



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)
Школа экономики и менеджмента
Департамент прикладной экономики

Середкина Дарья Дмитриевна

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**УКРЕПЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ
ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИХ РОЗНИЧНЫХ МАГАЗИНОВ В
УСЛОВИЯХ СТРУКТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ**

по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность
Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

Владивосток
2023

Оглавление

Введение	4
1 Теоретико-методические подходы к исследованию экономической безопасности розничной торговли	8
1.1 Содержание и элементы экономической безопасности	8
1.2 Критерии и показатели оценки экономической безопасности на мезо- и микроуровнях	20
1.3 Состояние и тенденции рынка парфюмерно-косметической продукции ..	30
2 Обеспечение экономической безопасности парфюмерно-косметических розничных магазинов	44
2.1 Современные тенденции и особенности розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией	44
2.2 Описание сигналов наличия проблемы в финансово-хозяйственной деятельности розничного магазина парфюмерно-косметической продукции ...	56
2.3 Формулировка и обоснование гипотезы об угрозах экономической безопасности в розничной торговле парфюмерно-косметической продукции ..	76
3 Пути укрепления экономической безопасности парфюмерно-косметических розничных магазинов	88
3.1 Направления улучшения экономической безопасности парфюмерно-косметических розничных магазинов	88
3.2 Прогнозирование перспектив укрепления экономической безопасности розничного магазина парфюмерно-косметической продукции в условиях структурных изменений	96
Заключение	101
Список использованных источников	105
Приложение А	111
Приложение Б	113
Приложение В	114
Приложение Г	136

Введение

В последние годы экономическая ситуация в мире быстро меняется, и это непосредственно влияет на структуру экономики. Предпринимательство на сегодняшний день вынуждено адаптироваться к новым условиям, изменять свои стратегии и бизнес-модели, а также особое внимание уделять анализу внешних и внутренних угроз, так как именно от того, как решаются сегодня проблемы экономической безопасности на уровне отдельно взятой фирмы, зависит состояние экономической безопасности рынка, отрасли и страны в целом.

Структурные изменения касаются всех сфер экономики, включая розничную торговлю, в связи с чем вопрос укрепления экономической безопасности парфюмерно-косметических розничных магазинов становится особенно актуальным в настоящее время.

Актуальность данной выпускной квалификационной работы обусловлена следующими факторами и тенденциями:

1. экономическая безопасность парфюмерно-косметической отрасли в настоящий момент слабо изучена, так как научные труды по данной теме начали появляться только в 2021 году, когда появились обзоры экономических последствий пандемии коронавируса 2019 года;

2. геополитическая неопределенность и ограничение присутствия России на мировой арене влияют не только на деятельность парфюмерно-косметической отрасли, но и на розничные парфюмерно-косметические магазины;

3. уход с российского рынка крупнейших корпораций в результате чего возникают риски снижения прибыли и рентабельности розничных парфюмерно-косметических магазинов.

Целью выпускной квалификационной работы – укрепление экономической безопасности парфюмерно-косметических розничных магазинов в условиях структурных изменений. Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд следующих задач:

1. рассмотреть содержание и элементы экономической безопасности;

2. изучить критерии и показатели оценки экономической безопасности на мезо- и микроуровнях;

3. провести анализ состояния рынка парфюмерно-косметической продукции;

4. выявить тенденции и особенности розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией;

5. провести анализ финансово-хозяйственной деятельности розничного магазина парфюмерно-косметической продукции;

6. сформулировать и обосновать гипотезы об угрозах экономической безопасности в розничной торговле парфюмерно-косметической продукцией;

7. разработать мероприятия, направленные на улучшение экономической безопасности парфюмерно-косметических розничных магазинов.

Объект исследования – экономическая деятельность парфюмерно-косметических розничных магазинов. Предмет исследования – влияние структурных изменений на экономическую безопасность розничной парфюмерно-косметической сети магазинов ООО «АромаЛюкс».

В данном исследовании теоретические аспекты, связанные с изучением вопросов экономической безопасности парфюмерно-косметической отрасли основаны на трудах таких авторов, как: С. Ю. Гостищева, Ю. Л. Растопчина [25], А. К. Гусев [26], Н. Г. Кизян, А. Лупу [32], И. А. Литвинова, П. В. Рыжкина [41].

Вопросы, связанные с оценкой экономической безопасности предприятий и отрасли представлены в исследовании следующих авторов: В. Ш. Уразгалиев [11], Л. П. Гончаренко [14], Е. В. Левкина, Н. Ю. Титова, Л. А. Сахарова, А. Г. Гузенко, Е. А. Курасова. Дубровина О. А. [15].

Методической основой исследования послужили общенаучные методы исследования (анализ, синтез, сравнение, логическая интерпретация, аналогия), метод сбора информации (контент – анализ), экономико-математический и статистический методы, что позволило многосторонне исследовать текущее положение розничных парфюмерно-косметических магазинов.

Информационной базой исследования послужили внутренняя отчетность ООО «АромаЛюкс», открытые данные сети Интернет, а также первичные данные, собранные автором исследования.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы представлена в том, что проведенная оценка экономической безопасности ООО «АромаЛюкс» и разработанные мероприятия, направленные на улучшение показателей экономической безопасности ООО «АромаЛюкс» позволят в дальнейшем объекту данного исследования сформировать стратегию развития на рынке и минимизировать уровень угроз экономической безопасности.

Структура и объем работы обусловлены целью, задачами и логикой проведенного исследования. Выпускная квалификационная работа содержит введение, три главы, заключение, список литературы, приложения.

Во введении раскрыты значимость и актуальность выбранной темы, цели и задачи работы.

В первой главе отражены теоретические аспекты экономической безопасности предприятия проводится анализ сущности, составляющих и принципов обеспечения экономической безопасности предприятия, рассматриваются основные факторы и условия обеспечения экономической безопасности государства, отрасли и предприятия, рассматриваются критерии и показатели оценки экономической безопасности на мезо- и микроуровнях.

Вторая глава посвящена оценке экономической безопасности розничного парфюмерно-косметического магазина ООО «АромаЛюкс»: проводится анализ факторов, влияющих на обеспечение экономической безопасности ООО «АромаЛюкс» и проводится оценка уровня экономической безопасности предприятия на основании выделенных критериях и показателях, представленных в первой главе.

В третьей главе основной части представлены мероприятия, которые направлены на укрепление экономической безопасности розничного парфюмерно-косметического магазина ООО «АромаЛюкс».

В заключении представлены основные результаты по итогам проделанной работы.

Выпускная квалификационная работа представлена на 136 страницах, и содержит 29 таблиц, 24 рисунка и 4 приложения.

Результаты научного исследования были доложены на X Апрельской научно-практической конференции молодых исследователей «Новая экономика, бизнес и общество-2023» в секциях «Тихоокеанская проектная площадка» и «Экономические исследования». Также результаты научного исследования были отправлены на XXXIX Международный конкурс научно-исследовательских работ «Юниор-2033» и XXXXI Международный конкурс научно-исследовательских работ «Свет науки-2033».

Также, к публикации принята научная статья «Контент-анализ статей по экономической безопасности парфюмерно-косметической промышленности» в рецензируемом журнале ВАК «Вестник Астраханского государственного технического университета. Экономика».

1 Теоретико-методические подходы к исследованию экономической безопасности розничной торговли

1.1 Содержание и элементы экономической безопасности

В условиях геополитической неопределенности обеспечение благополучия государства прежде всего зависит от экономической безопасности, так как именно эта часть национальной безопасности подвержена наибольшему влиянию многочисленных внешних факторов, которые ставят под угрозу сохранность национальных интересов государства.

В результате ограничения присутствия Российской Федерации на мировой арене, национальная экономика находится в состоянии структурных изменений. С одной стороны, исторически рекордный пакет санкций против России является риском для обеспечения экономической безопасности, ограничивая доступ к передовым достижениям и зарубежным технологиям. С другой стороны, геополитические факторы могут стать вектором для обеспечения устойчивого развития экономики страны за счет развития собственных производственных мощностей, что в последствии обеспечит отраслевую автономность и экономическую безопасность на всех уровнях экономики.

Экономическая безопасность является одним из основных приоритетов каждого государства. Значение и роль экономической безопасности состоят в том, чтобы формировать и укреплять позиции государства в мировой системе.

В настоящее время основными нормативно-правовыми документами, регулирующими экономическую безопасность в России, являются:

- Федеральный закон от 28.12.2010 N 390-ФЗ «О безопасности» с последними редакциями;
- Указ Президента Российской Федерации от 13.05.2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года»;
- Указ Президента РФ от 02.07.2021 N 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации».

На сегодняшний день определение экономической безопасности встречается только в Указе Президента РФ N 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» от 13 мая 2017 года. Согласно Указу, экономическая безопасность – это «состояние защищенности национальной экономики от внешних и внутренних угроз, при котором обеспечиваются экономический суверенитет страны, единство ее экономического пространства, условия для реализации стратегических национальных приоритетов Российской Федерации» [1].

В текущий момент в экономической теории существует множество определений экономической безопасности, основанных на различном видении угроз для объекта исследования. Разнообразие взглядов отечественных и зарубежных ученых и экономистов обуславливает сложности при проведении исследования указанной проблемы. Поэтому целесообразно обобщить и систематизировать накопленный опыт по выявлению теоретической рамки экономической безопасности (таблица 1).

Таблица 1 – Авторские трактовки категории «экономическая безопасность»

Автор	Трактовка понятия
1. Зарубежная практика	
Геннадий Дарнопых	состояние национальной экономики, обеспечивающее экономический суверенитет, экономический рост, повышение благосостояния в условиях международной экономической взаимозависимости [38].
Гэймз Кейбл	относительная степень гарантии, которую стремится достичь любое государство, общество, семья или человек, чтобы выжить в условиях достаточного благосостояния и обеспечения эффективного процветания поколений [15].
Джеймс Мердок	возникает в том случае, когда происходят изменения в объеме и распределении доходов и богатства: <ul style="list-style-type: none"> – в уровне занятости, инфляции, доступе на рынок, снабжении сырьем и т.п.; – в экономическом суверенитете, т.е. возможности контролировать широкий круг инструментов политики и ресурсов [67].
Ричард Стаббс	основа поддержания национальной безопасности в Восточной Азии, обеспечивающая законность и безопасность местных режимов [68].
Феликс Чанг	комплексный подход к защите экономических интересов государства, который включает в себя меры по обеспечению стабильности экономической системы, защите критической инфраструктуры и контролю над иностранными инвестициями [65].

Продолжение таблицы 1

Автор	Трактовка понятия
Ханнс Мауль	отсутствие острой угрозы минимально приемлемому уровню основных ценностей, который нация считает первостепенно необходимым. Эта угроза возникает в том случае, когда внешние экономические параметры изменяются настолько, что возникают условия, способные разрушить существующую социально-политическую систему. При этом кто-то или что-то угрожает нам отторжением от наших первостепенных ценностей [4].
Цзян Юн	способность обеспечить устойчивый рост уровня жизни для всего населения через развитие национальной экономики при поддержании экономической независимости [66].
2. Отечественная практика	
Л. И. Абалкин	состояние экономической системы, которое позволяет ей развиваться динамично, эффективно и решать социальные задачи и при котором государство имеет возможность вырабатывать и проводить в жизнь независимую экономическую политику [17].
А. Д. Архипов, А. Е. Городецкий Б. М. Михайлов	способность экономики обеспечивать эффективное удовлетворение общественных потребностей на национальном и международном уровнях [18].
С. А. Афонцев	устойчивость национальной экономической системы к эндогенным и экзогенным шокам экономического и политического происхождения, проявляющаяся в ее способности нейтрализовать потенциальные источники негативных шоков и минимизировать ущерб, связанный с реально происшедшими шоками [19].
Н. С. Безуглая	это идеальное равновесное состояние экономической системы, при котором она способна к саморегулированию с учетом постоянной изменчивости условий существования и достигает максимально высокого результата, который представляет собой главную цель существования системы [21].
И. Я. Богданов	состояние экономики страны, которое, во-первых, по объемным и структурным параметрам достаточно для обеспечения существующего статуса государства, его независимого от внешнего давления политического и социально-экономического развития и, во-вторых, способно поддерживать уровень легальных доходов, обеспечивающий абсолютному большинству населения благосостояние, соответствующее стандартам цивилизованных стран [3].
Г. С. Вечканов	состояние экономики, когда обеспечивается устойчивый экономический рост, эффективное удовлетворение общественных потребностей, высокое качество управления, защита экономических интересов на национальном и международном уровнях [13].
А. И. Илларионов	сочетание экономических, политических и правовых условий, которое обеспечивает устойчивое в длительной перспективе производство максимального количества экономических ресурсов на душу населения наиболее эффективным способом [29].
Е. Д. Кормишкин	совокупность условий и факторов, обеспечивающая независимость национальной экономики, ее стабильность и устойчивость, способность к постоянному обновлению и самосовершенствованию даже при наиболее неблагоприятных вариантах развития внутренних и внешних процессов [5].

Окончание таблицы 1

Автор	Трактовка понятия
Б. А. Райзберг	состояние защищенности жизненно важных интересов людей, организаций общества и государства от внутренних и внешних угроз и опасностей [7].
В. К. Сенчагов	состояние экономики и институтов власти, при котором обеспечиваются гарантированная защита национальных интересов, социально направленное развитие страны в целом, достаточный оборонный потенциал даже при наиболее неблагоприятных условиях развития внешних и внутренних процессов [49].

Источник: составлено автором

Проанализировав определения как зарубежных, так и отечественных авторов, приведенных в таблице 1 можно заключить, что во всем многообразии трактовок отсутствует единый взгляд на определение сущности экономической безопасности и ее экономического содержания. Также стоит заметить, что отечественная практика от зарубежной интерпретации отличается более комплексным подходом к изучению экономической безопасности. В определениях отечественных авторов явно прослеживаются три подхода к пониманию и определению экономической безопасности (рисунок 1).



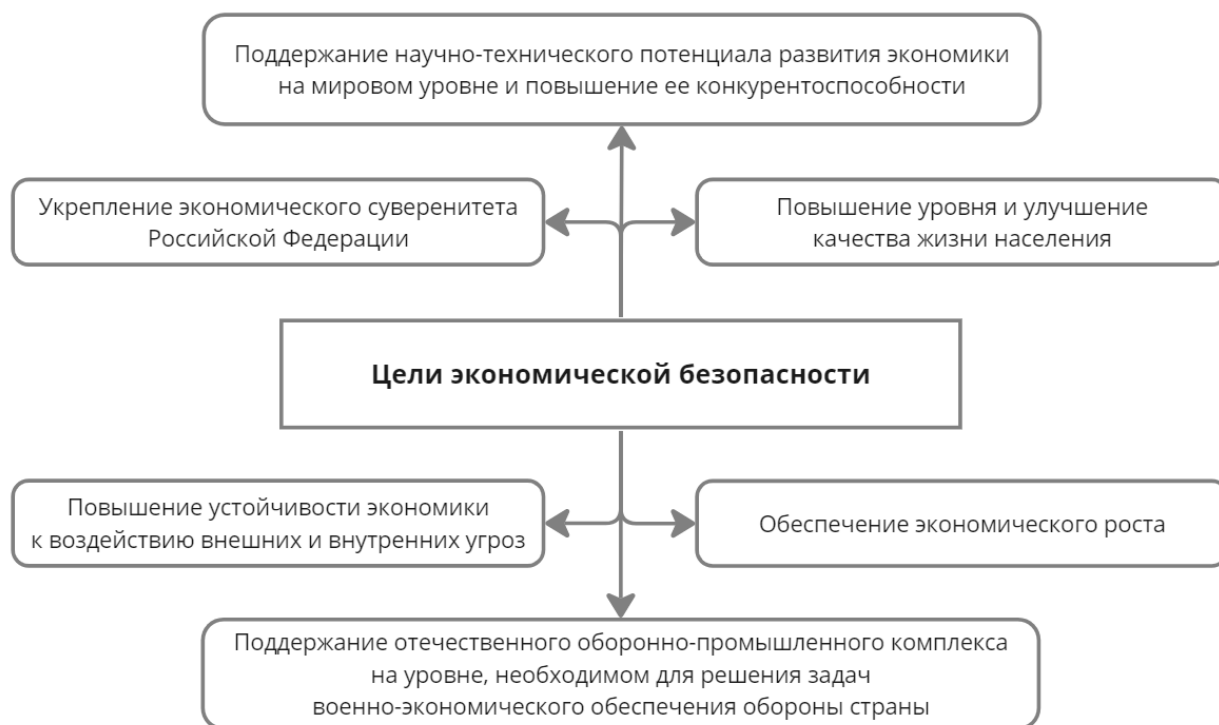
Источник: составлено автором

Рисунок 1 – Подходы к определению понятия «экономическая безопасность» отечественных авторов

Стоит заметить, что принципиальное отличие данных подходов состоит в том, что по мнению Л. И. Абалкина, С. А. Афонцева, Н. С. Безуглой, А. И. Илларионова, и Е. Д. Кормишкина «экономическая безопасность» не является состоянием защищенности интересов субъекта, а представляет собой

совокупность условий, созданных в экономическом субъекте, при которых обеспечивается защита от внутренних и внешних угроз и выполнение целей его функционирования. Г. С. Вечканов, Б. А. Райзберг и В. К. Сенчагов, в свою очередь, связывают экономическую безопасность с состоянием экономики государства, которое позволяет защищать его жизненно важные интересы. А. Д. Архипов, А. Е. Городецкий, Б. М. Михайлов и И. Я. Богданов считают, что «экономическая безопасность», главным образом характеризуется способностью экономической системы обеспечивать наиболее эффективное удовлетворение общественных потребностей на двух уровнях национальном и международном.

