

*Кафидов Владимир Викторович,  
кандидат экономических наук, доцент  
Калининградский филиал Московского финансово-юридического  
университета,  
Россия, г. Калининград  
Руденко Евгения Игоревна  
Студент 5 курс, специальность «Экономическая безопасность 38.05.01»  
Калининградский филиал Московского финансово-юридического  
университета  
Россия, г. Калининград*

**«УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ»**

*Аннотация. В данной статье рассматривается взаимосвязь товарной политики организации с обеспечением её экономической безопасности. Предложенные рекомендации по совершенствованию товарной политики будут способствовать обеспечению экономической безопасности организации.*

*Ключевые слова: экономическая безопасность, товарная политика, конкурентоспособность, ассортимент, маркетинг, рекламная деятельность.*

**«MANAGEMENT OF COMMODITY POLICY IN ENSURING THE  
ECONOMIC SECURITY OF THE ORGANIZATION»**

*Annotation. This article examines the relationship of the commodity policy of the organization with ensuring its economic security. The proposed recommendations for improving the commodity policy will contribute to ensuring the economic security of the organization.*

**Keywords:** *economic security, commodity policy, competitiveness, assortment, marketing, advertising activity.*

Обеспечение экономической безопасности предприятий заключается в том, что для нормального функционирования субъекта деятельности необходимы такие национальные ресурсы предприятия (человеческие ресурсы, капитал, информация, технологии, кадровые ресурсы), а также бизнес-возможности, которые могут обеспечить стабильное функционирование ресурсов и устойчивость предприятия) [2, с. 139].

В настоящее время организации розничной торговли, осуществляющие свою деятельность, сталкиваются с большим количеством различного рода проблем. Это связано не только с общим уровнем экономического развития России, растущей инфляцией, все еще низким курсом рубля и другими макроэкономическими перекосами, но и с рядом специфических факторов, связанных с обеспечением экономической безопасности предприятий [3, с.8].

Уровень экономической безопасности организаций розничной торговли напрямую зависит от того, насколько эффективно руководство и специалисты в области экономической безопасности предотвращают возможные угрозы, а также устраняют негативные последствия внешней и внутренней нестабильности [2, с.140].

При разработке комплекса мер по обеспечению экономической безопасности необходимо определить масштаб проблем, с которыми сталкивается организация. В зависимости от масштаба проблемы обеспечения экономической безопасности розничной торговли ее можно разделить на внутреннюю и внешнюю. Суть внешних проблем заключается в том, что они возникают вне организации и прямо или косвенно влияют на ее деятельность. Внутренние проблемы возникают внутри предприятия. Они касаются финансово-хозяйственной деятельности организации и ее персонала [1, с.55].

Разработка мероприятий основывалась на результатах анализа внешней и внутренней среды, анкетирования потребителей, оценки конкурентоспособности магазинов, расположенных в г. Калининград. Также при разработке рекомендаций по повышению конкурентоспособности сети магазинов ООО «Капля» [5] учитывались результаты исследования Национального института бизнеса, проведенного в октябре 2021 года, результаты исследований ВЦИОМ. В рамках исследования был проведен ситуационный анализ рынка очистительных фильтров для воды в стране, а также изучены мнения потребителей.

По результатам проведенной в работе оценки конкурентоспособности был сделан вывод, что в настоящее время лидером среди магазинов по продаже фильтров для воды является магазин «Аквамания», а «Капля39» занимает второе место. Он уступает конкурентные позиции по таким параметрам как «ассортимент», «рекламная деятельность» и «оформление сайта» [5].

В качестве мероприятий по повышению конкурентоспособности «Капля39» были предложены:

- оптимизация и расширение ассортимента;
- новая услуга «Экспресс-фильтр»;
- оптимизация торгового пространства магазина;
- разработка плана маркетинга, направленного на активизацию рекламной деятельности.

Рассмотрим, как изменится интегральная оценка конкурентоспособности магазина «Капля39» в случае внедрения данных рекомендаций (таблица 1).

Таблица 1 - Интегральная оценка конкурентоспособности до и после внедрения рекомендаций

Параметр	«Аквामания»	«Аквафор»	Вода39.рф	«Капля39»
1. Местоположение (удобство подъезда, наличие парковки, проходимость)	0,4	0,24	0,24	0,4
2. Количество магазинов в городе	0,02	0,02	0,02	0,04
3. Интерьер помещения	0,2	0,2	0,15	0,25
4. Оформление витрин	0,5	0,4	0,3	0,5
5. Обслуживание, персонал	0,8	0,64	0,8	0,8
6. Ассортимент предлагаемой продукции	0,72	0,54	0,9	0,9
7. Ценовая политика	0,3	0,4	0,4	0,4
8. Дисконтная система	0,28	0,35	0,28	0,28
9. Условия оплаты	0,28	0,28	0,28	0,35
10. Рекламная деятельность	0,28	0,21	0,21	0,35
11. Оформление сайта	0,5	0,3	0,5	0,5
Итого:	4,28	3,58	4,08	4,77

Таким образом, можно сделать вывод, что внедрение рекомендуемых мероприятий позволит «Капля39» занять лидирующие позиции в г. Калининграде, а в перспективе и во всех городах присутствия.

