только эффективно функционировать в условиях конкуренции, но и оказывать влияние на её интенсивность и направление» [11].

«Конкурентоспособность организации является важнейшей характеристикой, определяющей её возможности успешно функционировать и развиваться в условиях рыночной экономики. Это понятие отражает способность организации создавать и реализовывать продукцию или услуги, которые по своим характеристикам превосходят предложения конкурентов, удовлетворяя потребности потребителей лучше, чем аналоги на рынке. Конкурентоспособность выступает не только показателем текущей эффективности деятельности организации, но и основой её долгосрочной устойчивости и выживаемости в условиях жесткой конкуренции.

Конкурентоспособность представляет собой комплексное понятие, охватывающее как внутренние аспекты деятельности организации, так и её внешние рыночные характеристики. С одной стороны, она зависит от внутренних факторов, таких как качество управления, уровень инновационности продукции, производительность труда, себестоимость и структура затрат. С другой стороны, она обусловлена внешними обстоятельствами: динамикой рыночной среды, уровнем конкуренции в отрасли, изменениями предпочтений потребителей и макроэкономическими условиями» [8].

В своей работе В. Ю. Анисимова отметила, что «категория «конкурентоспособность» – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкурентной

потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке» [1, с. 7]. Конкурентоспособность рассматривается как свойство объекта, которое определяется его способностью удовлетворять потребности потребителей лучше, чем аналогичные товары или услуги на рынке. Основное внимание уделяется сравнению с конкурентами, что подчеркивает относительный характер конкурентоспособности.

Учебное пособие С. С. Вайцеховской, Г. В. Токарева и М. В. Пономаренко описывает понятие так: «Конкурентоспособность предприятия – это многоплановая экономическая категория, являющаяся основным критерием оценки эффективности работы предприятия в плане производства товаров и оказания услуг, а также конечным показателем эффективности управления данным предприятием» [3, с. 12]. В данном случае конкурентоспособность организации описывается как сложная экономическая категория, которая одновременно является критерием оценки производственной эффективности и результативности управления. Это определение акцентирует внимание на управленческих аспектах и итоговых результатах деятельности организации.

В сборнике «Проблемы современной экономики: глобальный, национальный и региональный контекст» представлено следующее описание категории «конкурентоспособность»: «Сущность конкурентоспособности организации состоит в совокупности трудового и научно-производственного потенциала организации, способного создавать и производить продукцию определенного уровня. В этой связи управление конкурентоспособностью организации представляет собой область знаний и профессиональной деятельности, направленных на формирование и обеспечение достижения целей по повышению конкурентоспособности организации» [4, с. 12]. «Конкурентоспособность организации связывается с её трудовым и научно-производственным потенциалом, обеспечивающим создание продукции заданного уровня качества. Управление конкурентоспособностью здесь

определяется как профессиональная деятельность, направленная на достижение целей, связанных с её повышением. Это определение акцентирует внимание на внутреннем потенциале организации и важности управленческих подходов» [7].

Все три определения рассматривают конкурентоспособность как ключевую характеристику объекта или организации, но делают акцент на разных аспектах. Определение В. Ю. Анисимовой подчёркивает сравнительную природу конкурентоспособности, ориентируясь на удовлетворение потребностей потребителей. Подход Вайцеховской, Токаревой и Пономаренко делает акцент на эффективности производства и управления. В свою очередь, определение из сборника «Проблемы современной экономики» связывает конкурентоспособность с потенциалом организации и её способностью к достижению целей.

«Конкурентоспособность организации зависит от спроса потребителей, а также от их поведения. Предпочтения потенциальных покупателей могут меняться в зависимости от моды или других факторов. Поведение потребителя может измениться, например, на данный момент целевой аудитории важно качество продукта, потом для нее на первый план выходит скорость доставки товара или скорость оказания услуги, это может смениться ее предпочтением в сторону популярных новинок. Основываясь на этих изменениях, организация должна постоянно следить за спросом и поведением потребителей ее продукции, это поможет поддерживать высокий уровень конкурентоспособности и не нести потери» [11].

«Ключевым элементом конкурентоспособности является удовлетворение потребностей клиентов. В современных условиях для большинства организаций недостаточно просто предлагать качественную продукцию. Организации стремятся предвосхищать ожидания потребителей, создавая уникальные предложения, способные не только соответствовать требованиям рынка, но и формировать новые запросы. Это возможно за счёт

внедрения инновационных решений, эффективного обслуживания и создания положительного имиджа организации» [11].

«Важно отметить, что конкурентоспособность имеет относительный характер. Она оценивается не в абсолютных показателях, а в сравнении с другими участниками рынка. Для анализа конкурентоспособности используется множество методов, включая анализ рыночной доли, уровня лояльности клиентов, финансовых результатов, эффективности производственных процессов и инновационного потенциала. Такой комплексный подход позволяет не только определить текущие позиции организации, но и выявить направления для дальнейшего улучшения.

Конкурентоспособность также имеет временное измерение, поскольку рыночная среда находится в постоянной динамике. То, что сегодня является сильной стороной организации, завтра может утратить актуальность из-за появления новых технологий, изменения законодательства или новых игроков на рынке. Это требует от организаций гибкости и способности своевременно адаптироваться к новым условиям» [11].

«Конкурентоспособность организации является многогранным понятием, включающим внутренние и внешние факторы, инновационные подходы, удовлетворение потребностей клиентов и способность к адаптации. Она отражает не только уровень текущей эффективности деятельности, но и потенциал организации к дальнейшему развитию и укреплению своих позиций на рынке» [11].

1.2 Методика оценки конкурентоспособности организации

«Конкурентоспособность организации представляет собой комплексную характеристику, которая отражает способность организации успешно действовать на рынке, занимать устойчивые позиции в условиях конкуренции и достигать стратегических целей. Оценка

конкурентоспособности организации является важным инструментом для определения ее сильных и слабых сторон, анализа текущего положения на рынке и разработки эффективных стратегий развития» [11].

«Методика оценки конкурентоспособности включает анализ различных факторов, которые оказывают влияние на деятельность организации. К ним относятся как внутренние, так и внешние параметры. Внутренние параметры охватывают уровень качества продукции или услуг, эффективность производственных процессов, уровень инновационности, квалификацию персонала и организационную структуру. Внешние факторы включают анализ рыночной среды, конкурентного окружения, спроса на продукцию, а также влияния макроэкономических условий» [11].

«Проблема анализа и оценки конкурентоспособности услуги должна включать решение следующих задач:

- изучение запросов и предпочтений потенциальных покупателей;
- организация мониторинга рынка с целью сбора информации об условиях сбыта услуги, фирмах и товарах-конкурентах;
- разработка единой системы показателей качества услуги, используемой как ее производителем, так и потребителем;
- конструирование обобщенной модели исследуемой проблемы, в том числе формирование множества факторов, влияющих на конкурентоспособность, и определение их взаимосвязей;
- формирование общих подходов к количественной оценке конкурентоспособности услуги, разработка частных методов, алгоритмов и процедур решения задач, относящихся к данной проблеме» [2, с. 13].

«Перед тем, как провести оценку конкурентоспособности организации, необходимо провести подготовительные мероприятия, которые обеспечат полноту и достоверность анализа» [11]. Ключевые шаги представлены на рисунке 1.

-
- 1. Определение целей оценки. Необходимо четко сформулировать, для чего проводится оценка: улучшение рыночной позиции, разработка стратегии развития, выявление слабых сторон или анализ конкурентов;

 2. Изучение рыночной среды. Анализ отрасли, рыночных тенденций, предпочтений потребителей и макроэкономических факторов создаст основу для оценки внешних условий, в которых функционирует организация;

 3. Сбор данных о деятельности организации. Анализируется внутренняя информация, включая финансовые показатели, производственные процессы, качество продукции, инновационный потенциал, уровень квалификации сотрудников и другие факторы

 - 4. Выявление основных конкурентов. Составляется список ключевых игроков рынка, с которыми организация непосредственно конкурирует. Это позволит определить эталонные показатели для сравнения;

 5. Сбор данных о деятельности организации. Анализируется внутренняя информация, включая финансовые показатели, производственные процессы, качество продукции, инновационный потенциал, уровень квалификации сотрудников и другие факторы

 6. Выбор методов и критериев оценки. На этом этапе определяется, какие инструменты (например, SWOT-анализ, PEST-анализ, методика балльной оценки) и показатели (финансовые, производственные, маркетинговые) будут использоваться для анализа

 7. Обеспечение достоверности данных. Важно, чтобы все данные, как внутренние, так и внешние, были актуальными и объективными. Это требует систематизации информации и исключения ошибок

Рисунок 1 – Подготовительные мероприятия, которые обеспечат полноту и достоверность анализа

«Вышеприведенные аргументы подтверждают необходимость применения определенной методики для оценки конкурентоспособности организации. Согласно данной методике, первым шагом в процессе анализа конкурентоспособности является изучение внешней микро- и макросреды, что включает проведение PEST-анализа.

PEST-анализ представляет собой инструмент стратегического планирования, который помогает выявить и оценить ключевые внешние факторы, способные повлиять на деятельность организации в будущем» [11].

Этот анализ основывается на следующих категориях факторов, которые представлены на рисунке 2.