Несмотря на многообразие подходов к определению экономической безопасности основные цели являются универсальными (рисунок 2).



Источник: составлено автором

Рисунок 2 – Основные цели экономической безопасности

Выполнение целей, представленных на рисунке 2, является основой для нормального функционирования государства, но для того, чтобы поставленные цели были достигнуты необходимо выполнение следующих задач:

- 1) развитие системы государственного управления, прогнозирования и стратегического планирования в сфере экономики;
- 2) обеспечение устойчивого роста реального сектора экономики;
- 3) создание экономических условий для разработки и внедрения современных технологий, стимулирования инновационного развития, а также совершенствование нормативно-правовой базы в этой сфере;
- 4) устойчивое развитие национальной финансовой системы;
- 5) сбалансированное пространственное и региональное развитие Российской Федерации, укрепление единства ее экономического пространства;
- 6) повышение эффективности внешнеэкономического сотрудничества и реализация конкурентных преимуществ экспортноориентированных секторов экономики;
- 7) обеспечение безопасности экономической деятельности;
- 8) развитие человеческого потенциала [1].

Согласно целям и задачам, перечисленным выше можно сделать вывод о том, что экономическая безопасность имеет достаточно сложную внутреннюю структуру, состоящую из трех важнейших элементов таких, как:

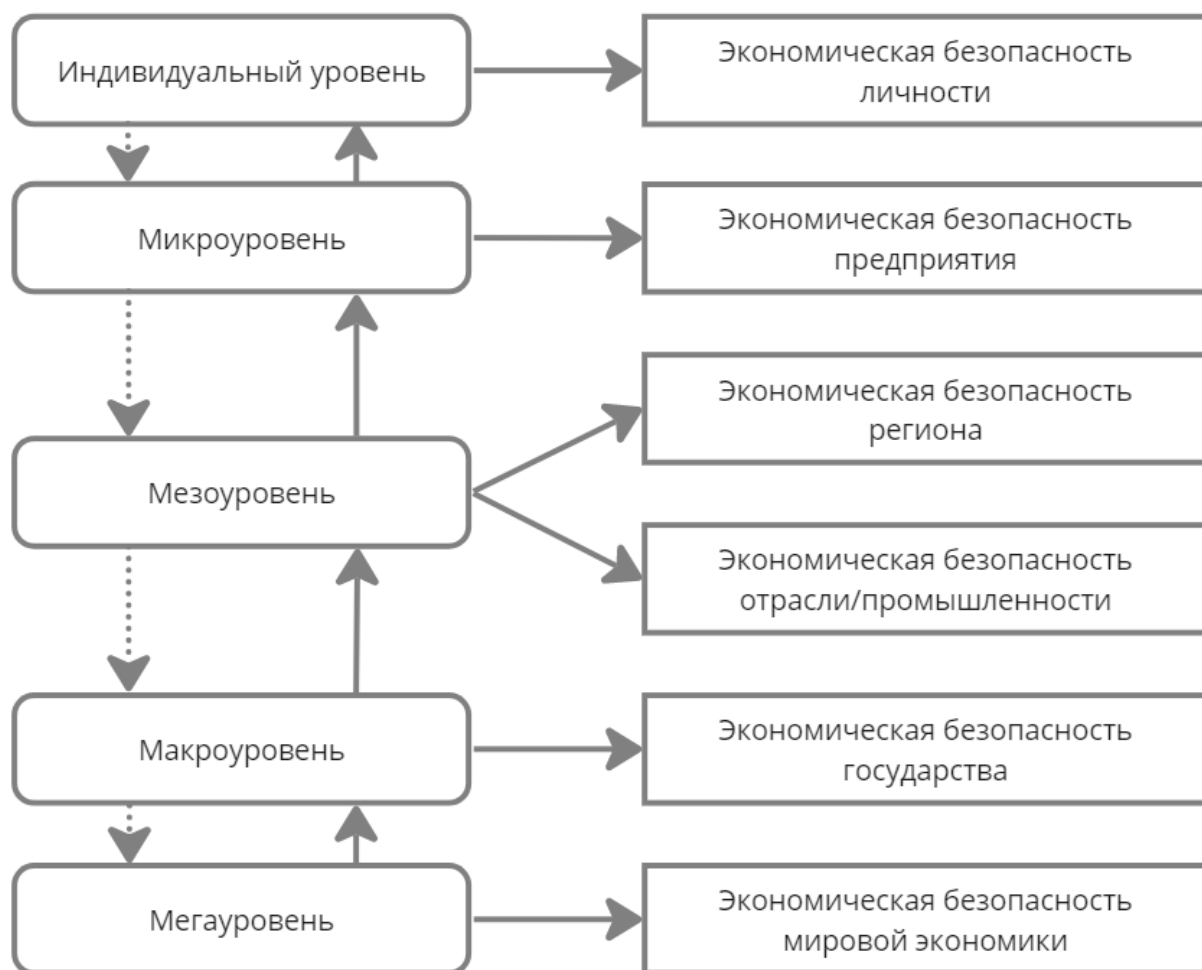
– экономическая независимость, состоящая в том, что государство имеет возможность использовать конкурентные преимущества для реализации равноправного участия в международных отношениях (в том числе экономических), контролировать национальные ресурсы;

– стабильность и устойчивость национальной экономики, состоящие в надежности элементов экономики, сдерживании дестабилизирующих факторов, защите существующих форм собственности в рамках законов;

– способность к прогрессу и саморазвитию, состоящая в способности модернизировать производство, эффективно осуществлять инновационную и инвестиционную политику, реализовать национальные экономические интересы [58].

Контент-анализ научных изданий и статей, позволил сделать вывод о том, что экономическая безопасность является комплексной, многогранной и

многоуровневой системой. Большая система экономической безопасности может быть представлена совокупностью подсистем постоянно уменьшающегося уровня сложности вплоть до элементарных подсистем. Существует множество критериальных признаков выделения тех или иных видов безопасности. Виды безопасности отличаются по территориальным масштабам, т. е. по размаху возможных негативных последствий. Процесс представления большой системы в виде иерархии подсистем называется декомпозицией. Так, в учебном пособии Е. В. Левкиной, Ж. И. Лялиной, А. В. Локши и С. Е. Савостиной представлена декомпозиция «экономической безопасности» по уровням управления экономики (рисунок 3).



Источник: [12]

Рисунок 3 – Декомпозиция экономической безопасности в зависимости от уровня управления экономики

Согласно авторской классификации, представленной на рисунке 3 экономическая безопасность подразделяется на:

– индивидуальный уровень, т.е. экономическую безопасность личности, характеризующуюся состоянием, при котором гарантируется защита законных прав человека и их свобода, обеспечение социальной стабильности, доступность образования и здравоохранения, развития и самосовершенствования, а также защищенность от рисков и угроз личных интересов и потребностей человека. Уровень общей защищенности экономических интересов личности зависит от степени благоприятности условий, создаваемых государством для поддержания экономической безопасности как страны, так и личности [12];

– микроуровень, т.е. экономическую безопасность предприятия, представляющую собой состояние защищенности интересов предприятия от внутренних и внешних угроз, для обеспечения его устойчивого развития. Экономическая безопасность предприятия связана с наличием механизмов, позволяющих нивелировать угрозы внешней и внутренней среды [48];

– мезоуровень, т.е. экономическую безопасность отрасли, промышленности или региона представляющую собой комплекс мер, направленных на устойчивое развитие и совершенствование экономики региона, отрасли или промышленности, обязательно предполагающий механизм противодействия внешним и внутренним угрозам. Экономическая безопасность на мезоуровне определяется совокупностью факторов и условий, которые характеризуют состояние экономики, устойчивость и поступательность ее развития, степень ее самостоятельности [6];

– макроуровень, т.е. экономическую безопасность национальной экономики, характеризующуюся процессом поддержания и развития экономики, направленным на обеспечение экономического роста при укреплении суверенитета, а также сохранения устойчивости к внешним и внутренним угрозам при повышении условий и качества жизни населения. Экономическая безопасность государства определяется прежде всего состоянием производительных сил и социально-экономических отношений, масштабами

использования достижений научно-технического прогресса в хозяйстве страны, структурой внешнеэкономических связей. В этой связи можно утверждать, что материальную основу экономической безопасности государства составляют развитые производительные силы, способные обеспечить расширенное воспроизводство и цивилизованную жизнь граждан [38];

– мегауровень, т.е. экономическую безопасность внешнеэкономической деятельности или мировой экономики, представляющую собой состояние мирового хозяйства и международных экономических отношений, при котором обеспечивается стабильное экономическое развитие государств, создаются условия для взаимовыгодного экономического сотрудничества, исключающие противоправное применение экономической силы, конечным результатом выступает экономический рост и сбалансированное развитие, обеспечивающее повышение уровня благосостояния подавляющего большинства населения стран мира [6].

Стоит отметить, что на каждом уровне формируется разное содержание обеспечения экономической безопасности и круг факторов, формирующих микро-, мезо- и макроэкономическую безопасность.

Рассматривая экономическую безопасность на макроуровне, ученые выделяют шесть основных составных структурных элементов, представленных на рисунке 4.



Источник: составлено автором

Рисунок 4 – Структурные элементы экономической безопасности на макроуровне

Как видно из данной классификации выделяются следующие структурные элементы экономической безопасности макроуровня:

1. продовольственная безопасность предполагает обеспечение физического и экономического доступа к безопасному и достаточному продовольствию;

2. финансовая безопасность заключается в гарантированном обеспечении устойчивости платежно-расчетной системы и финансовых показателей, предотвращении возникновения кризисных ситуаций, а также устранении утечки капиталов за рубеж;

3. производственная безопасность представляет собой совокупность элементов, взаимодействующих таким образом, чтобы производственный объект выполнял производственные функции при условии обеспечения безопасности населения;

4. информационная безопасность предполагает защищенность информации от случайных и преднамеренных воздействий, угрожающих нанесением вреда владельцам информации;

5. экологическая безопасность предусматривает защищенность жизненно необходимых интересов населения страны, прежде всего его прав на здоровую, благоприятную для существования окружающую среду;

6. научно-технологическая безопасность предполагает возможность использования и развития научных знаний с целью экономического развития страны.

Учитывая заявленную цель работы отметим, что наибольший интерес представляют микро- и мезоуровень экономической безопасности.

В этой связи стоит подробнее рассмотреть трактовки понятия экономической безопасности на микро- и мезоуровнях (таблица 2). Рассмотрев различные точки зрения авторов на определение экономической безопасности как на микро, так и на мезоуровнях, приведенных в таблице 2, можно сделать вывод о том, что при трактовке экономической безопасности на мезоуровне

авторы берут за основу обеспечение состояния защищенности жизненно важных интересов предприятий, т.е. экономической безопасности микроуровня.

Таблица 2 – Трактовки понятия «экономическая безопасность» на микро- и мезоуровнях

Автор	Содержание
1. экономическая безопасность на мезоуровне	
В. П. Быков, О. А. Дембовская, Е. М. Лебедев	комплекс мер, направленных на устойчивое, постоянное развитие и совершенствование экономики региона, обязательно предполагающий механизм противодействия внешним и внутренним угрозам [24].
Г. В. Давыдова, В. С. Григорян	свойство, отражающее специфику конкретной отрасли динамическое, основывающееся на экономической безопасности составляющих ее предприятий, региона базирования и институтов управления, выражающееся в ее способности принимать участие в сокращении угроз (дестабилизирующих факторов) с целью повышения уровня экономической эффективности отрасли [27].
Н. М. Калинина	адекватная система мер, обеспечивающих защищенность того или иного региона в экономической сфере, предохраняющая его от несанкционированного деструктивного воздействия (действия угроз) и позволяющая осуществлять внутреннее и внешнее воспроизводство экономики данного региона [30].
С. В. Лекарев, А. П. Судоплатов	синергию экономической, организационной и производственной деятельности и развитие интеллектуальных, материальных, информационных ресурсов, что позволяет отрасли или предприятиям стабильно работать [10].
В. В. Серебрянников, А. С. Хлопьев	деятельность общества по определению, предвосхищению и изменению рисков, которые могут негативно сказаться на дальнейшем развитии отрасли [9].
К. В. Скворцова	обеспечение максимально возможного использования конкурентоспособного отечественного оборудования во всех технологических процессах отрасли [8].
	создание благоприятных условий отрасли и гарантий для реализации крупных инвестиционных проектов, способных в будущем обеспечить значительный мультипликативный эффект [12].
В. И. Ярочкин	организованная совокупность специальных органов, служб, средств, методов и мероприятий, обеспечивающих защиту жизненно важных интересов личности, предприятия, государства, отрасли от внутренних и внешних угроз создание комплекса необходимых условий для предотвращения угроз [12].
2. экономическая безопасность на микроуровне	
Л. П. Гончаренко	состояние наиболее эффективного использования ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения его стабильного функционирования [14].

Окончание таблицы 2

Автор	Содержание
А. Ю. Кузнецовой	состояние защищенности от негативного воздействия внутренних и внешних угроз, при котором предприятие не может устойчиво функционировать и реализовывать свои коммерческие цели и интересы [37].
Н. К. Муратова	устойчивое состояние защищенности предприятия от негативного влияния внешних и внутренних угроз, дестабилизирующих факторов, при котором обеспечивается стабильная реализация основных коммерческих интересов и целей уставной деятельности [42].
В. К. Сенчагов	это защищенность предприятия и его научно-технического, технологического, производственного и кадрового потенциала от прямых или косвенных экономических угроз, например, связанных с неэффективной научно-промышленной политикой государства или формированием неблагоприятной внешней среды, и способность к его воспроизводству [49].
	это обеспечение наиболее эффективного использования корпоративных ресурсов для предотвращения угроз и создания условий стабильного функционирования основных ее элементов [46].
В. Ш. Уразгалиев	форма, способ и результат воспроизведения и разрешения противоречий между экономической защищенностью и незащищенностью внутренней и внешней деловой среды предприятия в пользу устойчивой тенденции его эффективного поступательного развития [11].
С. И. Чекмазова	состояние предприятия, характеризующее его способностью нормально функционировать для достижения своих целей при существующих рисках и их изменении в определенных пределах [15].
Н. В. Шашло	состояние развития предприятия, при котором гарантируется и обеспечивается наиболее эффективное использование и развитие всех видов ресурсов и составляющих потенциала, что способствует стабильности экономического и финансового развития, эффективности нейтрализации, предотвращения и противодействия внутренним и внешним факторам с целью достижения стратегической миссии предприятия. Экономическая безопасность отражает уровень жизнеспособности предприятия в течение периода жизненного цикла функционирования, уровень экономической эффективности деятельности, состояние защищенности от внешних и внутренних рисков [61].
А. Яниогло	состояние, характеризующее способность хозяйствующего субъекта обеспечить эффективное использование ресурсов и предпринимательских возможностей для предотвращения возможных угроз и достижения стабильного функционирования и целей бизнеса [63].