Расширение ассортимента и введение услуги «Экспресс-фильтр» потребует ввода новых витрин и выделение части торгового зала. В связи с чем были даны рекомендации по оптимизации торгового пространства.

Рассчитаем эффект от внедрения рекомендуемых мероприятий (таблица 2).

Таблица 2 – Оценка эффективности внедрения рекомендуемых мероприятий

	Сумма, тыс. руб.
Рост товарооборота, в т.ч.	2475,2
- за счет расширения услуг (услуга «Экспресс-фильтр»)	326
- за счет оптимизации и расширения ассортимента	2130
за счет оптимизации торговой площади (магазин в ТЦ «Z-Форт»)	179,2
Затраты, в т.ч.	1748,15
- на ввод дополнительных услуг	72,6
- на оптимизацию и расширение ассортимента	1600
- на оптимизацию торговой площади	12
- на рекламную деятельность	63,55
Эффективность мероприятий	147%

Расчеты, представленные в таблице, позволяют сделать вывод об эффективности реализации рекомендуемых мероприятий.

Рассмотрим, как повлияет реализация рекомендуемых мероприятий на экономическую безопасность сети магазинов по продаже фильтров для воды ООО «Капля».

На основании полученных данных можно сделать вывод, что внедрение рекомендуемых мероприятий экономически целесообразно, т.к. это приведет к росту товарооборота на 2 475,2 тыс. руб. и росту рентабельности продаж на 2,25%.

Таким образом, внедрение рекомендуемых мероприятий позволит не только повысить конкурентоспособность сети магазинов «Капля39», но и улучшить финансовые результаты деятельности, что подтверждает целесообразность их реализации.

Также рассмотрим, как повлияют мероприятия по повышению конкурентоспособности на экономическую безопасность ООО «Капля».

Экономическую безопасность предприятия можно представить, как систему, состоящую из четырех функциональных блоков [4, с.25]:

- финансовая безопасность;
- кадровая безопасность;
- технологическая безопасность;
- маркетинговая безопасность.

В таблице 3 представлены результаты влияния внедрения рекомендуемых мероприятий на каждую из подсистем экономической безопасности сети магазинов ООО «Капля».

Таблица 3 – Оценка влияния внедрения рекомендуемых мероприятий на каждую из подсистем экономической безопасности сети магазинов ООО «Капля»

Финансовая безопасность	Кадровая безопасность
Рост товарооборота на 2475,2 тыс. руб. Рост рентабельности продаж на 2,25%	Рост производительности труда на 145,6 тыс. руб./чел. Повышение квалификации персонала
Технологическая безопасность	Маркетинговая безопасность
Повышение фондоотдачи до 139 Рост коэффициента установочной площади торгового зала Новое торговое оборудование	Повышение конкурентоспособности (индекс конкурентоспособности увеличился с 4,24 до 4,77)

Следовательно, можно сделать следующие выводы:

- повышение финансовой безопасности будет достигнуто за счет роста товарооборота и рентабельности продаж;
- повышение кадровой безопасности будет достигнуто за счет роста производительности труда и повышения квалификации персонала;
- повышение технологической безопасности будет достигнуто за счет роста фондоотдачи и установки нового торгового оборудования;
- повышение маркетинговой безопасности будет достигнуто за счет повышения конкурентоспособности.

Таким образом, можно сделать вывод, что конкурентоспособность является немаловажным фактором при обеспечении экономической безопасности торговой организации. В свою очередь повышение конкурентоспособности торговой организации позволяет в целом повысить ее экономическую безопасность.

#### **Список литературы:**

1. Абдурашитова П.М. Содержание товарной политики предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2020. - №9-1. – С. 55-58.
2. Магасумова Е. Д. Факторы и условия обеспечения экономической безопасности организации розничной торговли / Е. Д. Магасумова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. - 2020. - № 47 (337). - С. 139-141.
3. Митина И.А., Зубарев С.В., Савон И.В. Финансовая политика в качестве приоритета обеспечения экономической безопасности предприятия сферы торговли // Вестник евразийской науки. - 2020. - №2. – С. 1-13.
4. Моденов А.К. Экономическая безопасность предприятия: моногр. / А.К. Моденов, Е.И. Белякова, М.П. Власов, Т.А. Лелявина; СПбГАСУ. – СПб., 2019. – 550 с.
5. Официальный сайт организации ООО «Капля» // Режим доступа: <https://kaplya39.ru> (дата обращения: 24.09.2022).