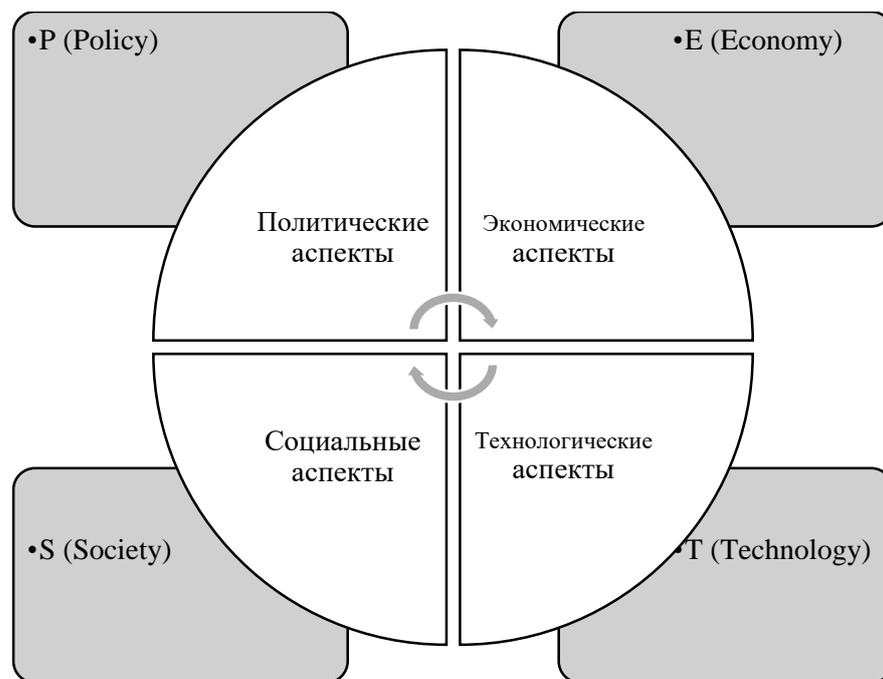


Рисунок 2 – Категории факторов PEST-анализ

«Методика PEST-анализа применяется для определения текущего состояния организации в контексте ее взаимодействия с внешней средой и оценки роли организации в этой среде» [11].

«Далее необходимо провести SWOT-анализ, который является эффективным инструментом для оценки конкурентоспособности организации, позволяющим выявить внутренние и внешние факторы, влияющие на ее деятельность. Он основан на анализе четырех ключевых элементов: сильных сторон (Strengths), слабых сторон (Weaknesses), возможностей (Opportunities) и угроз (Threats). Сильные стороны представляют собой внутренние преимущества организации, такие как уникальные технологии, высокий уровень квалификации сотрудников, сильный бренд или качественная продукция, которые дают ей конкурентные преимущества. Слабые стороны, напротив, включают внутренние недостатки, такие как низкая производительность, устаревшие технологии или неэффективное управление, которые ограничивают развитие организации. Возможности связаны с благоприятными внешними условиями, такими как

новые рынки, изменения в законодательстве или увеличение спроса, которые организация может использовать для своего роста. Угрозы включают негативные внешние факторы, такие как усиление конкуренции, экономическая нестабильность или появление новых игроков, которые могут затруднить деятельность организации» [11].

«Такой анализ проводится в несколько этапов: сбор данных о внутренней и внешней среде, выделение ключевых факторов, анализ взаимодействий между ними и разработка стратегий. Этот метод позволяет определить, как сильные стороны могут быть использованы для реализации возможностей и минимизации угроз, а слабые стороны – устранены или компенсированы. Результаты анализа помогают организации разработать стратегии, направленные на повышение ее конкурентоспособности, укрепление позиций на рынке и адаптацию к изменениям внешней среды. Несмотря на простоту и универсальность, SWOT-анализ требует тщательной подготовки и объективности в оценке, так как результаты зависят от качества исходной информации. Это делает метод важным инструментом стратегического планирования, который помогает организации принимать обоснованные решения для своего развития» [11].

«Для дальнейшего анализа применяется метод вычисления коэффициента эффективности хозяйственной деятельности компании, а также выборочный подход. Согласно исследованиям, уровень конкурентоспособности предприятия отражает степень эффективности использования экономических ресурсов данным хозяйствующим субъектом по сравнению с конкурентами» [11].

«Ключевыми источниками конкурентоспособности выступают два аспекта: операционная эффективность и стратегическое позиционирование, которые рассматриваются в рамках этого метода. На основе данного подхода конкурентоспособность организации оценивается следующим образом» [11] (формула 1):

$$K = \frac{K_{\text{оэ}}}{K_{\text{сп}}}, \quad (1)$$

где K – конкурентоспособность исследуемой организации;

$K_{\text{оэ}}$ – коэффициент операционной эффективности;

$K_{\text{сп}}$ – коэффициент стратегического позиционирования.

«Операционная эффективность отражает способность организации получать прибыль за счет реализации прибавочной стоимости, где ключевым критерием выступает прибыль. Для оценки прибыльности часто используют показатель рентабельности, выражающийся как соотношение прибыли от реализации продукции к производственным и сбытовым затратам» [10, с. 20].

Однако использование рентабельности как критерия операционной эффективности может давать неоднозначные результаты, особенно в ситуациях с разным экономическим содержанием (например, при убыточности организации и прибыльности выборки или наоборот).

Более универсальным показателем эффективности является отношение выручки от реализации продукции к затраченным на ее производство и реализацию ресурсам, что можно выразить математически следующим образом (формула 2):

$$r = \frac{B}{З}, \quad (2)$$

где Kr – операционная эффективность организации;

B – выручка от реализации продукции;

$З$ – затраты на производство и реализацию продукции.

Также необходимо представить формулу 3, по которой можно рассчитать операционную эффективность по выборке:

$$R = \frac{B'}{Z'}, \quad (3)$$

где R – операционная эффективность организации по выборке;

B' – выручка от реализации продукции по выборке;

Z' – затраты на производство и реализацию продукции по выборке/

С помощью формулы 2 и 3 можно рассчитать коэффициент операционной эффективности (формула 4):

$$\text{Коэ} = \frac{r}{R}, \quad (4)$$

«Стратегическое позиционирование позволяет реализовывать прибавочную стоимость. Ключевым результатом и показателем стратегического позиционирования считается доля рынка, занимаемая организацией. В качестве критерия оценки предлагается использовать динамику изменения доли рынка относительно предыдущего периода» [20, с. 13].

Рассчитать долю рынка организации можно через следующее соотношение (формула 5):

$$D = \frac{B}{V}, \quad (5)$$

где D – доля рынка организации;

B – выручка от реализации продукции организации;

V – объем рынка.

Соответственно, расчет по выборке будет следующим (формула 6):

$$D' = \frac{B'}{V'}, \quad (6)$$

где D' – доля рынка организации по выборке;

B' – выручка от реализации продукции организации по выборке;

V – объем рынка.

Далее необходимо произвести подсчет изменения доли рынка, который представлен по формуле 7:

$$\Delta D = \frac{B}{V} * \frac{V0}{B0}, \quad (7)$$

где ΔD – изменение доли рынка организации;

$V0$ – объем рынка за предыдущий год;

$B0$ – выручка от реализации продукции за предыдущий год.

По выборке представлен расчет далее (формула 8).

$$\Delta D' = \frac{B'}{V} * \frac{V0}{B0'}, \quad (8)$$

где $\Delta D'$ – изменение доли рынка организации по выборке;

$B0'$ – объем рынка за предыдущий год по выборке;

B' – выручка от реализации продукции за предыдущий год по выборке.

Для анализа стратегического позиционирования требуется сравнить значение выбранного показателя у исследуемой организации с аналогичным показателем в выборке (формула 9).

$$\frac{\Delta D}{\Delta D'} = \frac{B}{B0} * \frac{B0'}{B'}. \quad (9)$$

«Данное соотношение, где выручка за текущий период делится на объем выручки за предыдущий период, называется индексом изменения выручки» [11]. Из этого следует формула 10.

$$\frac{\Delta D}{\Delta D'} = \frac{I}{I'}, \quad (10)$$

где I – индекс изменения объемов выручки;

I' – индекс изменения объемов выручки по выборке.

«Объем выручки обычно характеризуется большими колебаниями по сравнению с операционной эффективностью, что делает показатели стратегического позиционирования более изменчивыми. В результате оценка конкурентоспособности предприятия может сильнее зависеть от стратегического позиционирования, хотя оба показателя изначально предполагаются равнозначными» [11]. Для их сопоставимости рекомендуется применять квадратный корень к отношению индексов изменения выручки (формула 11).

$$K = \sqrt{\frac{I}{I'}}, \quad (10)$$

«Соответственно, K характеризует уровень конкурентоспособности организации по сравнению с выборкой. Чем выше K тем выше конкурентоспособность, при этом значение находится в пределах $0 < K < \infty$. Если соблюдается условие $0 < K < 1$, то конкурентоспособность организации считается низкой (чем ближе K к нулю, тем она ниже). При $K=1$ уровень конкурентоспособности организации соответствует выборке. Значение $K > 1$ свидетельствует о более высокой конкурентоспособности по сравнению с выборкой» [11].