Источник: составлено автором

Противоречивость многих толкований заключается в пренебрежении граней мезоуровня, так как регион (отрасль, промышленность) является самостоятельной экономической единицей, но обеспечивающей увязку микро- и макроуровней.

Таким образом, экономическая безопасность является комплексной, многогранной и многоуровневой категорией, которая представляет собой совокупность внутренних и внешних условий, благоприятствующих эффективному динамическому росту национальной экономики, ее способности удовлетворять потребности общества, государства, индивида и обеспечивать конкурентоспособность на внешних и внутренних рынках, страхующую от различного рода угроз и потерь.

Рассматривая существующие классификации экономической безопасности, стоит отметить, что наиболее важным классификационным признаком является «уровень управления экономики». Изучение классификационных признаков экономической безопасности позволяет сделать вывод о том, что микро-, мезо- экономическая безопасность на микро-, мезо- и макроуровнях формируется за счет разного содержания и ряда факторов, которые не только дополняют друг друга, но и интенсифицируют друг на друга.

1.2 Критерии и показатели оценки экономической безопасности на мезо- и микроуровнях

Состояние экономической безопасности на разных ее уровнях основывается на определении совокупности критериев и показателей, отвечающих требованиям экономической безопасности и обеспечивающих защиту интересов личности, предприятия, отрасли и страны в целом. Критерии экономической безопасности отражают качественную сторону, на основе которой встраивается противодействие угрозам экономической безопасности, а система показателей экономической безопасности в свою очередь представляет количественную характеристику социально-экономических явлений и

процессов, измерение и сравнение которых направлено на выявление динамики экономической безопасности.

Для оценки экономической безопасности на мезоуровне выделяют следующие критерии:

- 1) ресурсный потенциал и возможность его развития;
- 2) уровень эффективности использования природных ресурсов, капитала, труда и его соответствия уровню в промышленно развитых странах;
- 3) конкурентоспособность экономики;
- 4) целостность территории и экономического пространства;
- 5) суверенитет;
- 6) независимость и возможность противостоять внешним угрозам;
- 7) социальная стабильность;
- 8) способность экономики функционировать в режиме расширенного воспроизводства;
- 9) состояние экологии;
- 10) деятельность теневой экономики [35].

А для более полной и качественной оценки экономической безопасности предприятия необходимо подобрать критерии, которые находятся в таких группах, как:

- 1) организационные критерии – позволяют определить вероятность сохранения деятельности предприятия, неизменность его организационной структуры и особенности функционирования ключевых подразделений;
- 2) правовые критерии – позволяют определить постоянство обеспечения соответствия деятельности организации требованиям действующего законодательства;
- 3) информационные критерии – характеризуют возможность сохранения защищенности и конфиденциальности внутренней информации от разглашения или утечки в различных формах;

4) экономические критерии – характеризуют отсутствие убытков из-за фактов нарушений, установленных органами государственного управления, отсутствие убытков от сделок с убыточными контрагентами [33].

Стоит заметить, что критерии оценки экономической безопасности предприятия не могут приниматься как прямое руководство к действию. Необходима их корректировка с учетом организационной структуры, структуры управления и другими факторами, существующими на данном этапе.

Важно заметить, что оценка экономической безопасности возможна только при использовании совокупности критериев и показателей, где важное значение имеют не сами показатели, а их пороговые значения, т. е. предельные величины, несоблюдение значений которых препятствует нормальному ходу развития различных элементов воспроизводства, приводит к формированию негативных, разрушительных тенденций экономической безопасности.

Классификация показателей экономической безопасности проводится по определенным признакам. В качестве основных признаков классификации в научной литературе рекомендуют классификацию по следующим признакам (таблица 3).

Таблица 3 – Классификация показателей экономической безопасности

Признак классификации	Виды показателей			
	Макроуровень	Мезоуровень	Микроуровень	Уровень личности
Уровень экономической безопасности	Макроуровень	Мезоуровень	Микроуровень	Уровень личности
По виду показателей	Общие макроэкономические	Базовые макроэкономические	Производственно-хозяйственные	Социально-экономические
Период действия угроз и их прогнозирования	Текущие	Среднесрочные	Долгосрочные	Долговременные
Направление воздействия на экономику	Внутриэкономические	Внутриинституциональные	Внеэкономические	Внеинституциональные
Состав угроз, характер и масштаб вероятного ущерба от их воздействия	Качественные		Количественные	

Источник: составлено автором

В связи с тем, что главной целью данного как данного пункта, так и выпускной квалификационной работы в целом является изучение и оценка экономической безопасности на мезо- и микроуровнях, то целесообразно сразу начать с рассмотрения базовых макроэкономических показателей, которые в соответствии с таблицей 3 характеризуют экономическую безопасность на мезоуровне.

Под базовыми макроэкономическими показателями понимаются показатели, характеризующие ситуацию в развитии производственных отношений их трансформацию и охватывающие все направления развития рыночных институтов и соответствующие рыночной экономике организационных структур. К базовым макроэкономическим показателям относятся:

1. структура собственности – показывает долю частного и государственного секторов (вклад в ВВП, распределение организаций предприятий, численности занятых и выпускаемой продукции по секторам);
2. развитие структур рынка;
3. качество управления;
4. налоговая система:
 - уровень налогов (прямых и косвенных) и их структура;
 - доля прибыли, уплачиваемая в качестве налогов;
 - ставка налогов.
5. уровень тарифов внешней торговли;
6. показатель (коэффициент) ввоза и вывоза, в том числе доля ввозимых товаров и услуг в региональном потреблении, а также сальдо ввоза-вывоза;
7. денежное обращение:
 - прирост денежной массы агрегатов M0, M2;
 - скорость обращения агрегатов M0 и M2;
 - динамика краткосрочных и долгосрочных депозитов;
 - денежный и кредитный мультипликаторы.
8. ставка процента и учетная ставка;

9. количество неплатежеспособных организаций в регионе;

10. показатели уровня воспроизводства региона (адаптированные к региону макроэкономические показатели).

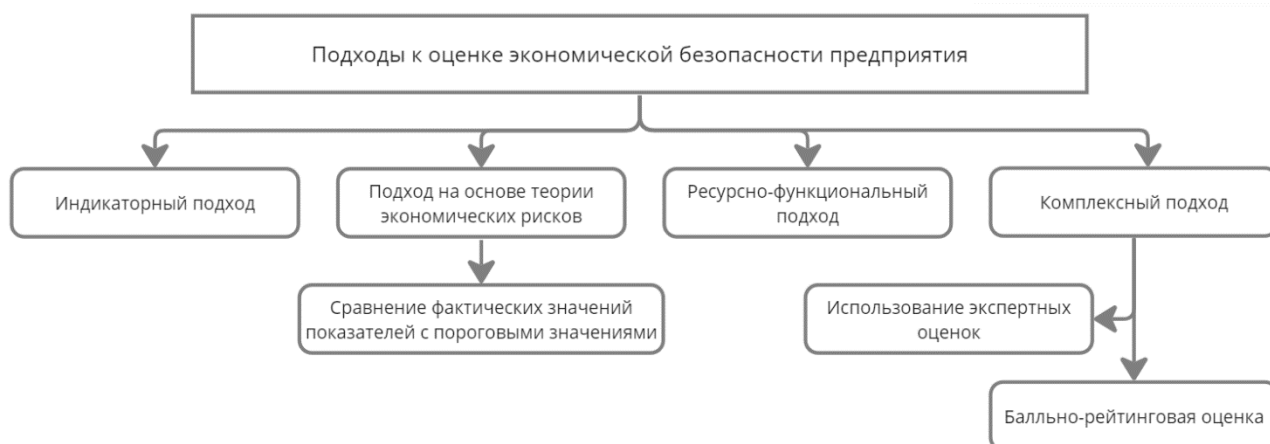
Стоит заметить, что некоторые из вышеперечисленных показателей подходят только для оценки экономической безопасности на мезоуровне в разрезе региона, но при необходимости для оценки отрасли или промышленности макроэкономические показатели безопасности регионального разреза можно адаптировать к отраслевому или промышленному. Существующие методики оценки экономической безопасности отрасли и промышленных структур, как правило, не учитывают специфику деятельности промышленных предприятий и их эффективность функционирования на разных уровнях.

Также, хотелось бы сказать, что в настоящее время экономическая безопасность на мезоуровне в разрезе отрасли очень слабо изучена и нуждается в тщательной проработке [50]. Если говорить о экономической безопасности парфюмерно-косметической отрасли, с которой связанная данная работа, то здесь пробелов и противоречий еще больше, так как научные труды по данной теме начали появляться только в 2021 году, когда появились обзоры экономических последствий пандемии коронавируса 2019 года.

Возвращаясь к классификации, представленной в таблице 3 оценка экономической безопасности на микроуровне производится посредством производственно-хозяйственных показателей.

Производственно-хозяйственные показатели представляет собой комплекс взаимосвязанных экономических и информационных параметров, а также расчеты необходимые для определения их значений. Стоит заметить, что для оценки экономической безопасности на микроуровне необходимо подобрать методику, которая будет соответствовать конкретным целям предприятия, так как в настоящее время не существует эталонного метода для оценки экономической безопасности предприятия.

На рисунке 5 представлены существующие подходы к оценке экономической безопасности предприятий как микроуровня.



Источник: [12, 40]

Рисунок 5 – Подходы к оценке экономической безопасности предприятия

Как видно на рисунке 5 существуют следующие подходы к оценке экономической безопасности предприятия:

– индикаторный подход, который предполагает оценку экономической безопасности предприятия на основе сравнения фактических показателей функциональных сторон деятельности предприятия с индикаторами, которые проводятся по определенной системе основных показателей. Успешность применения данного подхода зависит от выбора надежных индикаторов, отражающих экономическую безопасность организации;

– ресурсно-функциональный подход заключается в оценке различных функциональных областей деятельности предприятия, также в рамках данного подхода производится оценка областей на предмет эффективности использования ресурсов. Показатели эффективности использования ресурсов оцениваются в динамике с применением различных методов: горизонтальный анализ, коэффициентный анализ, индексный метод и др. Основой данного подхода является анализ состояния финансово-хозяйственной деятельности фирмы;

– подход на основе теории экономических рисков основан на анализе

внешних и внутренних факторов, угрожающих деятельности организации, негативно влияющих на её эффективность. Уровень безопасности оценивается в соответствии с возможностью предприятия нейтрализовать выявленные риски;

– комплексный подход предполагает использование всех ранее перечисленных подходов. При его использовании оценивается не только внутренний потенциал, но и факторы внешней среды, отраслевые, региональные, экзогенные и эндогенные риски [12].

Для определения наиболее подходящего подхода необходимо учитывать преимущества и недостатки каждого из перечисленных подходов (таблица 4).

Таблица 4 – Преимущества и недостатки подходов к оценке уровня экономической безопасности предприятия

Подход к оценке уровня экономической безопасности	Авторы методик	Преимущества	Недостатки
Индикаторный	М. А. Бенедиков, О. В. Говорина, О. Н. Овечника, Р. С. Папехина.	<ul style="list-style-type: none"> – Не возникает сложностей в расчетах. – Сравнение фактических значений с пороговыми позволяет делать объективные выводы. 	<ul style="list-style-type: none"> – Могут затрагиваться не все функциональные составляющие. – Требуется обоснование точного значения порогового показателя. – Не учитывает ряд отраслевых особенностей.
Ресурсно-функциональный	В.В. Григорьева, В.В. Шумейко, Н.Н. Яркина, А.Н. Вершинина, И.Н. Ермакова, Н.Б. Михеева, Д.С. Хандогина	<ul style="list-style-type: none"> – Основывается на известных методиках. – Позволяет подробно проработать каждую функциональную составляющую. 	<ul style="list-style-type: none"> – Ориентация расчетов и оценок на прошлые периоды. – Концентрация на отдельных факторах экономической безопасности.
На основании теории экономических рисков	Л.А. Запорожцева, А.В. Агибалов, В.В. Масленников, А.А. Трохов, К.В. Мокроусова	<ul style="list-style-type: none"> – Позволяет оценить конкретные риски, угрожающие экономической безопасности предприятия. 	<ul style="list-style-type: none"> – Сложность расчетов. – Оценка может носить вероятностный характер, что снижает эффективность, принятых решений.
Комплексный	М.М. Гайфуллина, Е.В. Костомарова, И.М. Подмолодина, В.П. Воронин, Е.М. Коновалова	<ul style="list-style-type: none"> – Учитывает несколько функциональных составляющих. – Позволяет сделать обоснованный вывод об общем уровне экономической безопасности предприятия. 	<ul style="list-style-type: none"> – Не все методики учитывают отраслевые особенности предприятия.

Источник: составлено автором

На основе преимуществ и недостатков, перечисленных в таблице 4, можно прийти к выводу о том, что наиболее целесообразным для оценки экономической безопасности организации, занимающейся розничной торговлей парфюмерно-косметической продукции, будет использование комплексного подхода, так как он связывает воедино все анализируемые подходы, что подразумевает под собой расчет необходимого минимума показателей, таких как ликвидность баланса предприятия, рентабельность и финансовая устойчивость предприятия.

А для более полной оценки можно применить авторские методики, которые дополняют оценку экономической безопасности с помощью комплексного подхода.

Например, методика А.В. Шохнех, который предлагает определять уровень экономической безопасности на основе нормативов коэффициента соотношения заемных и собственных средств и коэффициента соотношения заемных средств и активов компании (формула 1).

$$K_{\text{оуэб}} = K_{\text{зсисс}} \times K_{\text{зсиа}}, \quad (1)$$

где $K_{\text{оуэб}}$ – коэффициент оценки уровня экономической безопасности хозяйствующего субъекта;

$K_{\text{зсисс}}$ – коэффициент координации заемных и собственных средств;

$K_{\text{зсиа}}$ – коэффициент соотношения заемных средств и активов хозяйствующего субъекта.

Коэффициент координации заемных и собственных средств рассчитывается по формуле 2.

$$K_{\text{зсисс}} = ЗС / СС, \quad (2)$$

где ЗС – заемные средства;

СС – собственные средства.

Коэффициент соотношения заемных средств и активов хозяйствующего субъекта определяется по формуле 3.

$$K_{\text{зсиа}} = ЗС / (ВА + ОА), \quad (3)$$

где ЗС – заемные средства;

ВА – внеоборотные активы;

ОА – оборотные активы.

Критерии коэффициента оценки уровня экономической безопасности хозяйствующего субъекта и процедуры, осуществляемые на основании данного критерия, представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Процедуры, осуществляемые на основании количественного критерия коэффициента оценки уровня экономической безопасности хозяйствующего субъекта

Значение	Оценка уровня экономической безопасности	Процедуры антикризисного плана	Содержание	Цель
		Оценка контрольных индикаторов состояния бизнеса		
$K_{\text{оузб}} \leq 0,5$	Высокий	–		
$K_{\text{оузб}} \geq 0,51 - 0,75$	Средний	1) анализ структуры внеоборотных и оборотных активов; 2) анализ оборачиваемости активов; 3) анализ структуры доходов и возможности их повышения; 4) анализ закупочных цен и поиск новых поставщиков; 5) анализ кредитных продуктов и процентных ставок.	1) выявление неиспользуемых внеоборотных активов и их продажа по сниженным ценам; 2) выявление не ликвидных оборотных активов с последующей распродажей со скидками; 3) определение возможности получения более низких цен на товары, материалы, услуги; 4) определение возможности получения долгосрочных кредитов с низкими ставками.	1) высвобождение денежных средств для покрытия излишней доли заемного капитала; 2) повышение рентабельности капитала; 3) поиск новых кредиторов и снижение процентных ставок.
$K_{\text{оузб}} \geq 0,76 - 1,0$	Угроза потери экономической безопасности	1) анализ структуры внеоборотных и оборотных активов; 2) анализ оборачиваемости активов; 3) анализ структуры доходов (убытков).	1) выявление внеоборотных активов быстрореализуемых для их срочной продажи по сниженным ценам; 2) распродажа со скидками оборотных активов по рекламным акциям; 3) повышение оборачиваемости; 4) поиск новых резервных возможностей получения доходов.	1) высвобождение денежных средств для покрытия излишней доли заемного капитала; 2) повышение рентабельности капитала; 3) поиск новых кредиторов с низкими процентными ставками.
$K_{\text{оузб}} \geq 1,0 - 2,0$	Потеря экономической безопасности	Процедуры банкротства		

Источник: [12, 62]

Преимущество данного подхода состоит в возможности проведения анализа и оценки влияния факторов на уровень экономической безопасности, а основным недостатком, в свою очередь, является большой объем экспертных оценок и отсутствие возможности оценки прогнозируемого состояния компании.

Также, для оценки платёжеспособности предприятия и вероятности банкротства торгового предприятия можно использовать модель Э. Альтмана, которую он в 1983 году пересчитал специально для частных компаний, не размещающих свои акции на фондовом рынке. Формула данной модели от стандартной отличается значениями коэффициентов и отсутствием показателя рыночной стоимости акций при расчете коэффициента X_4 , который был заменен на значение собственного капитала (формула 4).

$$Z = 0,717 \times X_1 + 0,847 \times X_2 + 3,107 \times X_3 + 0,402 \times X_4 + 0,998 \times X_5, \quad (4)$$

где X_1 = Оборотный капитал/Активы;

X_2 = Нераспределенная прибыль/Активы;

X_3 = Операционная прибыль/Активы;

X_4 = Собственный капитал/ Обязательства;

X_5 = Выручка/Активы.

Оценка по пятифакторной модели Альтмана для непроизводственных компаний:

– если $Z > 2,9$ – зона финансовой устойчивости, т.е. вероятность наступления банкротства предприятия невелика, но и не исключена.

– если $1,23 < Z < 2,9$ – зона неопределенности, т.е. вероятность банкротства компании низкая.

– если $Z < 1,23$ – зона финансового риска, т.е. с высокой долей вероятности организация является банкротом.

Преимуществами данной модели являются возможность применения при ограниченном количестве информации и высокая точность результатов, полученных при правильно выбранной методике, а главным недостатком пятифакторной модели является определение вероятности наступления банкротства в краткосрочной перспективе.

Таким образом, из всего вышесказанного можно заключить, что оценка экономической безопасности на мезо- и микроуровне основывается на определении совокупности критериев и показателей, отвечающих требованиям экономической безопасности и обеспечивающих защиту интересов предприятия, региона, отрасли и промышленности.

Проанализировав подходы к оценке экономической безопасности предприятия и некоторые авторские методики можно заключить, что не существует эталонного метода для оценки экономической безопасности предприятия, поэтому следует выбирать подход и методику в зависимости от целей конкретного предприятия.

Уровень экономической безопасности предприятия является одним из основных показателей для оценки эффективности и благонадежности предприятия. Стоит заметить, что наивысшая степень экономической безопасности при оценке как на мезо-, так и на микроуровне достигается при условии, что вся система выбранных показателей находится в пределах допустимых значений и достигается не в ущерб другим, так как за пределами пороговых значений теряется способность к устойчивости, динамичному развитию и конкурентоспособности на внешних и внутренних рынках.

1.3 Состояние и тенденции рынка парфюмерно-косметической продукции

Международная парфюмерно-косметическая индустрия на протяжении последних тридцати лет считается одной из самых перспективных отраслей мировой экономики, которая демонстрирует устойчивые темпы развития даже в кризисные периоды функционирования, чем вызывает еще больший интерес инвесторов. Современная направленность формирования рынка парфюмерно-косметической продукции в мире связана с проникновением и распространением деятельности глобальных компаний на развивающиеся и перспективные рынки, на которых прослеживается устойчивый рост.

В 2022 году глобальный косметический рынок достиг 569 млрд. долларов, а среднегодовой темп роста составил 3,76%. По оценке международной компании, Mordor Intelligence, к 2026 году рынок парфюмерно-косметической продукции будет демонстрировать среднегодовой темп роста около 4,36% (рисунок 6).



Источник: [51]

Рисунок 6 – Темпы роста мирового парфюмерно-косметического рынка в период с 2004 по 2022 годы

Из графика, представленного на рисунке 6, можно заметить, что на темпы роста рынка парфюмерно-косметической продукции в период с 2004 по 2022 годы оказывали влияние такие переходные периоды, как:

- мировой экономический кризис 2008-2009 годов, который повлек за собой резкое сокращение темпов роста на 2,1% в 2008 году и на 4% в 2009 по сравнению с 2007 годом;

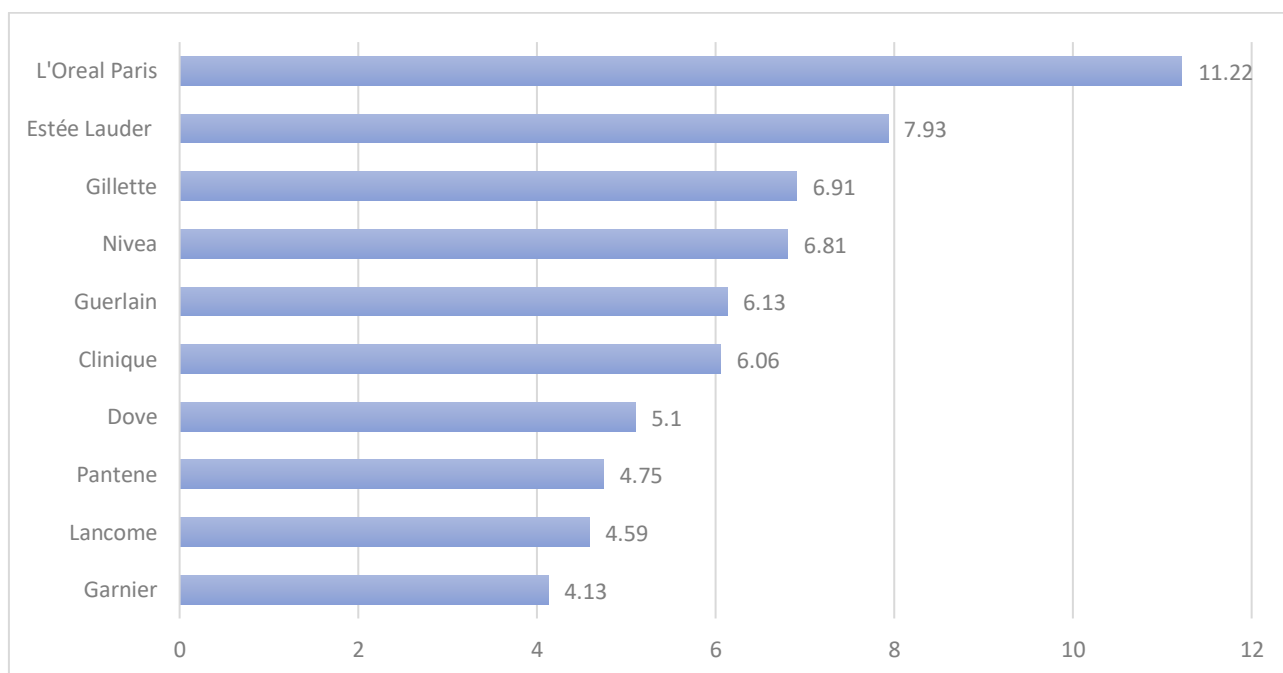
- валютный кризис 2013-2015 годов, оказал не такое существенное влияние, как предыдущий, но максимальное изменение в течение трех лет по сравнению с 2012 годом составило 1%;

– коронакризис-2020 повлек за собой резкий скачок, приведший к тому, что значение темпов роста впервые за весь анализируемый период приобрело отрицательное значение, а изменение по сравнению с 2019 годом составило 13,25%;

– мировой кризис, положивший свое начало в феврале 2022 года и продолжающийся до сих пор, который повлек за собой резкое сокращение темпов роста на 2% по сравнению с 2021 годом.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что рынок парфюмерно-косметической продукции является достаточно устойчивым к кризисным явлениям, так как несмотря на падение в росте темпов рынок парфюмерно-косметической продукции демонстрирует рост.

На сегодняшний день мировую парфюмерно-косметическую отрасль представляют порядка 20 тысяч брендов, из которых лишь 5-6% являются всемирно известными и для них всегда находится место на полках парфюмерно-косметических магазинов по всему миру. Главным образом к ним относятся 10 брендов, обладающих наибольшей рыночной стоимостью (рисунок 7).

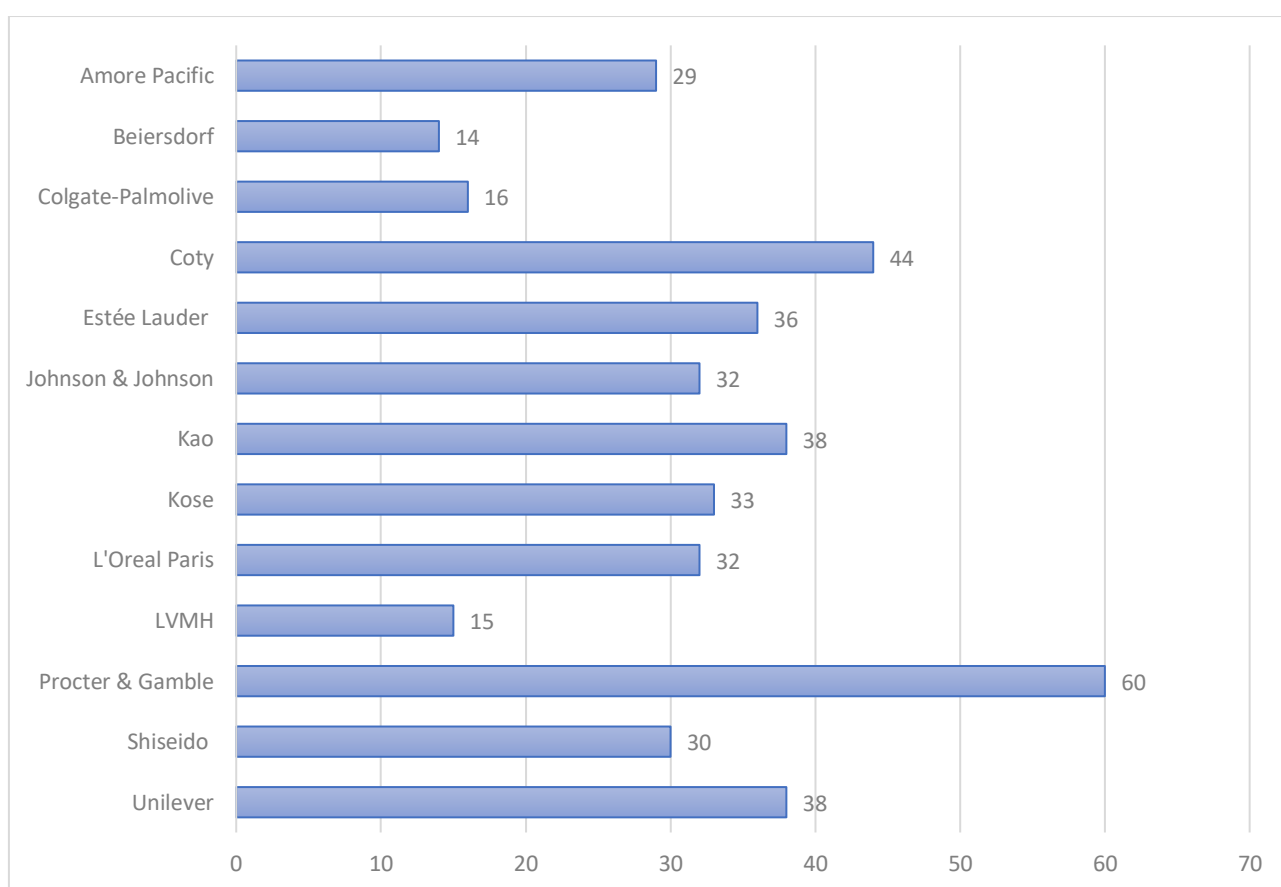


Источник: составлено автором

Рисунок 7 – Мировые лидеры парфюмерно-косметического рынка по показателю капитализации в 2022 году, млрд. долл.

Стоит заметить, что бренды, приведенные на рисунке 7 входят в состав крупнейших транснациональных компаний, таких как L'Oreal Paris (Garnier, Lancome, L'Oreal Paris), Estée Lauder (Clinique, Estée Lauder), Procter & Gamble (Gillette, Pantene), Beiersdorf (Nivea), LVMH (Guerlain) и Johnson & Johnson (Dove).

Также, хотелось бы отметить, что перечень международных компаний, имеющих в своем портфеле популярные парфюмерно-косметические бренды, на самом деле, гораздо больше (рисунок 8).



Источник: составлено автором

Рисунок 8 – Ведущие транснациональные корпорации на парфюмерно-косметическом рынке и количество брендов в их составе, шт.

Таким образом, из всего сказанного выше можно сделать вывод о том, что за время существования мирового рынка косметики и парфюмерии на нем определился перечень безусловных лидеров, которыми являются 13 транснациональных корпораций, владеющих 417 брендами парфюмерно-

косметической продукции разных как ценовых, так и товарных сегментов. Эти бренды получили свою популярность не только благодаря дорогостоящим ингредиентам и профессиональному оборудованию, используемому при производстве, но и хорошо выстроенной структуре компании, особого внимания заслуживает отдел маркетинга, который улавливает и внедряет тренды еще до их появления.

Так, в 2022 году на мировом парфюмерно-косметическом рынке главными трендами являлись:

1. скинимализм, что подразумевает под собой выбор только необходимых парфюмерно-косметических средств вместо многоступенчатых процедур;

2. гринвошинг, то есть выявление и придание огласке деятельности брендов, позиционирующих свою продукцию как безопасной и натуральной, а по факту ограничивающихся лишь громкими заявлениями;

3. чистая красота, идея которой главным образом состоит в том, что путем использования безопасных, выращенных в лаборатории активных ингредиентов можно избежать истощения ресурсов, находящихся под угрозой исчезновения в естественном мире без ущерба для эффективности парфюмерно-косметической продукции;

4. декоративная и уходовая косметика, предназначенная для мужчин;

5. акцент не на визуальном результате, а на здоровье кожи, то есть люди не хотят быстрых результатов, а делают выбор в пользу укрепления кожного барьера и поддержания здорового микробиома;

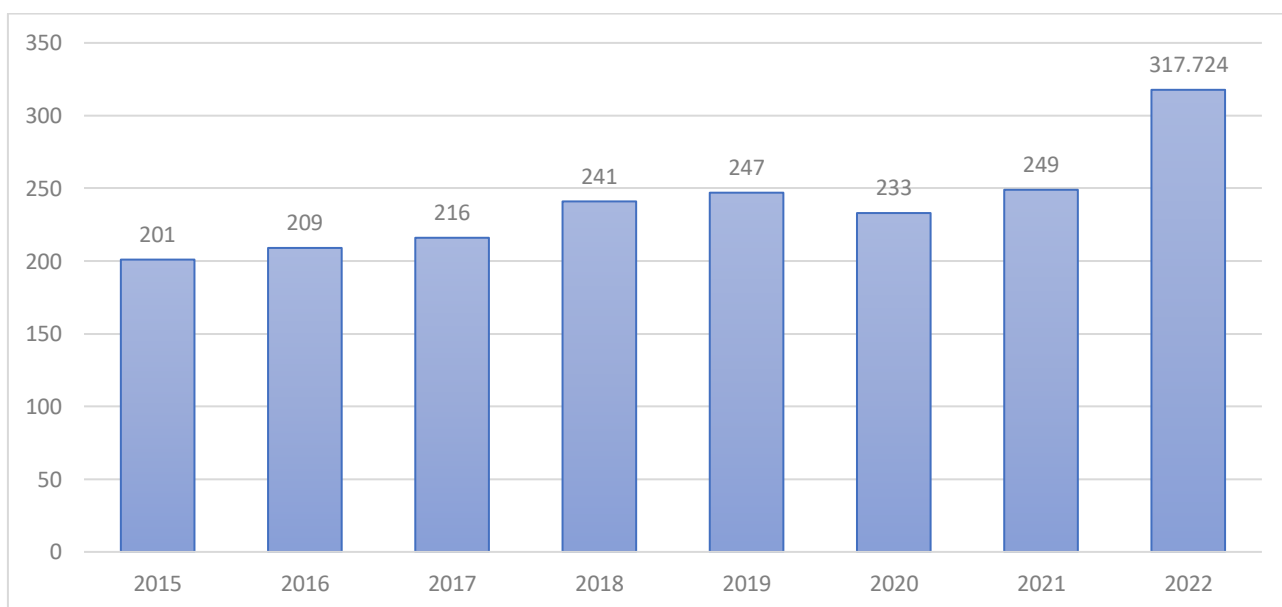
6. больше сияния, так как сияющая кожа все еще в тренде, но просто «здорового сияния» уже недостаточно, поэтому популярность приобретают румяна, хайлайтеры и кремовые бронзаторы, создающие ощущение того, что кожа светится изнутри;

7. средства, защищающие не только от солнца, но и от синего света мониторов.