«Анализ расчета показателя конкурентоспособности предприятия в разрезе объектов сравнения, дополненный динамикой этих показателей, позволяет определить причины текущего уровня конкурентоспособности. Это может быть высокая эффективность самого предприятия, низкая эффективность выборки или другие факторы» [18, с. 19].

«Эффективная оценка конкурентоспособности требует комплексного подхода, при котором учитываются как количественные, так и качественные аспекты. Полученные результаты служат основой для разработки стратегий, направленных на повышение конкурентоспособности, улучшение рыночных позиций и увеличение доли на рынке» [11].

1.3 Основные факторы, влияющие на эффективность повышения конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности организации

«Повышение конкурентоспособности является ключевым условием для обеспечения экономической безопасности организации. В современных условиях, когда предприятия функционируют в динамичной рыночной среде, успешное развитие и устойчивость компании зависят от способности адаптироваться к изменениям и эффективно использовать свои ресурсы. Для этого необходимо учитывать множество факторов, влияющих на эффективность повышения конкурентоспособности» [11].

«Экономическая безопасность представляет собой состояние защищенности организации, обеспечивающее ее устойчивое функционирование и развитие в условиях воздействия внутренних и внешних угроз. Она включает в себя совокупность мер, направленных на предотвращение рисков, сохранение стабильности и достижение экономических целей. Экономическая безопасность является одним из

ключевых элементов устойчивости организации и играет важную роль в ее способности эффективно конкурировать на рынке» [11].

«Основой экономической безопасности является способность организации противостоять различным угрозам, таким как финансовые кризисы, колебания рыночной конъюнктуры, технологические изменения, кибератаки, кадровый дефицит или изменения в законодательстве. Для этого требуется наличие стабильной финансовой базы, эффективной системы управления, конкурентоспособных продуктов или услуг, а также адаптивной стратегии развития» [11].

«Связь между экономической безопасностью и конкурентоспособностью заключается в том, что конкурентоспособность является основным инструментом, обеспечивающим экономическую безопасность организации. Высокий уровень конкурентоспособности позволяет компании успешно конкурировать на рынке, привлекать ресурсы, завоевывать доверие потребителей и укреплять свои позиции. Высокая конкурентоспособность способствует укреплению репутации организации, что, в свою очередь, снижает риски, связанные с утратой доверия со стороны потребителей, инвесторов или партнеров. Репутация как элемент нематериальных активов становится важным аспектом как экономической безопасности, так и конкурентных преимуществ» [11].

На рисунке 3 представлены, факторы влияющие на конкурентоспособность организации.

Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации	<p>Внешние факторы:</p> <p>социально-экономический; внутриполитическая ситуация; конъюнктура рынка; инфраструктура рынка; обеспеченность трудовыми ресурсами природно-климатические условия и др.</p>
	<p>Внутренние факторы:</p> <p>Состояние и использование производственно-экономическими возможностями организации: трудовых, технических, научно-технологических, информационных, финансовых, природных ресурсов, маркетингового потенциала, организационно управленческих методов, возможностей внешнеэкономической деятельности.</p>

Рисунок 3 – Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации [6, с. 34]

«Факторы, влияющие на конкурентоспособность, делятся на внешние и внутренние. Внешние факторы – факторы внешней среды предприятия: экономические, природно-климатические, демографические, научно-технические и др. Внутренние факторы – элементы производственно-экономического потенциала предприятия: состояние техники и технологии производства, эффективность менеджмента и маркетинга, трудовой потенциал, внешнеэкономическая деятельность и др.» [6, с. 34].

«Также стоит отметить и другие факторы. Одним из важнейших факторов является инновационная активность организации. Разработка и внедрение новых технологий, продуктов и услуг позволяют организации не только повышать свою конкурентоспособность, но и минимизировать внешние риски, связанные с изменениями на рынке. Инновации дают

возможность повысить производительность, улучшить качество продукции и укрепить позиции на рынке» [11].

«Вторым значимым фактором является квалификация и профессиональная подготовка персонала. Конкурентоспособность организации во многом определяется компетентностью сотрудников, их способностью к обучению и адаптации к новым условиям. Инвестиции в развитие человеческого капитала, такие как обучение, повышение квалификации и создание мотивирующей корпоративной культуры, способствуют увеличению эффективности бизнеса и снижению риска кадрового дефицита.

Финансовая устойчивость также играет ключевую роль в повышении конкурентоспособности и обеспечении экономической безопасности. Стабильность финансовых потоков, доступ к инвестициям и эффективное управление затратами позволяют организации не только сохранять устойчивость в кризисные периоды, но и инвестировать в развитие и расширение своей деятельности» [11].

«Ключевым внешним фактором, влияющим на конкурентоспособность, является уровень рыночной конкуренции. Способность организации адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, учитывать действия конкурентов и быстро реагировать на изменения спроса позволяет ей сохранять устойчивое положение. Анализ конкурентной среды и эффективное позиционирование являются важными элементами стратегического управления» [11].

«Немаловажное значение имеет и государственная поддержка, включая меры, направленные на стимулирование инноваций, субсидирование отдельных отраслей, налоговые льготы и регулирование рыночной деятельности. Внешние условия, создаваемые государством, могут значительно повлиять на конкурентные возможности организации и ее экономическую безопасность» [11].

«Информационная безопасность является еще одним важным фактором, влияющим на конкурентоспособность. В условиях цифровизации защита данных, предотвращение утечек коммерческой информации и устойчивость к киберугрозам становятся критически важными для сохранения конкурентных преимуществ» [11].

«Экономическая безопасность и конкурентоспособность тесно взаимосвязаны и взаимодополняют друг друга. Устойчивость организации на рынке требует постоянного повышения конкурентоспособности, что одновременно способствует снижению внутренних и внешних угроз. Напротив, достижение высокого уровня экономической безопасности позволяет организации сосредоточиться на реализации долгосрочных стратегий, улучшении своей конкурентной позиции и укреплении своего положения в отрасли» [11].

На эффективность повышения конкурентоспособности организации влияет множество факторов, как внутренних, так и внешних. Учет и управление этими факторами позволяют организации не только укрепить свои позиции на рынке, но и обеспечить экономическую безопасность, создавая устойчивую основу для долгосрочного развития» [11].

2 Анализ текущего состояния конкурентоспособности и экономической безопасности организации ООО «Сити-Консалт»

2.1 Характеристика исследуемой организации ООО «Сити-Консалт»

ООО «Сити-консалт» – это команда квалифицированных специалистов, объединенных единой целью: оказывать качественные бухгалтерские услуги. За прошедшие годы организация накопила бесценный опыт по ведению бухгалтерского и налогового учёта и разработала схемы для оптимизации бизнеса. К каждому клиенту в данной организации индивидуальный подход.

«Организация объединяет квалифицированных специалистов, ориентированных на высокое качество обслуживания и индивидуальный подход к каждому клиенту. Сфера деятельности организации охватывает бухгалтерский и налоговый учет, разработку схем для оптимизации бизнеса, а также консультационные услуги, направленные на повышение эффективности работы организаций» [11].

Организация зарегистрирована в 2008 г. Основной вид деятельности по ОКВЭД 69.20.2 (деятельность по оказанию услуг в области бухгалтерского учета). Полное название организации – общество с ограниченной ответственностью ООО «Сити-консалт». Сокращенное название - ООО «Сити-консалт». Уставный капитал равен 13 000 р.

Адрес регистрации – Самарская область, Тольятти, г Тольятти, б-р Цветной, д. 7, помещ. 1017.

«История организации насчитывает несколько лет успешной работы, в течение которых был накоплен ценный опыт в решении сложных задач в области учета и налогообложения. За это время «Сити-Консалт» зарекомендовала себя как надежный партнер для клиентов из различных отраслей бизнеса» [11].

«Миссия организации заключается в предоставлении клиентам комплексных и качественных услуг, способствующих успешному развитию их бизнеса. Основные принципы работы включают профессионализм, ответственность, конфиденциальность и индивидуальный подход к каждому проекту» [11].

«Стратегия ООО «Сити-Консалт» направлена на постоянное совершенствование своих услуг, внедрение современных технологий в работу и укрепление долгосрочных партнерских отношений с клиентами. Организация стремится быть лидером на рынке бухгалтерских услуг, ориентируясь на потребности клиентов и обеспечивая высокий уровень профессиональной поддержки» [11].

«Численность организации составляет 25 человек. Привлечение профессиональных сотрудников организации дает выполнение стратегических задач, а также исполнения ежедневных задач. Заинтересованность в личном развитии позволяет стремиться к новым победам в своей карьере, тем самым выполняя поставленные задачи» [11].

«Организационная структура организации представлена на рисунке 4. Организационная структура ООО «Сити-Консалт» представляет собой функциональную модель управления, в которой выделены подразделения в зависимости от специализации их деятельности. Центральное место занимает главный бухгалтер, под руководством которого работают несколько заместителей, курирующих ключевые направления бухгалтерской деятельности. Такая структура обеспечивает четкое распределение обязанностей и высокую эффективность выполнения задач» [11].

«Главный бухгалтер является руководителем бухгалтерской службы и несет ответственность за организацию и контроль всей бухгалтерской и налоговой отчетности. Его основные функции включают:

- обеспечение соблюдения законодательства в области бухгалтерского и налогового учета;

- разработка учетной политики организации;
- контроль за работой всех подразделений бухгалтерской службы» [11].

Каждый заместитель отвечает за работу определенного направления и координирует деятельность своих подчиненных:

Заместитель главного бухгалтера первого звена включает в свое подчинение: старшего бухгалтера расчетного отдела и старшего бухгалтера финансового отдела. Основные задачи: организация учета расчетов с контрагентами и сотрудниками, подготовка финансовой отчетности и анализ финансовых показателей, и управление платежами и контроль за движением денежных средств.

Заместитель главного бухгалтера второго звена отвечает за материальный отдел. В обязанности данного отдела входит: учет материальных ценностей, включая поступление, списание и инвентаризацию, контроль за движением основных средств и товарно-материальных запасов, подготовка отчетности по материально-техническому обеспечению.

Заместитель главного бухгалтера третьего звена отвечает за отдел реализации и налоговый отдел.

Функции данных отделов, следующие:

- организация учета операций по реализации продукции и услуг;
- подготовка документов для расчета налогов и сдачи налоговой отчетности;
- анализ налоговой нагрузки и разработка рекомендаций по ее оптимизации.

Такое разделение позволяет каждой группе специалистов сосредоточиться на своей области ответственности, минимизировать ошибки и оперативно решать возникающие задачи. Главный бухгалтер координирует работу всех подразделений, обеспечивая интеграцию их усилий для достижения общих целей организации.

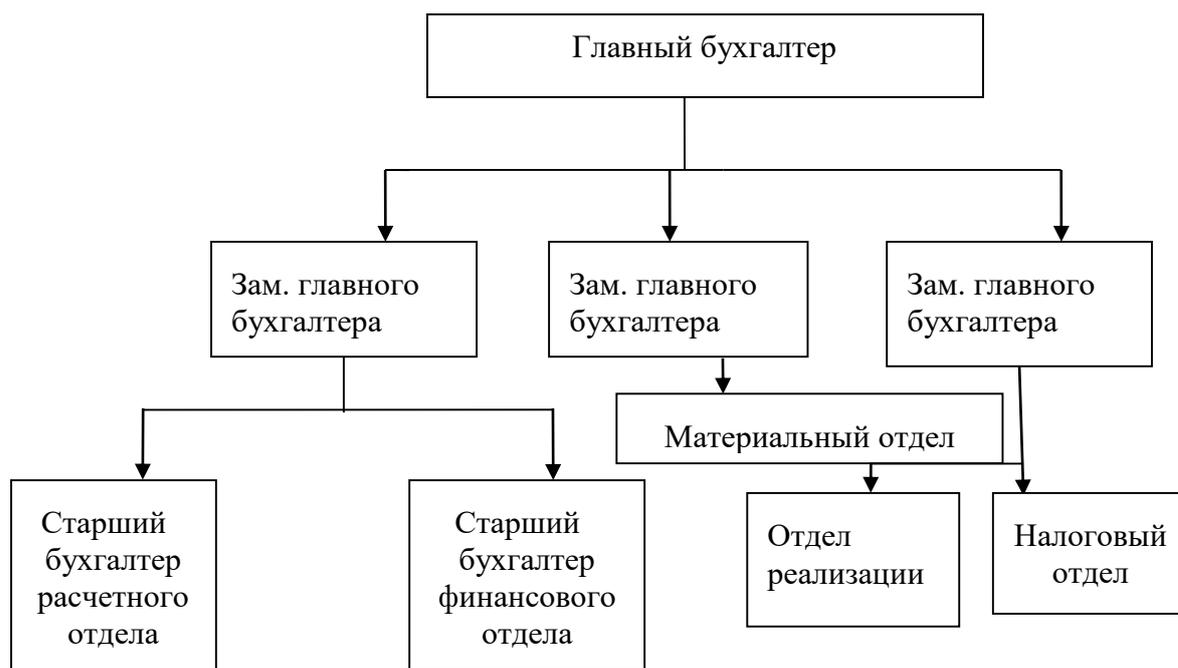


Рисунок 4 – Организационная структура ООО «Сити-Консалт»

Далее необходимо провести финансовый анализ организации. Данный анализ будет произведен с помощью бухгалтерского баланса (Приложение А) и отчета о финансовых результатах (Приложение Б).

Бухгалтерский баланс – это финансовый отчет, который отражает финансовое положение организации на определенную дату. Он состоит из двух основных частей: активы (ресурсы, контролируемые организацией, которые могут быть использованы для получения будущих экономических выгод. Активы делятся на внеоборотные (долгосрочные) и оборотные(краткосрочные)) и пассивы (обязательства организации, которые она должна выполнить в будущем). Пассивы включают собственный капитал и привлеченные средства (краткосрочные и долгосрочные обязательства).

Баланс должен соблюдать принцип равенства: сумма активов всегда равна сумме пассивов.

Отчет о финансовых результатах (или отчет о прибыли и убытках) – это финансовый документ, который показывает доходы и расходы организации за определенный период (обычно за квартал или год). Этот отчет позволяет оценить, насколько эффективно работает организация. В нем отображаются:

- выручка – доходы от основной деятельности организации;
- себестоимость – затраты на производство и реализацию товаров или услуг;
- операционная прибыль – разница между выручкой и себестоимостью;
- прочие доходы и расходы – например, доходы от инвестиций или расходы на проценты по кредитам;
- чистая прибыль (или убыток) – итоговый результат деятельности организации, который показывает, была ли она прибыльной или убыточной.

В таблице 2 представлены данные активов и их изменения.

Таблица 2 – Изменение активной части бухгалтерского баланса ООО «Сити-Консалт» за 2022-2024 гг.

Показатель, тыс. руб.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Абс. изм., тыс. руб.		Темп прироста, %	
				2023 г. к 2022 г.	2024 г. к 2023 г.	2023 г. к 2022 г.	2024 г. к 2023 г.
Материальные внеоборотные активы	91	158	-	67	-158	73,63	-
Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы	-	-	-	-	-	-	-
Запасы	1180	159	-564	-1021	-723	-86,53	-454,72
Денежные средства и денежные эквиваленты	188	139	169	-49	30	-26,06	21,58

Продолжение таблицы 2

Показатель, тыс. руб.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Абс. изм., тыс. руб.		Темп прироста, %	
				2023 г. к 2022 г.	2024 г. к 2023 г.	2023 г. к 2022 г.	2024 г. к 2023 г.
Финансовые и другие оборотные активы	615	1081	2306	466	1225	75,77	113,32
БАЛАНС	2075	1537	3039	-538	1502	-25,93	97,72

Анализ изменений активов организации демонстрирует значительные колебания в их структуре за период 2022-2024 гг. В материальных внеоборотных активах наблюдается рост на 67 т. р. в 2023 г. по сравнению с 2022 г., что составляет темп прироста 73,63%, однако в 2024 г. данный показатель отсутствует, что свидетельствует о выбытии или обесценении данных активов. Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы отсутствуют на протяжении всего анализируемого периода.

Существенное сокращение наблюдается в запасах: в 2023 г. они уменьшились на 1021 т. р. (-86,53%) по сравнению с 2022 г., а в 2024 г. снижение продолжается, составив -723 т. р. (-454,72%) относительно 2023 г. Это может указывать на оптимизацию управления запасами, снижение объемов производства или изменения в стратегии закупок.

Денежные средства и их эквиваленты демонстрируют снижение на 49 т. р. (-26,06%) в 2023 г., но в 2024 г. их объем увеличился на 30 т. р. (+21,58%). Это может свидетельствовать о восстановлении ликвидности или улучшении управления денежными потоками.

Финансовые и другие оборотные активы показывают значительный рост на протяжении всего периода. В 2023 г. их объем увеличился на 466 т. р. (+75,77%) по сравнению с 2022 г., а в 2024 г. прирост составил еще 1225 т. р. (+113,32%). Это может указывать на вложения в краткосрочные финансовые инструменты или расширение дебиторской задолженности.

Общий баланс организации в 2023 г. снизился на 538 т. р. (-25,93%) по сравнению с 2022 г., но в 2024 г. увеличился на 1502 т. р. (+97,72%). Такие изменения могут быть вызваны перераспределением активов, изменением инвестиционной политики или внешними экономическими факторами.

Далее необходимо проанализировать пассивную часть бухгалтерского баланса организации (таблица 3).

Таблица 3 – Изменение пассивной части бухгалтерского баланса ООО «Сити-Консалт» за 2022-2024 гг.

Показатель, тыс. руб.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Абс. изм., тыс. руб.		Темп прироста, %	
				2023 г. к 2022 г.	2024 г. к 2023 г.	2023 г. к 2022 г.	2024 г. к 2023 г.
Капитал и резервы	862	962	1490	100	528	11,60	54,89
Долгосрочные заемные средства	525	-	-	-525	-	-	-
Другие долгосрочные обязательства	-	-	-	-	-	-	-
Краткосрочные заемные средства	-	27	1131	27	1104	-	4088,89
Кредиторская задолженность	688	548	418	-140	-130	-20,35	-23,72
Другие краткосрочные обязательства	-	-	-	-	-	-	-
БАЛАНС	2075	1537	3039	-538	1502	-25,93	97,72

Анализ изменений структуры капитала и обязательств организации за период 2022-2024 гг. показывает существенные изменения в составе источников финансирования.