Стоит заметить, что главным «трендом» 2022 года для международных парфюмерно-косметических компаний, осуществляющих свою деятельность на

территории России стал полный или частичный уход с российского рынка в связи с введением рекордного количества антироссийских санкций, что для российской парфюмерно-косметической отрасли стало большим ударом, так как российский рынок парфюмерии и косметики на протяжении последних лет на 70% удовлетворялся за счет импортных поставок и лишь на 30% – за счет отечественных производителей, но здесь тоже стоит учесть, что 10% из них локализованные иностранные производители такие, как Unilever, Procter&Gamble и т. д.

По данным 2022 года российский рынок парфюмерно-косметической продукции сократился на 25%, но несмотря на это продажи по сравнению с 2021 годом увеличились на 27,6%, так как в первом полугодии 2022 года наблюдался ажиотажный спрос на косметику и парфюмерию брендов из Франции, Испании, Германии, Америки и других стран, что было связано с переживаниями потребителей из-за возможной угрозы дефицита товаров (рисунок 9).

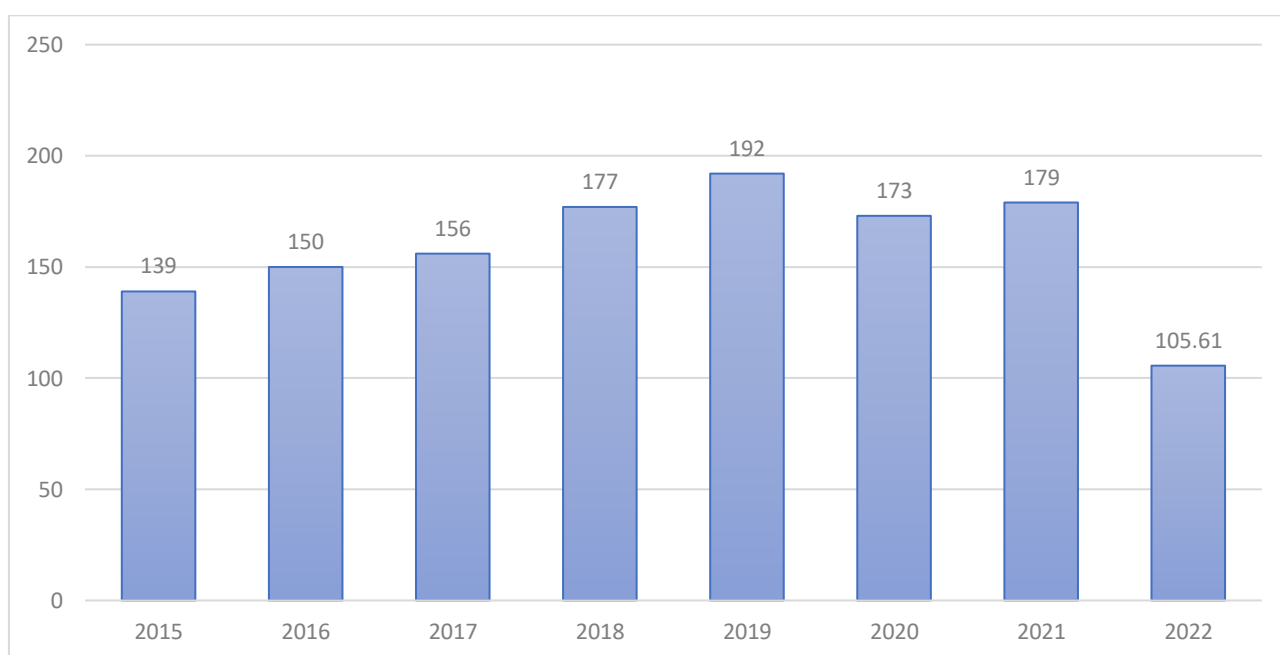


Источник: [51]

Рисунок 9 – Динамика потребления парфюмерно-косметической продукции на российском рынке, млрд. руб.

Часть зарубежных компаний сократила ассортимент продукции, продаваемой на территории России (Beiersdorf, Colgate-Palmolive,

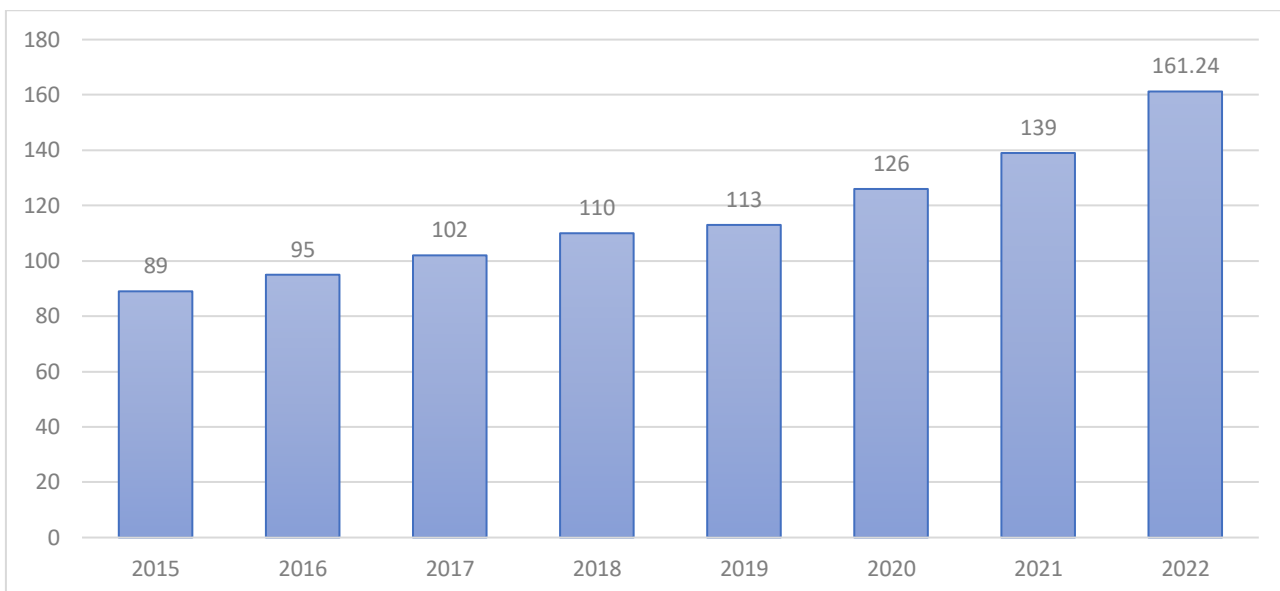
Johnson&Johnson, Procter&Gamble, Unilever в своем продуктовом портфеле для России сохранили товары для здоровья и личной гигиены, необходимые в повседневной жизни), приостановила деятельность и объявила о заморозке инвестиций (L'Oreal Paris, Estee Lauder, LVMH, Shiseido, CeraVe, Као и т.д.) или приняла решение об уходе (Sephora, L'Occitane, Lush, Coty и другие). Но стоит заметить, что деятельность зарубежных брендов, оставшихся на рынке, осложняется логистическими барьерами, связанными с санкциями со стороны ЕС, США, Канады и Великобритании, также осложняет ведение бизнеса санкции в отношении российских банков и отключение от системы SWIFT. В этой связи, наблюдается сокращение импорта косметики и парфюмерии на 41% по сравнению с показателями 2021 года (рисунок 10).



Источник: [51]

Рисунок 10 – Динамика импорта парфюмерно-косметической продукции в Российскую Федерацию, млрд. руб.

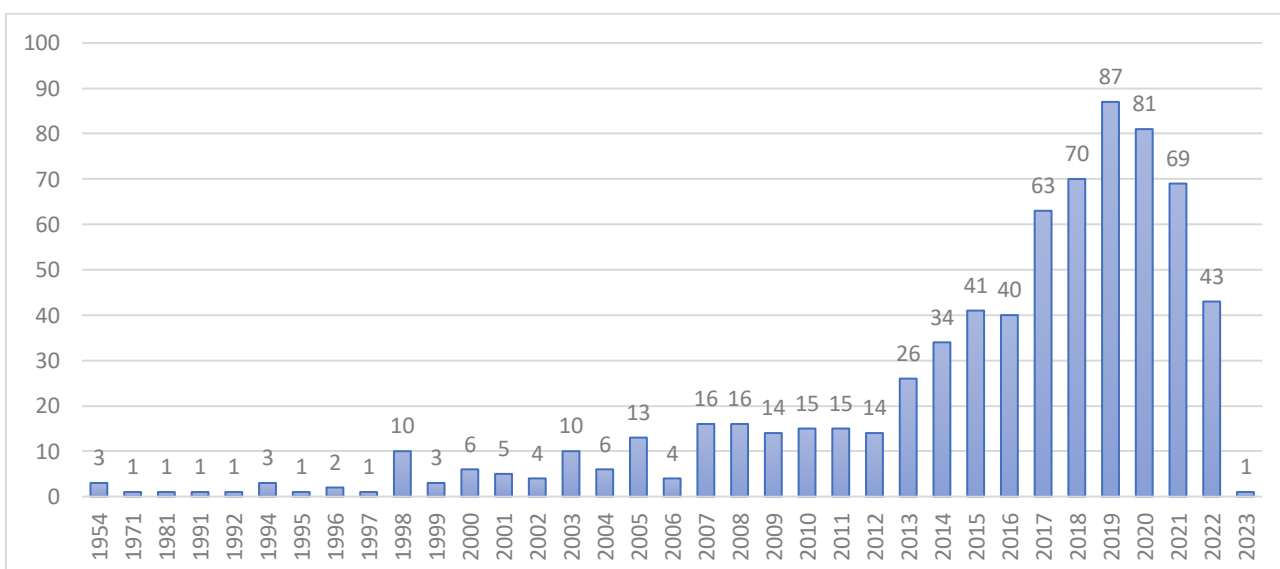
При этом стоит заметить, что полки крупнейших розничных магазинов не опустели, так как объем внутреннего производства парфюмерно-косметической продукции по сравнению с 2021 годом увеличился на 16%, несмотря на появившиеся проблемы доставкой качественного сырья и упаковки (рисунок 11).



Источник: [51]

Рисунок 11 – Динамика российского производства парфюмерно-косметической продукции, млрд. руб.

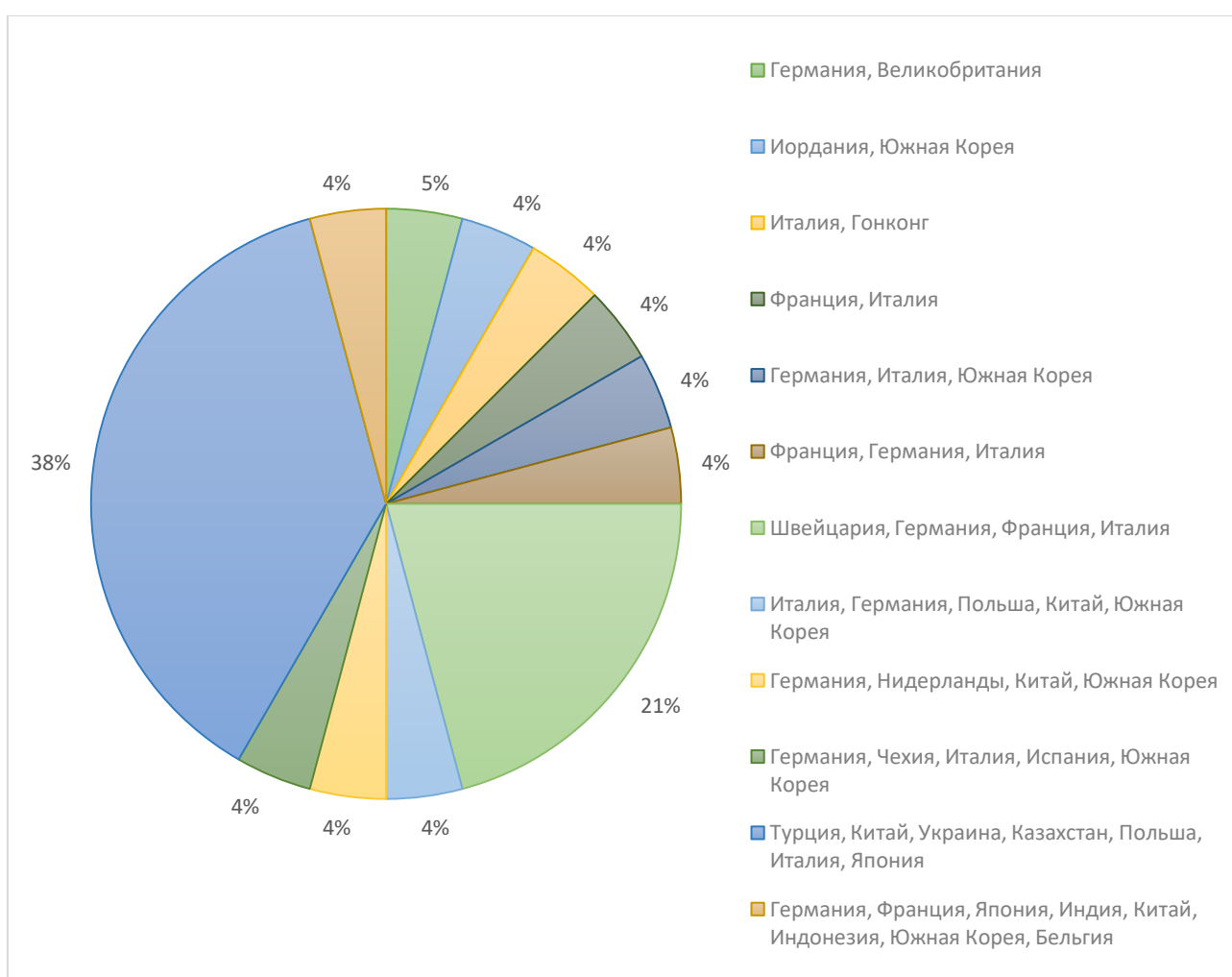
Сейчас на территории Российской Федерации зарегистрировано около 532 компаний, которым принадлежи 720 брендов парфюмерно-косметической продукции, из которых 281 бренд или 39,02% было создано в период с 2019 по 2022 годы, т.е. не в самые простые моменты для экономики России.



Источник: составлено автором

Рисунок 12 – Динамика основания российских парфюмерно-косметических компаний

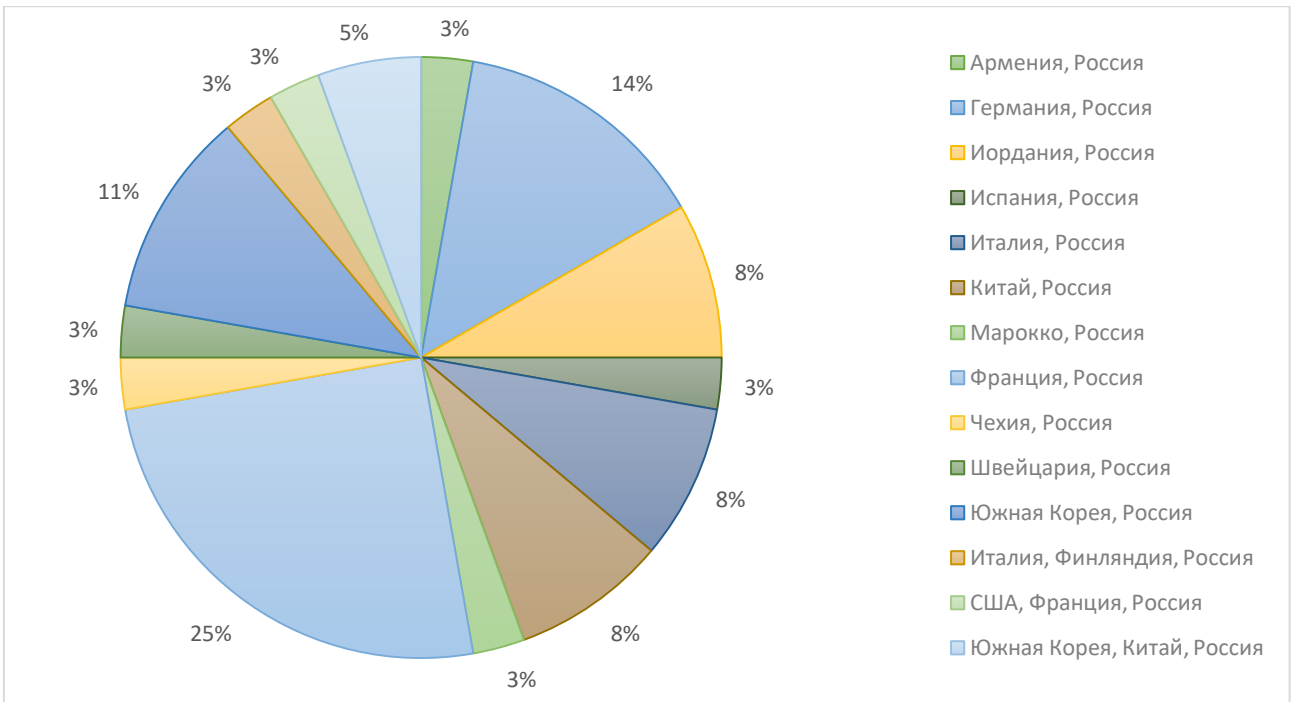
Стоит заметить, что продукция 619 брендов производится только на территории России, а оставшийся 101 бренд производит свою продукцию за рубежом, где владельцы 41 бренда отдадут предпочтение производствам, находящимся на территории одной страны, 37 производится на территории России с подключением производственных мощностей других стран, а оставшиеся 23 распределяют производство парфюмерно-косметической продукции по разным странам без привлечения российских производственных мощностей (рисунок 13).



Источник: составлено автором

Рисунок 13 – Страны, между которым российские бренды распределяют производство парфюмерно-косметической продукции

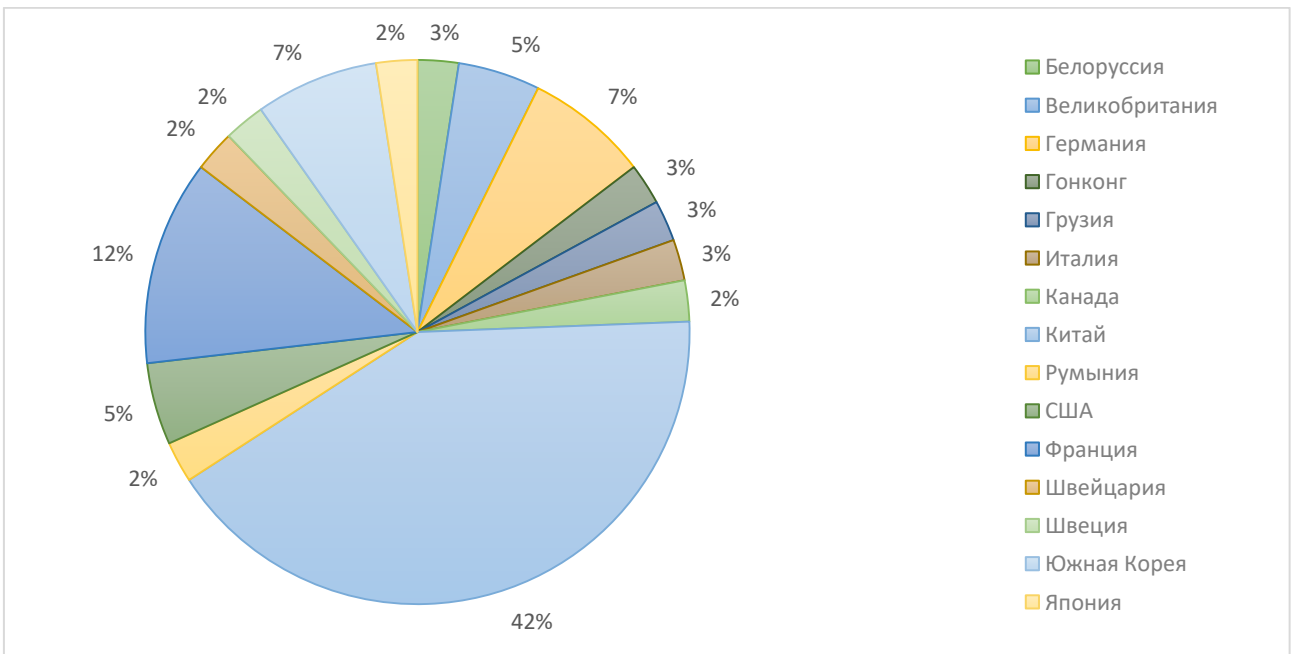
На рисунке 14 представлены страны, в которых производится часть продукции российских парфюмерно-косметических компаний.



Источник: составлено автором

Рисунок 14 – Страны, в которых производится часть продукции российских парфюмерно-косметических компаний

На рисунке 15 представлены страны, которым российские парфюмерно-косметические компании доверяют производство своей продукции.



Источник: составлено автором

Рисунок 15 – Страны, которым российские парфюмерно-косметические компании доверяют производство своей продукции

Российский рынок парфюмерно-косметической продукции в настоящий момент находится не в самом простом положении, но даже несмотря на существенное сокращение импортной продукции в 2022 году можно заметить, что в объеме внутреннего производства парфюмерно-косметической продукции заметно вырос и позволил найти достойную отечественную альтернативу потребителям, которые ранее отдавали свое предпочтение брендам транснациональных корпораций.

Несмотря на положительную динамику показателей деятельности российского парфюмерно-косметического рынка, нельзя забывать о ряде проблем и ограничений, возникших и обострившихся после февраля 2022 года, а также замедляющих развитие и создающих угрозы для экономической безопасности. К ним относятся:

1. отсутствие современной лабораторной базы для оценки эффективности парфюмерно-косметической продукции;
2. дефицит квалифицированных научно-технологических кадров, в том числе недостаток специалистов компетентных в переработке растительного сырья;
3. быстрый износ производственных мощностей и сложность внедрения новых производственных технологий;
4. низкий уровень качества продукции российского производства по сравнению с зарубежными аналогами, так как в России применяется около 5 000 ингредиентов для производства продукции в то время, как во всем мире зарегистрировано более 25 000 [2];
5. импортозависимость в производственном оборудовании, сырье и упаковке;
6. недостаточный уровень кооперации отечественных производителей парфюмерно-косметической продукции, сырья и упаковки;
7. недостаточная согласованность межведомственного взаимодействия по вопросам регулирования оборота сырья и парфюмерно-косметической продукции на российском рынке;

8. высокая стоимость сырья и упаковки из-за зависимости от курсов валют;
9. высокий уровень реальной инфляции;
10. новые логистические барьеры;
11. прирост добавленной стоимости парфюмерно-косметической продукции для конечного потребителя из-за параллельного импорта;
12. ограничение ассортимента продукции, импортируемой мировыми производителями;
13. увеличение доли контрафактной продукции на рынке парфюмерно-косметической продукции в целом из-за возросшей популярности маркетплейсов таких, как Ozon, Wildberries и т. д.

Таким образом на основе всего вышесказанного можно выявить следующие тенденции развития и укрепления экономической безопасности парфюмерно-косметической отрасли в России:

1. Увеличение рыночной доли и высокая узнаваемость российских парфюмерно-косметических брендов.

По мнению директора Национального совета по парфюмерии, косметике и бытовой химии Андрея Самойлова в связи с уходом и приостановлением поставок продукции зарубежных брендов из США, Великобритании, Франции, Испании, Германии и Польши у отечественных парфюмерно-косметических компаний есть шанс нарастить свою рыночную долю с 27% на более чем 50% [71].

2. Появление российских производителей ключевого сырья.

По данным Российской парфюмерно-косметической ассоциации в 2021 году в производстве парфюмерно-косметической продукции использовалось более 90% импортного сырья, что в условиях нормальных торговых взаимоотношений между странами не является чем-то сверхъестественным, так как в мире существует достаточно выраженная специализация в производстве ингредиентов для косметики [69]. Но в текущей ситуации вполне возможно и крайне важно наладить выпуск мягких ПАВ, загустителей и стабилизаторов эмульсионных, гелевых и пеномоющих систем, необходима разработка

консервирующих систем, создание современных эмульгаторов, эмоленгов с необходимым сенсорным профилем, витаминных и антиоксидантных комплексов за счет расширения уже существующих производств и создания новых.

3. Создание отечественного производства упаковки.

Кроме проблем с нехваткой сырья у парфюмерно-косметических компаний остро встал вопрос с упаковкой продукции, так как крупнейшие транснациональные компании сократили свое присутствие на территории Российской Федерации и в настоящий момент локализовано производство только самых востребованных флаконов. Но, стоит заметить, что в июне 2022 года ООО «Коттон Клуб», занимающееся производством средств личной гигиены, обратилось в Фонд развития промышленности с заявкой на получение займа в размере 496,25 млн. руб. на создание вертикально интегрированного производства подгузников и упаковки для мыла, шампуней, влажных салфеток, бытовой химии и т. д. [70].

В заключении хотелось бы сказать, что мировой рынок парфюмерно-косметической продукции успешно справлялся с многочисленными вызовами, проблемами и угрозами, возникающими во время кризисных периодов разных лет и сейчас проживая период геополитической неопределенности как мировые, так и российские компании делают все необходимое для сокращения перехода от спада к росту.

Исходя из всего сказанного в отношении российского парфюмерно-косметического рынка и отрасли, в целом, можно прийти к выводу о том, что несмотря на сложности, возникшие в 2022 году у них есть возможность не только нивелировать негативное влияние внешних и внутренних угроз, за счет установления взаимовыгодных отношений с отечественными активно развивающимися брендами и зарубежными партнерами из дружественных стран.

Выводы по главе

В рамках первой главы были рассмотрены теоретико-методические подходы к исследованию экономической безопасности розничной торговли. Также был проведен анализ различных подходов авторов к понятию экономической безопасности на макроуровне на основе которого были выявлены ключевые особенности и аспекты сущности данного понятия. Кроме этого были рассмотрены определения экономической безопасности на микро- и мезоуровнях, что позволило заметить, что авторы трактовок понятия «экономическая безопасность на мезоуровне» берут за основу обеспечение состояния экономической безопасности микроуровня, хотя регион (отрасль, промышленность) является самостоятельной экономической единицей связующей микро- и макроуровни.

Состояние экономической безопасности на разных ее уровнях основывается на определении совокупности критериев и показателей, отвечающих требованиям экономической безопасности и обеспечивающих защиту интересов личности, предприятия, отрасли и страны в целом. Также были проанализированы четыре основных подхода оценки экономической безопасности, кроме этого были изучены авторские методики, которые позволяют дополнить результаты оценки, полученные с применением одного из основных подходов. Стоит отметить, что не существует эталонного подхода оценки экономической безопасности, поэтому выбирать подход и методику следует исходя из целей конкретного предприятия. Также нельзя забывать о том, что от выбора системы показателей зависит степень адекватности полученных результатов, на основе которых в дальнейшем будет основываться создание комплекса мер по нивелированию внешних и внутренних угроз.

По результатам обзора мирового и российского рынков парфюмерно-косметической продукции, отмечено, что данный рынок является достаточно устойчивым к кризисным явлениям, возникающим на протяжении всего периода его функционирования.

2 Обеспечение экономической безопасности парфюмерно-косметических розничных магазинов

2.1 Современные тенденции и особенности розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией

Розничная торговля – это сложный, высокосегментированный сектор, который на уровне отдельных отраслей глубоко интегрирован в производственную деятельность и выполняет важную товаропроводящую функцию на региональных и локальных рынках. Одним из ярких примеров является розничная торговля парфюмерно-косметической продукцией, которая с одной стороны, является показателем состояния экономики, а с другой – стимулом к ее развитию, причем с точки зрения, как производства, так и потребления.

Российский рынок розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией в 2022 году составил 1,6% от мирового оборота парфюмерно-косметических средств и входил в число восьми крупнейших по объему рынков косметики и парфюмерии в мире. Согласно прогнозам, мониторингового агентства Euromonitor International российский рынок за 2019-2023 годы должен показать интенсивный рост от 0,8% до 2,3%. В 2021 году российский рынок розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией составлял около 2% от мирового оборота парфюмерно-косметической продукции и занимал пятое место по объему мирового рынка.

В современных условиях рынок розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией находится в процессе трансформации начало которого было положено в 2014 году после появления первых санкций со стороны США и стран ЕС, незначительно повлиявших на ассортимент импортируемой парфюмерно-косметической продукции. Свое заметное продолжение данный процесс получил в период коронакризиса. В 2021 году локдаун способствовал активному внедрению в деятельность розничных сетей технологий электронной коммерции, так как произошло вынужденное

перераспределение потоков заказов на другие каналы, прежде всего в службу доставки. На рынке «выжили» те компании, которые успели внедрить технологии электронной коммерции заранее, а также расширили ассортимент за счет новых отечественных брендов. Но пик процесса трансформации рынка розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией пришелся на 2022 год, в котором из-за начала военной операции в Украине появилось рекордное количество антироссийских санкций, ставших не только угрозами экономической безопасности для парфюмерно-косметической отрасли как на мезо-, так и микроуровне, но и главными катализаторами развития. Объем производства парфюмерно-косметической продукции на территории России в 2022 году показал рост более чем на 10%, а доля отечественных производителей на внутреннем рынке увеличилась на 7,8%.

Для того, чтобы более детально рассмотреть текущее положение рынка розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией стоит воспользоваться методикой SWOT-анализ, которая представляет собой комплексную оценку факторов, влияющих на рынок как напрямую, так и косвенно (таблица 6).