Капитал и резервы организации демонстрируют стабильный рост. В 2023 г. увеличение составило 100 т. р. (+11,60%) по сравнению с 2022 г., а в 2024 г. прирост значительно ускорился, достигнув 528 т. р. (+54,89%). Это указывает на улучшение финансовой устойчивости организации за счет накопления собственного капитала.

Долгосрочные заемные средства полностью выбыли из структуры обязательств в 2023 г., что привело к сокращению их объема на 525 т. р. Это может свидетельствовать о погашении долговых обязательств или о переводе организации на финансирование из собственных источников и краткосрочных заемных средств.

Краткосрочные заемные средства начали использоваться с 2023 г., когда их объем составил 27 т. р., а в 2024 г. резко увеличился до 1131 т. р. (+4088,89%). Такой рост краткосрочных заемных средств может свидетельствовать о привлечении организации к дополнительным краткосрочным кредитам или финансированию для покрытия текущих нужд.

Кредиторская задолженность демонстрирует стабильное снижение. В 2023 г. она уменьшилась на 140 т. р. (-20,35%), а в 2024 г. сократилась еще на 130 т. р. (-23,72%). Это может указывать на эффективное управление обязательствами перед контрагентами и оптимизацию расчетов с поставщиками.

Другие долгосрочные и краткосрочные обязательства остаются нулевыми на протяжении всего анализируемого периода, что может говорить об отсутствии дополнительных долговых обязательств у организации.

Общий баланс организации в 2023 г. снизился на 538 т. р. (-25,93%) по сравнению с 2022 г., однако в 2024 г. резко вырос на 1502 т. р. (+97,72%). Это свидетельствует о значительных изменениях в структуре активов и обязательств организации, что, возможно, связано с изменением политики управления финансами или внешними факторами.

В целом, анализ показывает сокращение долговых обязательств в 2023 г. с последующим увеличением краткосрочного финансирования в 2024 г. и усиление доли собственного капитала в структуре пассивов.

Далее необходимо проанализировать изменения показателей отчета о финансовых результатах. Изменения представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Изменение показателей отчета о финансовых результатах ООО «Сити-Консалт» за 2022-2024 гг.

Показатель, тыс. руб.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Абс. изм., тыс. руб.		Темп прироста, %	
				2023 г. к 2022 г.	2024 г. к 2023 г.	2023 г. к 2022 г.	2024 г. к 2023 г.
1	2	3	4	5	6	4	7
Выручка	6802	10150	12020	3348	1870	49,22	18,42
Расходы по обычной деятельности	-6749	-9630	-11245	-2881	-1615	42,69	16,77
Проценты к уплате	-	-	-	-	-	-	-
Прочие доходы	-	45	3	45	-42	-	-93,33
Прочие расходы	-663	-337	-108	326	229	-49,17	-67,95
Налог на прибыль	-77	-129	-142	-52	-13	67,53	10,08
Чистая прибыль (убыток)	-687	99	528	786	429	-114,41	433,33

Анализ отчета о финансовых результатах организации за 2022-2024 гг. показывает существенные изменения в ключевых показателях её деятельности.

Выручка организации демонстрирует устойчивый рост. В 2023 г. она увеличилась на 3348 т. р. (+49,22%) по сравнению с 2022 г., что свидетельствует о значительном расширении объемов продаж. В 2024 г. прирост выручки продолжился, составив 1870 т. р. (+18,42%) по сравнению с 2023 г., но темп роста замедлился. Это может быть связано с насыщением рынка или изменением спроса.

Расходы по обычной деятельности также увеличиваются вслед за выручкой, что говорит о высоких операционных затратах организации. В 2023 г. они выросли на 2881 т. р. (+42,69%) по сравнению с 2022 г, а в 2024 г. – на 1615 т. р. (+16,77%) относительно 2023 г. Рост расходов менее интенсивен, чем рост выручки, что говорит о частичном улучшении операционной эффективности.

Прочие доходы появились только в 2023 г., составив 45 т. р., однако в 2024 г. сократились на 42 т. р. (-93,33%), составив всего 3 т. р. Это свидетельствует о снижении доходов от внеоперационной деятельности.

Прочие расходы значительно сократились за анализируемый период. В 2023 г. они снизились на 326 т. р. (-49,17%) по сравнению с 2022 г., а в 2024 г. уменьшились еще на 229 т. р. (-67,95%). Это указывает на оптимизацию управленческих или внеоперационных затрат.

Налог на прибыль вырос в 2023 г. на 52 т. р. (+67,53%) по сравнению с 2022 г., что связано с улучшением финансового результата организации. В 2024 г. увеличение налога на прибыль составило 13 т. р. (+10,08%) по сравнению с 2023 г., что также обусловлено ростом прибыли.

Чистая прибыль организации демонстрирует кардинальное улучшение. В 2022 г. был зафиксирован убыток в размере 687 т. р. В 2023 г. организация вышла в прибыль, заработав 99 т. р., что отражает улучшение финансовой устойчивости. В 2024 г. чистая прибыль выросла на 429 т. р. (+433,33%), составив 528 т. р.

В целом, анализ показывает, что организация в 2023-2024 гг. смогла существенно улучшить свои финансовые результаты. Основные факторы – рост выручки, снижение прочих расходов и оптимизация затрат. Улучшение чистой прибыли является показателем успешного управления и адаптации организации к изменяющимся рыночным условиям.

2.2 Оценка конкурентных позиций организации на рынке ООО «Сити-Консалт»

«Оценка конкурентной позиции ООО «Сити-Консалт» будет проведена с помощью анализа макро- и микросреды. Результатом такого анализа является PEST-анализ, который представлен в таблице 4» [11].

Таблица 4 – PEST-анализ ООО «Сити-Консалт»

Факторы	Влияние на деятельность организации
1	2
Политические (P)	Изменения в налоговом законодательстве могут повлиять на спрос на бухгалтерские услуги. «Политическая стабильность обеспечивает устойчивую работу бизнеса. Возможные изменения в регулировании малого и среднего бизнеса могут повлиять на клиентскую базу» [11].
Экономические (E)	«Экономический спад или рост напрямую влияет на спрос на бухгалтерские услуги (в кризис растет спрос на услуги аутсорсинга). Уровень инфляции и ставки по кредитам могут повлиять на затраты организации и платежеспособность клиентов» [11].
Социальные (S)	«Изменение восприятия бухгалтерских услуг как необходимости может повысить интерес к консультационным услугам. Уровень финансовой грамотности клиентов влияет на объем дополнительных услуг (обучение, консультации). Повышение требований клиентов к скорости и удобству взаимодействия (например, через цифровые платформы)» [11].
Технологические (T)	«Внедрение новых программ автоматизации учета повышает эффективность работы, но требует инвестиций в обучение сотрудников. Развитие технологий электронного документооборота снижает издержки и улучшает клиентский сервис. Возрастающие киберугрозы требуют усиления мер по защите данных клиентов. Использование искусственного интеллекта и аналитики открывает новые возможности» [11].

«Анализ факторов внешней среды, влияющих на деятельность организаций в сфере бухгалтерских услуг, показывает необходимость гибкости и адаптации к изменениям в политической, экономической, социальной и технологической сферах. Политические изменения, такие как реформы в налоговом законодательстве и инициативы по цифровизации, требуют от организации постоянного мониторинга нормативной базы и внедрения новых стандартов работы. Политическая стабильность играет ключевую роль в поддержании устойчивости бизнеса, а изменения в

регулировании малого и среднего бизнеса могут повлиять на состав клиентской базы» [11].

«Экономическая ситуация напрямую определяет спрос на бухгалтерские услуги. В периоды экономического спада растет востребованность аутсорсинга, что открывает новые возможности для организаций, но также увеличивает конкуренцию. Уровень инфляции и ставки по кредитам воздействуют на финансовую устойчивость как самой организации, так и ее клиентов. Кроме того, увеличение числа стартапов и малого бизнеса способствует расширению клиентской базы, а колебания валютного курса могут влиять на организации, работающие на международных рынках» [11].

«Социальные факторы, такие как изменение восприятия бухгалтерских услуг и рост популярности удаленной работы, создают спрос на новые формы взаимодействия с клиентами, включая цифровые платформы и дистанционное обслуживание. Уровень финансовой грамотности клиентов открывает возможности для предоставления дополнительных консультационных услуг, что требует высокой квалификации сотрудников. Повышение требований к скорости и удобству взаимодействия с клиентами также стимулирует внедрение инновационных решений» [11].

«Технологические изменения значительно трансформируют сферу бухгалтерского учета. Внедрение автоматизации и технологий электронного документооборота повышает эффективность работы, однако требует инвестиций в обучение сотрудников и модернизацию инфраструктуры. Развитие искусственного интеллекта и аналитики открывает перспективы для улучшения качества услуг и предложения новых продуктов, одновременно ставя задачи по обеспечению безопасности данных в условиях роста киберугроз. Успешное развитие бизнеса в сфере бухгалтерских услуг требует проактивного подхода к изменяющимся условиям внешней среды, внедрения инновационных технологий и стратегического планирования для обеспечения

конкурентоспособности и удовлетворения растущих ожиданий клиентов» [11].