Таблица 6 – SWOT-анализ рынка розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией

<p style="text-align: center;">SWOT-анализ рынка розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией</p>	<p>Возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – развитие онлайн-продаж и использование социальных сетей для продвижения розничных магазинов; – увеличение продаж за счет реализации отечественной продукции; – модернизация программ лояльности и системы скидок для привлечения клиентов; – увеличение объектов торговли и торговых площадей; – рост удельного веса магазинов современных форматов, оказывающих дополнительные услуги покупателям. 	<p>Угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – рост конкуренции на рынке с косвенными конкурентами; – нестабильность рынка из-за кризисных ситуаций; – высокий уровень инфляции; – снижение покупательской способности населения; – увеличение доли фальсифицированной и контрафактной продукции из-за легализации параллельного импорта; – расторжение отношений с зарубежными брендами.
---	---	--

Окончание таблицы 6

<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> – высокий спрос на парфюмерно-косметическую продукцию в России; – широкий ассортимент продукции зарубежных брендов; – развитая логистическая инфраструктура, позволяющая быстро доставлять товары по России; – широкая клиентская база; – высокий уровень сервиса. 	<p>Сила и возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – высокий спрос на парфюмерно-косметическую продукцию позволяет расширять ассортимент товаров и брендов, представленных в магазинах; – повышение уровня информированности потенциальных клиентов о товарах, путем проведения маркетинговых акций и скидок; – усиление приверженности к магазину путем совершенствования программ лояльности и скидок для постоянных клиентов; – высокий спрос на парфюмерно-косметическую продукцию обеспечит прирост продаж продукции отечественных производителей. 	<p>Сила и угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – широкий ассортимент продукции зарубежных брендов, доступных на рынке, может привести к сокращению показателей выручки, товарооборота и рентабельности в случае их ухода с российского рынка; – скорость доставки может быть снижена в связи с ростом количества заказов как у прямых, так и у косвенных конкурентов.
<p>Слабые стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> – высокие цены на продукцию зарубежных брендов, в связи с зависимостью от курсов валют и ростом стоимости транспортной логистики; – недостаточное использование цифровых технологий для продвижения и продажи товаров; – низкая узнаваемость российских брендов. 	<p>Слабость и возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – недостаточное использование цифровых технологий для продвижения и продажи товаров, что может быть исправлено развитием онлайн-продаж и использованием социальных сетей для продвижения услуг розничным магазинам. – низкая узнаваемость российских брендов может быть исправлена за счет введения скидок на продукцию отечественных брендов только появившихся на полках магазинов. 	<p>Слабость и угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сокращение показателей выручки и товарооборота, а также рентабельности в связи: <ol style="list-style-type: none"> 1. с ростом цен на продукцию и падением уровня доходов покупателей; 2. уходом зарубежных брендов и низкой узнаваемостью отечественных.

Источник: составлено автором

Как видно из таблицы 6, деятельность предприятий розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией зависит от многочисленных угроз как внешних, так и внутренних. К внутренним угрозам экономической безопасности рынка розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией относятся:

1. высокая себестоимость продукции;

2. недостаточное использование цифровых технологий для продвижения и продажи товаров;

3. сокращение чистой прибыли;

4. снижение показателя рентабельности;

5. увеличение дебиторской и кредиторской задолженностей;

6. наличие конкурентов в отрасли и увеличения их количества за счет развития маркетплейсов;

7. увеличение доли фальсифицированной и контрафактной продукции из-за легализации параллельного импорта;

8. высокие цены на продукцию относительно цен конкурентов, объясняющиеся сложными логистическими путями.

А внешними угрозами экономической безопасности являются:

1. ухудшение социально-политической и экономической ситуации в стране;

2. обострение геополитической ситуации;

3. валютные колебания;

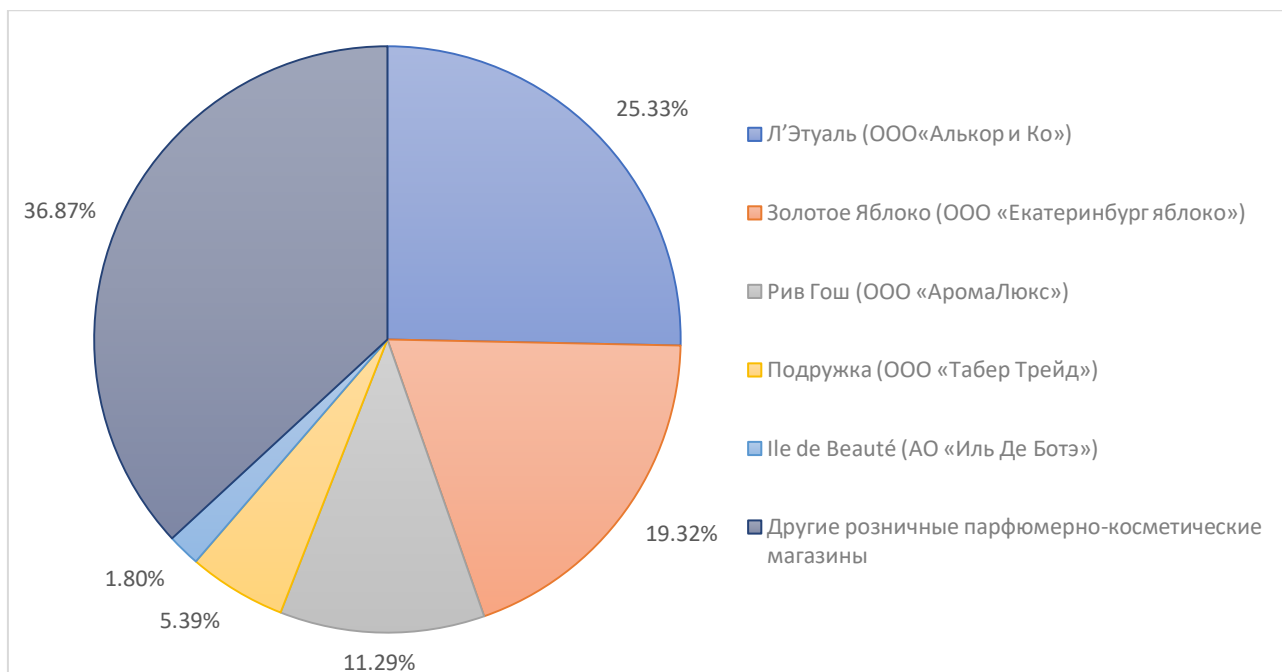
4. высокий уровень инфляции;

5. недобросовестная конкуренция;

6. снижение доходов населения;

7. увеличение доли, фальсифицированной и контрафактной продукции в связи с легализацией параллельного импорта.

С вышеперечисленными угрозами согласно данным на начало мая 2023 года сталкиваются 2 106 действующих компаний, основным видом деятельности которых является розничная торговля в специализированных магазинах косметической продукцией и товарами личной гигиены. Стоит заметить, что розничная торговля парфюмерно-косметической продукцией в последние годы отличается консолидацией рынка, то есть растет доля федеральных и сокращается присутствие региональных сетей. На рисунке 16 представлена долевая структура основных игроков рынка розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией в 2022 году.



Источник: составлено автором

Рисунок 16 – Доля рынка парфюмерно-косметических розничных магазинов, осуществляющих деятельность на территории России в 2022 году

Как можно заметить 63,13% доли российского рынка розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией принадлежит таким мультибрендовым магазинам, как:

1. «Л'Этуаль» (ООО «Алькор и Ко») – это компания, основанная в 1992 году российским предпринимателем Максимом Климовым и на сегодняшний день имеющая оборот в 81 млрд. рублей в год и торговую сеть из 920 магазинов, расположенных на территории России, кроме этого компания в своем составе имеет 6 салонов красоты, в которых предоставляется полный спектр косметологических услуг.

2. «Золотое яблоко» (ООО «Екатеринбург Яблоко») – это екатеринбургская сеть парфюмерных супермаркетов, созданная в 2004 году и в 2022 году имеющая оборот в 61 млрд. рублей и сеть, насчитывающую в себе 36 магазинов, из которых 31 располагается на территории России, 4 магазина в Казахстане и 1 в Белоруссии.

3. «Рив Гош» (ООО «АромаЛюкс») – это петербургская компания, основанная в 1995 году супругами Карабань и на сегодняшний день имеющая

оборот в 36 млрд. рублей в год и торговую сеть из 319 магазинов, расположенных в разных регионах Российской Федерации, кроме этого у компании есть 7 собственных торговых марок декоративной и уходовой косметики для мужчин, женщин и детей.

4. «Подружка» (ООО «Табер Трейд») – это компания, созданная в 2003 году Дмитрием Тамуркой и Михаилом Дубининым, но с 2020 года на 90% принадлежащая ООО «Алькор и Ко», а в 2022 году оставшиеся 10% розничной сети «Подружка» также перешли под контроль ООО «Алькор и Ко». В 2022 году оборот компании ООО «Табер Трейд» составил 17 млрд. рублей, а сеть насчитывала 287 магазинов.

5. «Pe de Beauté» (АО «Иль де Ботэ») – это парфюмерно-косметическая сеть, созданная Игорем Денисовым и Алексеем Грибковым в 2002 году и в 2008 году начавшая тесное сотрудничество с транснациональной компанией LVMH в процессе, которого она получила 45% долю «Иль де Ботэ», которая в 2011 году увеличилась до 65%, а в ноябре 2016 года вовсе составила 100%, что собственно и стало логическим завершением процесса покупки, стартовавшего в 2008 году.

Таким образом в 2020 году новые владельцы компании АО «Иль де Ботэ» объявили о ребрендинге, в рамках которого магазины «Иль де Ботэ» начали открываться под брендом Sephora, но, к сожалению, розничная парфюмерно-косметическая сеть с таким названием на территории России просуществовала около двух лет, так как в 2022 году после начала военной операции в Украине магазины Sephora были временно закрыты на территории России, а потом и вовсе проданы под брендом Pe de Beauté местному генеральному директору Евгению Дроздову, благодаря которому 88 розничных магазинов парфюмерно-косметической сети все-таки открылось в ноябре 2022 года, что позволило АО «Иль де Ботэ» за 4 месяца работы в 2022 году возыметь оборот в 5,73 млрд. рублей, что в 2,7 раза меньше, чем в предыдущем.

В рамках изучения производственной составляющей лидеров рынка розничной торговли парфюмерно-косметической продукции была составлена

таблица 7, в которой представлены качественные показатели крупнейших парфюмерно-косметических розничных магазинов.

Таблица 7 – Качественные показатели крупнейших парфюмерно-косметических розничных магазинов

Показатель/Магазин	Л'Этуаль	Золотое Яблоко	Рив Гош	Подружка	Ple de Beauté
Количество магазинов, шт.	920	36	319	287	88
Представлено брендов, шт.	2811	3196	684	555	200
Эксклюзивные зарубежные бренды, шт.	29	73	89	7	32
Российские бренды, шт.	74	644	77	73	9
Собственные парфюмерно-косметические торговые марки	25	-	8	7	-
Среднее количество акций в месяц, шт.	122	56	43	24	14

Источник: составлено автором

Таким образом данные представленные в таблице 7 подтверждают результаты рыночных показателей лидеров рынка розничной торговли парфюмерно-косметической продукции, но стоит заметить, что каждая компания добивалась успеха за счет разных факторов. Так:

1. «Л'Этуаль» занимает 25,33% доли рынка и имеет хорошие показатели рентабельности, благодаря совокупности таких факторов, как широкая территория нахождения, большое количество брендов, находящихся в портфеле компании и развитая политика скидок и акций;

2. «Золотое яблоко», занимающее 19,32% доли рынка, обязано этим главным образом количеству брендов, представленных на полках и качественно выстроенной маркетинговой стратегии;

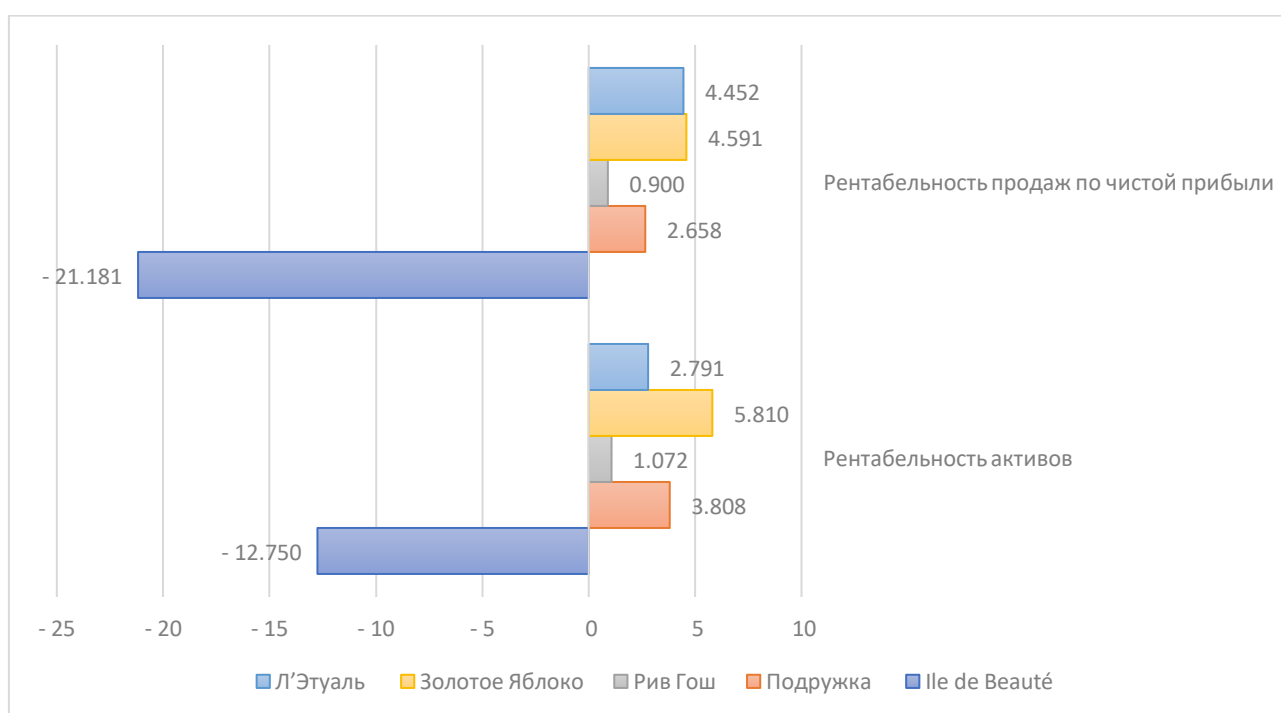
3. «Рив Гош», владеющий долей рынка в размере 11,29%, добился этого благодаря количеству эксклюзивных контрактов с зарубежными брендами и большой территории покрытия;

4. Сеть розничных магазинов «Подружка», имеющая долю рынка в размере 5,39% следует примеру компании учредителя «Л'Этуаль» и расширяет

как территорию своего нахождения, так линейку брендов, представленных на полках сети;

5. «Ile de Beauté», занимающий в 2022 году лишь 1,8% доли рынка, после покупки российским предпринимателями пересматривает свою корпоративную стратегию и план развития на ближайшие годы, но в настоящее время главным конкурентным преимуществом является продукция эксклюзивных зарубежных брендов и своих торговых марок.

Для того, чтобы иметь более полное представление о состоянии рынка розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией целесообразно рассмотреть финансовую и экономическую составляющие крупнейших компаний, осуществляющих деятельность на этом рынке.



Источник: составлено автором

Рисунок 17 – Показатели рентабельности крупнейших парфюмерно-косметических розничных магазинов за 2022 год, %

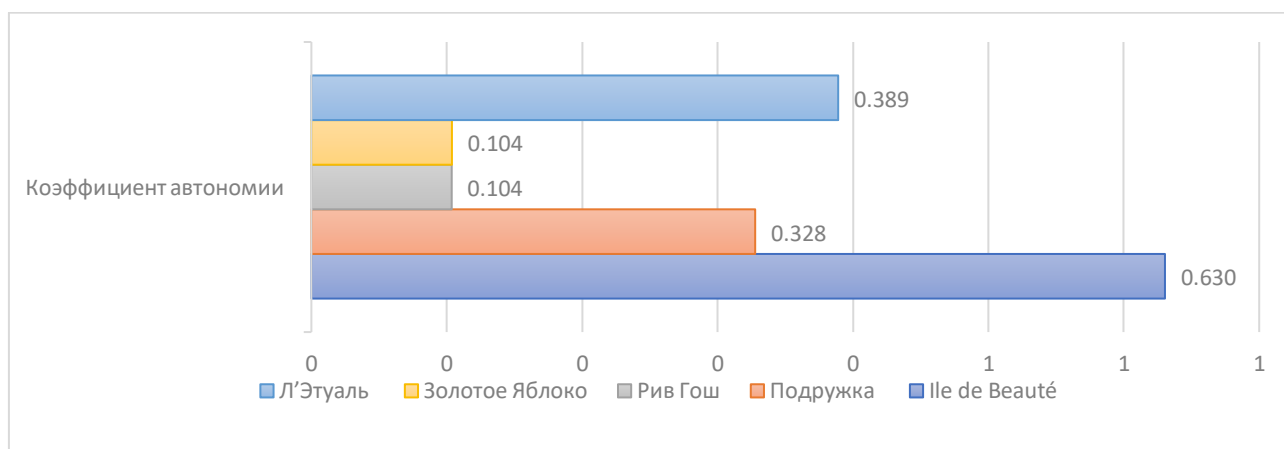
Анализируя динамику рентабельности чистых продаж можно сказать, что наиболее эффективной тактикой управления и успешным контролем расходов обладают компании «Золотое Яблоко» (4,591%) и «Л'Этуаль» (4,452%). Замыкает «тройку лидеров» торговая сеть «Подружка» рентабельность чистых

продаж по итогам 2022 года составляла 2,658%. «Ile de Beauté» вовсе имеет отрицательные значения показателей рентабельности продаж и активов, что напрямую связано с чистым убытком, появившемся из-за коммерческих расходов, которые превышали значение выручки в 2022 году.