«Ключевым конкурентным преимуществом ООО «Сити-Консалт» является наличие профессиональной команды специалистов с высокой квалификацией и опытом в области бухгалтерского учета. Высокий уровень качества услуг позволяет организации формировать устойчивую клиентскую базу и развивать долгосрочные отношения с клиентами. Эффективные внутренние процессы и использование современных технологий также укрепляют её конкурентные позиции» [11].

«Рынок бухгалтерских услуг характеризуется высокой конкуренцией, что требует от организации постоянного совершенствования своих предложений. Основными конкурентами могут быть как крупные консалтинговые организации, так и небольшие организации, ориентированные на определённые ниши. ООО «Сити-Консалт» может выделяться за счет персонализированного подхода к каждому клиенту, что особенно важно в малом и среднем бизнесе» [11].

«ООО «Сити-Консалт» обладает командой профессионалов с высокой квалификацией. Это позволяет предоставлять услуги, соответствующие высоким стандартам качества, и обеспечивает организации конкурентное преимущество:

- малый и средний бизнес, на который ориентирована организации, ценит индивидуальный подход. Гибкость и учет особенностей клиента формируют лояльность и долгосрочные отношения;
- наличие опыта в предоставлении бухгалтерских услуг позволяет организации эффективно решать задачи клиентов, адаптируясь под изменения в законодательстве и рыночных условиях;
- предоставление услуг высокого качества помогает организации конкурировать даже с более крупными игроками, ориентированными на массовые продукты» [11].

«Слабые стороны организации:

- ограниченные финансовые ресурсы. ООО «Сити-Консалт» может испытывать сложности с масштабированием бизнеса, что ограничивает её географический охват и возможности маркетингового продвижения;
- ограниченный технологический потенциал. Автоматизация и цифровизация являются ключевыми трендами на рынке бухгалтерских услуг. Недостаточные инвестиции в технологии могут стать препятствием для дальнейшего роста;
- низкая известность бренда. Организация в основном известна только в своём узком сегменте. Это ограничивает её возможности по привлечению новых клиентов» [11].

«На основании данной информации можно составить полноценный SWOT-анализ ООО «Сити-Консалт». Для этого необходимо обратиться к таблице 5» [11].

Таблица 5 – SWOT-анализ ООО «Сити-Консалт»

Сильные стороны:	Слабые стороны:
Квалифицированные специалисты. Индивидуальный подход к клиентам. Высокое качество предоставляемых услуг.	Ограниченные финансовые ресурсы. Низкая известность организации. Низкий уровень автоматизации.
Возможности:	Угрозы:
Расширение спектра услуг. Внедрение современных технологий. Рост спроса на бухгалтерские услуги.	Высокая конкуренция. Постоянные изменения законодательства. Снижение маржинальности.

«ООО «Сити-Консалт» ориентируется на малый и средний бизнес, который нуждается в качественных, но доступных бухгалтерских услугах. Благодаря профессионализму команды и гибкому подходу к клиентам, организация способна успешно конкурировать с более крупными игроками. Её клиенты ценят персонализированный сервис и готовность специалистов адаптироваться под их потребности» [11].

«Далее необходимо произвести расчет формул, которые были представлены в теоретической части для количественной оценки конкурентоспособности исследуемой организации. Результаты расчет представлены в таблице 6» [11].

Таблица 6 – Расчет конкурентоспособности исследуемой организации ООО «Сити-Консалт» за 2022-2024 гг.

Показатель, тыс. руб.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Абс. изм., тыс. руб.	
				2023 г. к 2022 г.	2024 г. к 2023 г.
Выручка от реализации продукции	6802	10150	12020	3348	1870
Затраты на производство и реализацию продукции	6749	9630	11245	2881	1615
Операционная эффективность организации	1,01	1,05	1,07	0,05	0,01
Коэффициент операционной эффективности	1,04	1,04	1,02	0,01	-0,02
Коэффициент стратегического позиционирования	0,89	1,09	1,09	0,20	0,00
Конкурентоспособность исследуемого организации	1,16	0,96	0,94	-0,21	-0,01

«Анализ конкурентоспособности ООО «Сити-Консалт» за 2022-2024 гг. показывает положительную динамику основных финансово-экономических показателей, таких как выручка от реализации продукции и операционная эффективность организации. Выручка увеличилась на 3348 т. р. в 2023 г. по сравнению с 2022 г. и еще на 1870 т. р. в 2024 г., что свидетельствует о росте доходов организации. Затраты на производство и реализацию также возросли, однако темпы их роста уступают темпам роста выручки, что отразилось на улучшении операционной эффективности» [11].

«Операционная эффективность организации демонстрирует стабильный рост: показатель увеличился с 1,01 в 2022 г. до 1,07 в 2024 г. Тем не менее, коэффициент операционной эффективности снизился с 1,04 в 2023 г. до 1,02 в 2024 г., что указывает на необходимость оптимизации затрат для поддержания

текущего уровня эффективности. Коэффициент стратегического позиционирования вырос с 0,89 в 2022 г. до 1,09 в 2023 г., но остался неизменным в 2024 г., что говорит о стабилизации положения организации на рынке» [11].

«Вместе с тем наблюдается снижение общего уровня конкурентоспособности организации, которое уменьшилось с 1,16 в 2022 г. до 0,96 в 2023 г. и далее до 0,94 в 2024 г. Абсолютное снижение конкурентоспособности на 0,21 пункта в 2023 г. и на 0,01 в 2024 г. свидетельствует о нарастающем влиянии внешних факторов и возможных внутренних проблем, требующих решения. Несмотря на позитивные тенденции роста доходов и операционной эффективности, снижение конкурентоспособности указывает на необходимость стратегического пересмотра политики организации для укрепления позиций на рынке» [11].

«Для повышения конкурентоспособности ООО «Сити-Консалт» может:

- инвестировать в повышение узнаваемости бренда через маркетинг и PR;
- расширить спектр услуг, включая консультации по налоговому планированию и автоматизацию учета.
- активно внедрять цифровые решения, что повысит удобство работы для клиентов» [11].

«Конкурентные позиции ООО «Сити-Консалт» на рынке основаны на высоком качестве услуг и профессионализме команды, однако для дальнейшего роста и укрепления положения организации важно активно использовать возможности для улучшения своей узнаваемости и адаптации к рыночным изменениям» [11].

3 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности и укреплению экономической безопасности ООО «Сити-Консалт»

3.1 Разработка путей повышения конкурентоспособности организации ООО «Сити-Консалт»

В современных условиях жесткой рыночной конкуренции и быстроменяющейся экономической среды разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности и укреплению экономической безопасности организации является важнейшей задачей для обеспечения её устойчивого развития. Конкурентоспособность определяет способность организации не только удерживать текущих клиентов, но и привлекать новых, расширять рыночные позиции и обеспечивать стабильный рост доходов. При этом недостаточный уровень конкурентоспособности может привести к потере клиентов, снижению прибыли и даже утрате позиций на рынке.

Укрепление экономической безопасности организации неразрывно связано с повышением её конкурентных преимуществ. Экономическая безопасность позволяет минимизировать внутренние и внешние риски, обеспечить финансовую устойчивость, эффективно использовать ресурсы и адаптироваться к изменениям внешней среды. Это особенно важно для предотвращения угроз, связанных с финансовыми кризисами, изменениями законодательства, действиями конкурентов и другими факторами, способными дестабилизировать работу организации.

Во втором разделе был представлен подробный анализ финансовой составляющей организации ООО «Сити-Консалт», также были рассмотрены сильные и слабые стороны и описано конкурентное положение. На основании данных можно выделить проблемные места, которые представлены на рисунке 5.

Причины низкой конкурентоспособности «Сити-Консалт»	Низкая известность бренда. Организация в основном известна только в своём узком сегменте. Это ограничивает её возможности по привлечению новых клиентов.
	Организация предлагает ограниченный спектр услуг, что снижает её привлекательность для клиентов с уникальными потребностями, такими как налоговое планирование, финансовый аудит или консалтинг по внедрению автоматизированных систем учета.
	Несмотря на позитивные тенденции роста доходов и операционной эффективности, снижение конкурентоспособности указывает на необходимость стратегического пересмотра политики организации для укрепления позиций на рынке.

Рисунок 5 – Причины низкой конкурентоспособности «Сити-Консалт»

Причины низкой конкурентоспособности организации, которые представлены на рисунке 5, имеют достаточно сильное влияние на экономическую безопасность организации, именно поэтому необходимо разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности и укреплению экономической безопасности ООО «Сити-Консалт».

Для повышения конкурентоспособности и укреплению экономической безопасности организации предложены следующие мероприятия: внедрение рекламной кампании и проведение обучения по внедрению в работу новых услуг для сотрудников организации.

Первое мероприятие связано с запуском рекламной кампании. В условиях высокой конкуренции на рынке бухгалтерских услуг продвижение бренда и информирование потенциальных клиентов о преимуществах компании становятся важными инструментами для привлечения новых клиентов и удержания существующих. Эффективная рекламная стратегия должна включать продвижение через цифровые каналы, такие как социальные сети, поисковая оптимизация (SEO) и контекстная реклама. Особое внимание следует уделить созданию уникального предложения, подчеркивающего высокую квалификацию специалистов ООО «Сити-консалт» и персонализированный подход к каждому клиенту.

«Для данной организации необходимо применить такой инструмент, как контекстная реклама на поиске. Особенность контекстной рекламы, которую необходимо применить для ООО «Сити-консалт», в том, что её видят пользователи, у которых уже есть потребность в услугах организации. Стоимость данного инструмента составляет 25 т. р./мес. Так как организация не имеет рекламных кампаний, данное мероприятие позволит в дальнейшем увеличить узнаваемость бренда, что привлечет новую прибыль для организации» [11].

«Второе направление связано с обучением сотрудников для внедрения новых услуг в работу. Расширение перечня предлагаемых услуг позволит организации удовлетворить растущие потребности клиентов и повысить конкурентоспособность организации» [11].

«Услуги, которые необходимо внедрить в организацию: консультации по налоговому планированию и автоматизацию учета. Данные знания необходимо получить старшему бухгалтеру и обучить сотрудников, которые будут заниматься в дальнейшем дополнительной услугой. Так как данная информация находится в открытом доступе, данное мероприятие не принесет новые затраты для организации. Освоение современных услуг для автоматизации бухгалтерских процессов, а также изучение актуальных изменений в законодательстве, укрепят позиции организации на рынке и позволят обеспечить высокий уровень качества обслуживания» [11].

«Комбинированное применение мероприятий, направленных на эффективное продвижение услуг и развитие профессиональных компетенций сотрудников, позволит ООО «Сити-консалт» укрепить свою конкурентоспособность, увеличить клиентскую базу и повысить финансовую устойчивость. Это обеспечит компании стабильное развитие и долгосрочную экономическую безопасность» [11].

3.2 Оценка эффективности предлагаемых мероприятий

На рисунке 6 представлены мероприятия, которые необходимо провести для повышения конкурентоспособности и укрепления экономической безопасности ООО «Сити-Консалт».



Рисунок 8 – Мероприятия по повышению конкурентоспособности и укреплению экономической безопасности ООО «Сити-Консалт»

Данные мероприятия, которые отмечены на рисунке 8 и будут в дальнейшем внедрены, позволят повысить конкурентоспособность организации ООО «Сити-Консалт».

Для внедрения данных мероприятий необходимо провести оценку их эффективности. Внедрение в работу контекстной рекламы на поиске для ООО «Сити-Консалт» позволит увеличить узнаваемость организации, следовательно, принесет прибыль организации. Затраты на внедрение составляют ежемесячно 25 т. р., следовательно в год затраты составят 300 т. р. Введение в работу данного мероприятия предположительно позволит увеличить выручку организации на 10%, что говорит о положительном влиянии на экономическую безопасность ООО «Сити-консалт».

Контекстная реклама нацелена на аудиторию, которая уже ищет услуги бухгалтерского учета. Это повышает вероятность привлечения новых клиентов. Расчет прироста клиентов: среднее количество запросов в месяц, по ключевым словам, составляет, 1000 чел., умножить на количество клиентов,

заинтересованных в услугах компании (конверсия из просмотров в звонки составляет 3%), а из звонков в клиентов – 10%. Следовательно, $1000 \times 0,03 \times 0,10 = 3$ новых клиента в месяц.

Средний чек одного клиента – 20 тыс. руб.

Дополнительная выручка от контекстной рекламы в месяц составит: $3 \times 20 = 60$ т. р./мес., и $60 \times 12 = 720$ т. р./г.

Внедрение консультаций по налоговому планированию и автоматизации учета привлечет новых клиентов, которые заинтересованы в специфических услугах. Расчет прироста клиентов: организация привлечет 5 новых клиентов в месяц, заинтересованных в новых услугах, средний чек за консультации по налоговому планированию составляет 18 050 р.

Дополнительная выручка в месяц составит: $18,05 \times 5 = 90,25$ т. р./мес., и $90,25 \times 12 = 1083$ т. р./г.

Таким образом: Второе направление связано с обучением сотрудников для внедрения новой услуги в работу организации. Затраты на первое время не потребуются, так как внедряемая услуга будет обучена старшим бухгалтером организации в ближайшие сроки. Внедрение услуги предположительно увеличит выручку на 5%, что приведет к положительном результате. Прогнозный год – 2025 г. Для расчета экономического эффекта необходимо обратиться к таблице 7.

Исходя из данных прогнозов можно произвести расчет выручки к 2025 году: $720 + 1083 = 1803$ т. р., а затраты на производство и реализацию продукции составят: $11245 + 300 = 11545$ т. р. Данные необходимо внести в таблицу 7 и рассчитать эффективность предлагаемых мероприятий.

Анализ ключевых показателей за 2023-2025 гг. демонстрирует положительную динамику. Затраты на производство также увеличились, но темпы их роста (+1 915 т. р.) существенно ниже темпов роста выручки, что положительно повлияло на операционную эффективность организации, увеличив её с 1,05 в 2023 г. до 1,20 в 2025 г.

Таблица 7 – Расчет эффективности предлагаемых мероприятий ООО «Сити-консалт» за 2023-2025 гг.

Показатель, тыс. руб.	2023 г.	2024 г.	2025 г.	Абс. изм., тыс. руб.	
				2024 г. к 2023 г.	2025 г. к 2024 г.
Выручка от реализации продукции	10150	12020	13823	1870	1803
Затраты на производство и реализацию продукции	9630	11245	11545	1615	300
Операционная эффективность организации	1,05	1,07	1,20	0,01	0,13
Операционная эффективность организации по выборке	1,29	1,15	1,15	-0,14	-
Коэффициент операционной эффективности	1,04	1,02	1,23	-0,02	0,21
Объем рынка	342	400	400	58	0
Доля рынка организации	35,15	33,06	34,55	-2,09	1,49
Доля рынка организации по выборке	11,11	38,37	38,36	27,26	-0,005
Изменение доли рынка организации	1,03	0,94	1,15	-0,09	0,21
Изменение доли рынка организации по выборке	1,57	3,45	3,45	1,88	0,0029
Соотношение доли рынка	0,66	0,27	0,33	-0,39	0,06
Конкурентоспособность исследуемого организации	0,81	0,52	0,58	-0,29	0,06

Особого внимания заслуживает показатель конкурентоспособности, который в 2025 г. вырос на 0,06 после снижения в 2024 г., достигнув 0,58. Этот рост указывает на стабилизацию позиций организации в условиях рыночной конкуренции. Такой рост конкурентоспособности подчеркивает успешность предпринятых мер по оптимизации деятельности и реализации стратегических целей, что обеспечивает устойчивое развитие организации и её лидерство на рынке. Результаты подтверждают, что реализованные мероприятия, направленные на улучшение финансового планирования и оптимизацию операционных процессов, существенно повысили эффективность деятельности организации и укрепили её позиции на рынке.

Заключение

В первом разделе данной работы раскрываются теоретические аспекты повышения конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности организации, также рассматриваются основные факторы, влияющие на эффективность повышения конкурентоспособности для обеспечения экономической безопасности организации.

Конкуренция и конкурентоспособность являются центральными понятиями рыночной экономики, определяющими взаимодействие участников на рынке и их способность достигать успеха в условиях соперничества. Конкуренция представляет собой процесс экономического взаимодействия и соперничества между участниками рынка за ограниченные ресурсы, клиентов, рынки сбыта и получение максимальной прибыли.

Также была описана методика, по которой в дальнейшем производился анализ организации. Методика оценки конкурентоспособности включает анализ различных факторов, которые оказывают влияние на деятельность организации. К ним относятся как внутренние, так и внешние параметры. Внутренние параметры охватывают уровень качества продукции или услуг, эффективность производственных процессов, уровень инновационности, квалификацию персонала и организационную структуру. Внешние факторы включают анализ рыночной среды, конкурентного окружения, спроса на продукцию, а также влияния макроэкономических условий.

Экономическая безопасность и конкурентоспособность тесно взаимосвязаны и взаимодополняют друг друга. Устойчивость организации на рынке требует постоянного повышения конкурентоспособности, что одновременно способствует снижению внутренних и внешних угроз. Напротив, достижение высокого уровня экономической безопасности позволяет организации сосредоточиться на реализации долгосрочных

стратегий, улучшении своей конкурентной позиции и укреплении своего положения в отрасли.

На эффективность повышения конкурентоспособности организации влияет множество факторов, как внутренних, так и внешних. Учет и управление этими факторами позволяют организации не только укрепить свои позиции на рынке, но и обеспечить экономическую безопасность, создавая устойчивую основу для долгосрочного развития.

Во втором разделе проанализировано текущее состояние конкурентоспособности и экономической безопасности организации ООО «Сити-Консалт».

ООО «Сити-консалт» – это команда квалифицированных специалистов, объединенных единой целью: оказывать качественные бухгалтерские услуги. За прошедшие годы организация накопила бесценный опыт по ведению бухгалтерского и налогового учёта и разработала схемы для оптимизации бизнеса. К каждому клиенту в данной организации индивидуальный подход.

Организация зарегистрирована в 2008 г. Основной вид деятельности по ОКВЭД 69.20.2 (деятельность по оказанию услуг в области бухгалтерского учета). Полное название организации – общество с ограниченной ответственностью ООО «Сити-консалт». Сокращенное название - ООО «Сити-консалт». Уставный капитал равен 13 000 р.

Анализ изменений активов организации демонстрирует значительные колебания в их структуре за период 2022-2024 гг. В материальных внеоборотных активах наблюдается рост на 67 т. р. в 2023 г. по сравнению с 2022 г., что составляет темп прироста 73,63%, однако в 2024 г. данный показатель отсутствует, что свидетельствует о выбытии или обесценении данных активов. Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы отсутствуют на протяжении всего анализируемого периода.

В целом, анализ показывает сокращение долговых обязательств в 2023 г. с последующим увеличением краткосрочного финансирования в 2024 г. и усиление доли собственного капитала в структуре пассивов.

Анализ показывает, что организация в 2023-2024 гг. смогла существенно улучшить свои финансовые результаты. Основные факторы – рост выручки, снижение прочих расходов и оптимизация затрат. Улучшение чистой прибыли является показателем успешного управления и адаптации организации к изменяющимся рыночным условиям.

Для повышения конкурентоспособности ООО «Сити-Консалт» может:

- инвестировать в повышение узнаваемости бренда через маркетинг и PR;
- расширить спектр услуг, включая консультации по налоговому планированию и автоматизацию учета.
- активно внедрять цифровые решения, что повысит удобство работы для клиентов.

Причины низкой конкурентоспособности организации, которые представлены на рисунке 5, имеют достаточно сильное влияние на экономическую безопасность организации, именно поэтому необходимо разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности и укреплению экономической безопасности ООО «Сити-Консалт».

Для повышения конкурентоспособности и укреплению экономической безопасности организации предложены следующие мероприятия: внедрение рекламной кампании и проведение обучения по внедрению в работу новых услуг для сотрудников организации.

Такой рост конкурентоспособности подчеркивает успешность предпринятых мер по оптимизации деятельности и реализации стратегических целей, что обеспечивает устойчивое развитие организации и её лидерство на рынке.

Список используемой литературы

1. Анисимова В. Ю. Анализ конкурентоспособности бизнеса : учебное пособие / Самара : Самарский университет, 2023. 84 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/406652> (дата обращения: 20.01.2025).
2. Булочников П. А. Стратегическое управление развитием регионов : монография. Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2021. 223 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/415973> (дата обращения: 20.01.2025).
3. Вайцеховская С. С., Токарева Г. В., Пономаренко М. В., Скиперская Е. В. Исследование конкурентных преимуществ организаций, их видов, источников и путей развития : учебное пособие /. Ставрополь : СтГАУ, 2023. 128 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/360020> (дата обращения: 23.01.2025).
4. Карпицкой М. Е., Витун С. Е. Проблемы современной экономики: глобальный, национальный и региональный контекст: сборник научных трудов. Гродно : ГрГУ им. Янки Купалы, 2021. 484 с. (дата обращения: 25.01.2025).
5. Крылова Л. В., Кривонос А. А., Морозова Н. И. Маркетинг в сервисе: учебное пособие. Донецк: ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2023. 176 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/403934> (дата обращения: 23.01.2025).
6. Минеева Л. Н., Бутырина Ю. А., Пшенцова А. И. [и др.]. Управление маркетингом : учебное пособие / Саратов : Вавиловский университет, 2024. 240 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/450410> (дата обращения: 24.02.2025).
7. Науменко Н. В., Омаров М. М. Наука, бизнес, власть – триада регионального развития: материалы конференции. Великий Новгород: НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2022. 157 с. (дата обращения: 25.01.2025).
8. Официальный сайт ООО «Сити-Консалт». [Электронный ресурс] // URL: <https://city-consultbuh.ru/> (дата обращения: 25.03.2025).

9. Петухова Ж. Г. Конкурентоспособность предприятий: учебное пособие / Норильск : ЗГУ им. Н.М. Федоровского, 2021. 113 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/224555> (дата обращения: 24.02.2025).
10. Родионова В. О., Федоркова Н. В., Львович Э. М. Методология формирования организационной культуры предприятия : монография. Воронеж : ВИБТ, 2023. 86 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/406112> (дата обращения: 14.02.2025).
11. Сайт с использованием искусственного интеллекта URL: <https://chatgpt.com/> [Электронный ресурс] (дата обращения: 25.02.2025).
12. Соболев Т. С. Повышение конкурентоспособности организации путем модернизации ее бизнес-процессов : монография / Москва : МУИВ, 2023. 127 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/433676> (дата обращения: 20.01.2025).
13. Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ (ред. от 31.07.2020) «Об обществах с ограниченной ответственностью» (дата обращения: 21.01.2025).
14. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 26.07.2019) «О бухгалтерском учете» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020) (дата обращения: 10.02.2025).
15. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ (последняя редакция) (дата обращения: 21.01.2025).
16. Denysenko M., Konieczny G., Kolisnichenko P., Homon N. Formation of economic security of small and medium-sized enterprises in the state economic security system // ECONOMICS, FINANCE AND MANAGEMENT REVIEW. 2023. No. 4. – P. 31-39. (дата обращения: 10.12.2024).
17. Melisa F. Galasso. Governmental Accounting and Auditing Update. Wiley; 1st edition. 2020. 192 p. (дата обращения: 10.12.2024).
18. Orekhova K. O. & Sharapova E. A. Research of the efficiency of the use of the borrowed capital of the enterprise. Digital and industry economy. 2021, 137–141. (дата обращения: 11.12.2024).

19. Panina I. V., & Gushchina M. Y. Analysis of the organisation's borrowed capital. Proceedings of Voronezh State University. Series: Economics and Management. 2022. 45-56. URL: <https://doi.org/10.17308/econ.2022.2/8322>. (дата обращения: 11.12.2024).

20. Sigidov Y. I., Petrov A. M., Osmonova A. A. [et al.] Financial Risks in the Financial and Economic Security Management System of the Enterprise / // Estudios de Economía Aplicada. 2021. Vol. 39, No. 6. P. 8-16. (дата обращения: 11.12.2024).

Приложение А

Бухгалтерский баланс ООО «Сити-Консалт»

Таблица А.1 – Бухгалтерский баланс ООО «Сити-Консалт» на 31 декабря 2024 гг.

Бухгалтерский баланс на <u>31 декабря</u> <u>2024</u> г.		Коды		
		31	12	2024
Организаци я	Общество с ограниченной ответственностью «Сити- Консалт»	Форма по ОКУД	07100001	
Идентификационный номер налогоплательщика		Дата (число, месяц, год)		
Вид экономической деятельности	Деятельность по оказанию услуг в области бухгалтерского учет	по ОКПО	83716196	
		ИНН	6321206452	
		по ОКВЭД	69.20.2	

Местонахождение (адрес): 445030, Самарская область, г Тольятти, б-р Цветной, д. 7, офис 1017

Пояснения	Наименование показателя ²	На <u>31 декабря</u> 20 <u>22</u> г. ³	На 31 декабря 20 <u>23</u> г. ⁴	На 31 декабря 20 <u>24</u> г. ⁵
			АКТИВ	
х	Материальные внеоборотные активы	91	158	-
х	Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы	-	-	-
х	Запасы	1180	159	-564
х	Денежные средства и денежные эквиваленты	188	139	169
х	Финансовые и другие оборотные активы	615	1081	2306
х	БАЛАНС	2075	1537	3039
х	ПАССИВ			
х	Капитал и резервы	862	962	1490
х	Долгосрочные заемные средства	525	-	-
х	Другие долгосрочные обязательства	-	-	-
х	Краткосрочные заемные средства	-	27	1131
х	Кредиторская задолженность	688	548	418
х	Другие краткосрочные обязательства	-	-	-
х	БАЛАНС	2075	1537	3039

Приложение Б

Отчет о финансовых результатах ООО «Сити-Консалт»

Таблица Б.1 – Отчет о финансовых результатах ООО «Сити-Консалт» на 31 декабря 2024 гг.

**Отчет о финансовых результатах
на 31 декабря 2024 г.**

		Коды		
		07100001		
		31	12	2024
Организаци я	Общество с ограниченной ответственностью «Сити- Консалт»	83716196		
Идентификационный номер налогоплательщика		6321206452		
Вид экономической деятельности	Деятельность по оказанию услуг в области бухгалтерского учет	69.20.2		
Местонахождение (адрес): 445030, Самарская область, г Тольятти, б-р Цветной, д. 7, офис 1017				

Наименование показателя	За 31 декабря 2022	За 31 декабря 2023	За 31 декабря 2024
Выручка	6802	10150	12020
Расходы по обычной деятельности	-6749	-9630	-11245
Проценты к уплате	-	-	-
Прочие доходы	-	45	3
Прочие расходы	-663	-337	-108
Налог на прибыль	-77	-129	-142
Чистая прибыль (убыток)	-687	99	528