Анализируя динамику рентабельности активов продаж можно заметить, что наиболее эффективной тактикой использования активов обладают компании «Золотое Яблоко» (5,810%) и «Подружка» (3,808 %). Замыкает «тройку лидеров» торговая сеть «Л'Этуаль» рентабельность активов по итогам 2022 года составляла 2,791%.

Таким образом из всего вышеперечисленного можно сделать вывод о том, что деятельность таких лидеров рынка как «Золотое яблоко», «Л'Этуаль», «Рив Гош» и «Подружка» является эффективной даже не смотря на внешние и внутренние угрозы экономической безопасности появившиеся и обострившиеся в 2022 году благодаря качественному управлению, распределению расходов и ценообразованию.

Для объективности выводов об эффективности деятельности крупнейших парфюмерно-косметических розничных магазинов рассмотрим их финансовую устойчивость. Оценка коэффициента автономии крупнейших парфюмерно-косметических розничных магазинов представлена на рисунке 18.

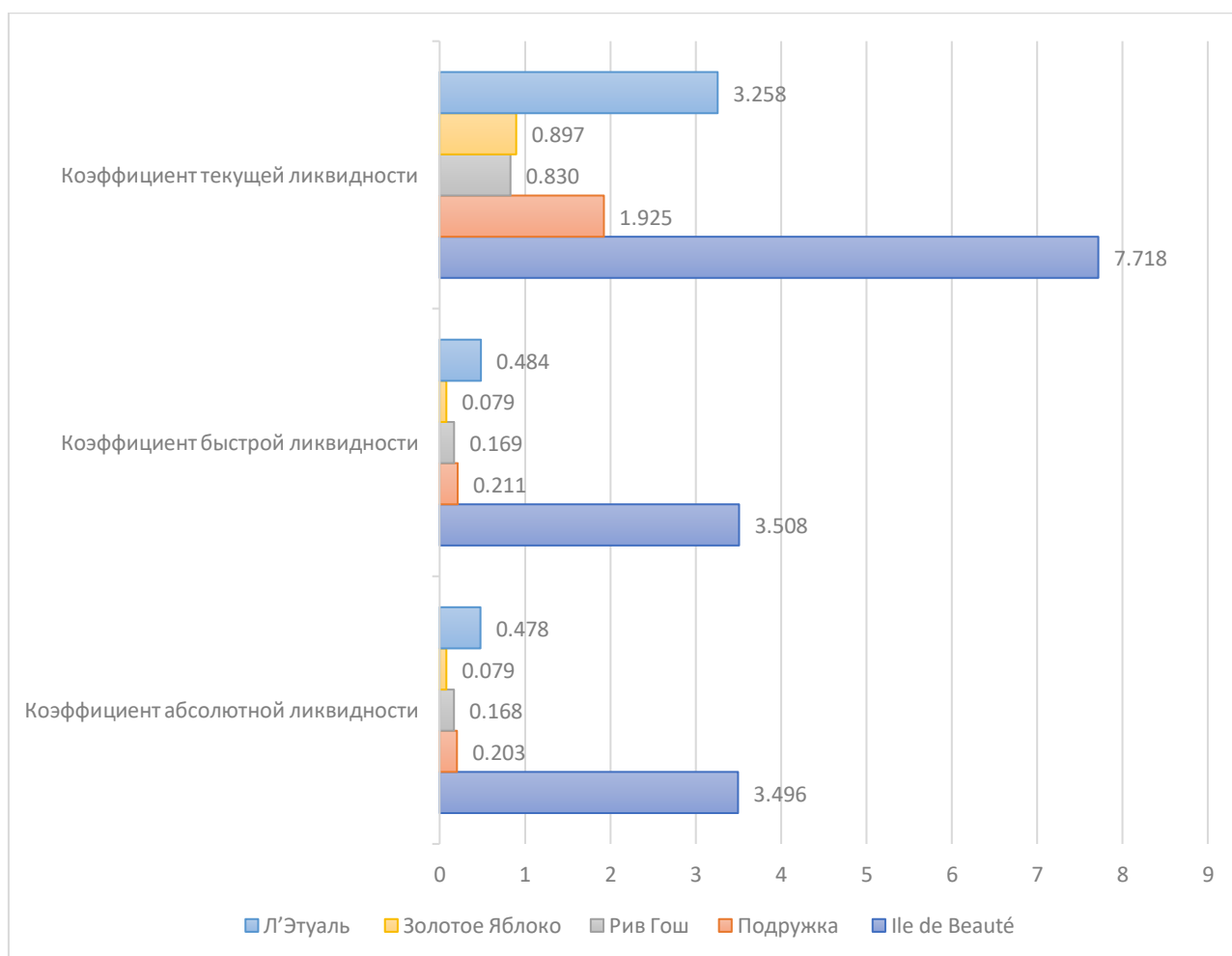


Источник: составлено автором

Рисунок 18 – Показатели автономии крупнейших парфюмерно-косметических розничных магазинов в 2022 году

Как можно заметить из рисунка 18 значения коэффициента автономии всех компаний, кроме «Ile de Beauté» не достигает отраслевого нормативного значения (0,44), что свидетельствует об отсутствии возможности у компаний «Золотое Яблоко», «Рив Гош», «Подружка» и «Л'Этуаль» рассчитаться по всем имеющимся у них обязательствам за счет собственных средств и показывает зависимость данных предприятий от внешних источников финансирования, а коэффициент автономии сети парфюмерно-косметических розничных магазинов «Ile de Beauté» превышает нормативное значение на 0,19, что говорит о том, что собственного капитала компании достаточно для покрытия обязательств.

Оценка ликвидности крупнейших парфюмерно-косметических розничных магазинов представлена на рисунке 19.



Источник: составлено автором

Рисунок 19 – Показатели ликвидности крупнейших парфюмерно-косметических розничных магазинов в 2022 году

Коэффициент текущей ликвидности «Рив Гош» и «Золотое Яблоко» находится ниже нормативного значения (1–2), что говорит об отсутствии средств у данных предприятий за счет которых могут быть погашены их текущие обязательства, а у компании «Подружка» значение данного показателя находится в рамках нормы, что свидетельствует об отсутствии проблем со своевременным погашением текущих обязательств. В свою очередь значение коэффициента текущей ликвидности у сетей розничных магазинов «Л'Этуаль» и «Ile de Beauté» превышает норму на 1,258 и 5,718 что говорит о том, что у предприятия после погашения текущих обязательств еще останется достаточный объем свободных денежных средств, которые можно потратить на развитие.

Как можно заметить значения коэффициента быстрой ликвидности всех компаний, кроме «Ile de Beauté» не достигает отраслевого нормативного значения (1), что свидетельствует о появлении риска потери платежеспособности, так как ликвидные активы предприятия не покрывают краткосрочные обязательства, чего нельзя сказать о коэффициенте быстрой ликвидности компании «Ile de Beauté» значение которого превышает нормативное значение на 2,5, что говорит о том, что у компании есть денежные средства для погашения краткосрочных обязательств и в случае возникновения задержек погашения дебиторской задолженности это не будет проблемой.

Коэффициент абсолютной ликвидности компаний «Золотое Яблоко» и «Рив Гош» находится ниже отраслевого нормативного значения (0,2), что говорит об отсутствии средств у данных предприятий даже для того, чтобы частично рассчитаться с долгами сразу, а у компаний «Подружка», «Л'Этуаль» и «Ile de Beauté», в свою очередь, значения данного показателя находятся в рамках нормы, что свидетельствует о том, что если кредиторы прямо сейчас потребуют немедленно погасить долги, то это не станет для них проблемой.

Рассмотрев коэффициенты ликвидности, можно заключить, что проблем с погашением обязательств не имеет только «Ile de Beauté», но другие компании могут изменить их в положительную сторону за счет диверсификации и оптимизации вложений.

По результатам аналитического обзора можно определить совокупность внешних и внутренних факторов, которые позволят обеспечить как экономическую безопасность крупнейших парфюмерно-косметических розничных магазинов, так и их устойчивое развитие:

1. укрепление отношений с азиатскими странами, так как парфюмерно-косметическая промышленность в этих странах широко развита;

2. развитие сотрудничества с российскими брендами, так как отечественные производители косметики могут предложить потребителю достойную альтернативу, ушедшим западным маркам;

3. расширение онлайн-торговли, так как доля онлайн-продаж увеличивается с каждым годом. Так, например, в 2022 году онлайн-продажи косметики выросли на 24%;

4. развитие собственных марок косметики, так как такой подход помогает расширять ассортимент и гибко управлять ценообразованием;

5. открытие новых магазинов, а также увеличение площадей и реконструкция уже функционирующих.

Также еще одним трендом до середины апреля можно было считать ввоз товаров от «санкционных» брендов через компании, действующие на территориях союзных стран, но как стало известно крупные зарубежные корпорации известили своих покупателей о том, что объем текущего контракта не может вырасти более чем на 10% по сравнению с предыдущим годом, что связано с легализацией параллельного импорта в России и предотвращением появления продукции зарубежных брендов в российских магазинах.

В заключении хотелось бы сказать, что российский рынок розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией на современном этапе находится в условиях структурных изменений, так как экономический кризис, санкции и высокий уровень инфляции, хоть и не являются чем-то кардинально новым, но все равно негативно сказываются не только на экономической безопасности страны, но также на ее отраслях, рынках и предприятиях. Таким образом важной задачей розничных магазинов, занимающихся реализацией

парфюмерно-косметической продукции на территории России в настоящий момент является оперативное выявление угроз экономической безопасности активно возникающих и развивающихся на протяжении последних полутора лет, определение их важности и разработка мероприятий по их нивелированию.

2.2 Описание сигналов наличия проблемы в финансово-хозяйственной деятельности розничного магазина парфюмерно-косметической продукции

Как уже было отмечено ранее розничная торговля парфюмерно-косметической продукцией, как и парфюмерно-косметическая отрасль в целом, является слабоизученной, но несмотря на это в пунктах 1.3 и 2.1 данной работы удалось выявить общие угрозы, тенденции и рассмотреть необходимые показатели на мезоуровне. А для того, чтобы иметь более полное представление о практическом влиянии перечисленных ранее угроз было принято решение о проведении тщательного анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности сети розничных магазинов, занимающейся реализацией парфюмерно-косметической продукции «Рив Гош» (ООО «АромаЛюкс»). Данная компания в рамках изучения производственной и финансовой составляющих крупнейших парфюмерно-косметических компаний продемонстрировала средние показатели.

Общество с ограниченной ответственностью «АромаЛюкс», в соответствии с данными из ЕГРЮЛ осуществляет свою деятельность с 16 марта 2005 года.

Основным видом деятельности ООО «АромаЛюкс» является розничная торговля косметическими продуктами и товарами личной гигиены в специализированных магазинах, а к дополнительным относятся:

- производство парфюмерных и косметических средств;
- торговля оптовая парфюмерными и косметическими товарами;
- торговля розничная прочая в неспециализированных магазинах;
- торговля розничная напитками в специализированных магазинах;

- торговля розничная солью в специализированных магазинах;
- торговля розничная растительными маслами в специализированных магазинах;
- торговля розничная гомогенизированными пищевыми продуктами, детским и диетическим питанием в специализированных магазинах;
- торговля розничная прочими пищевыми продуктами в специализированных магазинах;
- торговля розничная, осуществляемая непосредственно при помощи информационно-коммуникационной сети Интернет;
- торговля розничная, осуществляемая непосредственно при помощи телевидения, радио, телефона;
- предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты;
- предоставление прочих персональных услуг, не включенных в другие группировки;
- и другие двадцать видов деятельности.

Уставный капитал ООО «АромаЛюкс» на данный момент составляет 9,020 млн. рублей и единственным учредителем с 24.11.2011 является кипрская компания Rive Gauche Group (Cyprus) Limited.

Общество с ограниченной ответственностью «АромаЛюкс», кроме дистрибуции парфюмерно-косметической продукции занимается развитием розничной сети магазинов. Стоит заметить, что «Рив Гов» в настоящий момент является компанией с большой территорией покрытия, так как кроме головного офиса, находящегося по юридическому адресу: г. Санкт-Петербург, Митрофаньевское шоссе, д. 2, к. 9, лит. В, пом. 107, у компании на данный момент есть 319 магазинов в 64 регионах России.

На сегодняшний день ООО «АромаЛюкс» принадлежит 11,29% доли рынка розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией. Для того, чтобы оценить эффективность деятельности данного предприятия стоит рассмотреть основные экономические показатели за последние 3 года, которые

были весьма непростыми для предприятий, отраслей и России, в целом (таблица 8).

Таблица 8 – Динамика основных экономических показателей ООО «АромаЛюкс» за 2020-2022 годы

В тысячах рублей

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение		Темп прироста, %	
				2021 к 2020	2022 к 2021	2021 к 2020	2022 к 2021
Выручка	30 019 557	34 267 353	35 868 118	4 247 796	1 600 765	14,15	4,67
Полная себестоимость	30 479 996	33 630 691	33 064 535	3 150 695	-566 156	10,34	-1,68
Фондоотдача, руб./руб.	25,62	24,55	2,08	-1,07	-22,47	-4,18	-91,53
Фондоёмкость, руб./руб.	0,04	0,04	0,48	–	0,44	–	в 12 раз
Затраты на 1 руб. реализованной продукции, руб.	1,02	0,98	0,92	-0,04	-0,06	-3,92	-6,12
Прибыль (убыток) от продаж	-460 439	636 662	2 803 583	1 097 101	2 166 921	238,27	340,36
Чистая прибыль	44 596	281 932	322 669	237 336	40 737	532,19	14,45
Рентабельность / убыточность продаж, %	-1,53	1,86	7,82	3,39	5,96	–	
Рентабельность чистых продаж, %	0,15	0,82	0,90	0,67	0,08		
Рентабельность продукции, %	-1,51	1,89	8,48	3,40	6,59		
Рентабельность активов, %	0,30	1,72	1,42	1,42	-0,65		

Источник: составлено автором

По данным анализа экономических показателей ООО «АромаЛюкс» можно говорить о том, что выручка в 2021 году по сравнению с 2020 увеличилась на 14,15%, что обусловлено увеличением объемов продаж парфюмерно-косметической продукции в связи с нормализацией деятельности розничных магазинов после локдауна. А в 2022 году по сравнению с 2021 темп прироста составил 4,67%, что на 9,48% (4,67-14,16) меньше, чем в предыдущем периоде и связано это с сокращением объемов продаж, вызванным уходом зарубежных брендов и резким ростом цен на продаваемую продукцию из-за скачков

валютных курсов, которые оказывали прямое воздействие на закупочные цены и стоимость логистики. Важно заметить, что значение показателя выручки показало положительную динамику к увеличению главным образом из-за значительного повышения цен и ажиотажа на продукцию зарубежных брендов весной 2022 года, когда крупнейшие мировые компании активно заявляли о прекращении поставок на территорию России.

Также положительным результатом в анализируемом периоде является опережающий темп роста выручки от реализации услуг по отношению к темпу роста полной себестоимости. В этой связи отмечается увеличение показателя прибыли от продаж в период с 2020 по 2022 годы. Стоит заметить, что в 2020 году, данный показатель имел отрицательное значение, что было связано с высокой себестоимостью продаж, удельный вес которой в выручке за 2020 год составлял 64,9% ($19\,471\,375/30\,019\,557*100$).

Результатом совокупности факторов, перечисленных выше стала положительная динамика показателя чистой прибыли ООО «АромаЛюкс» в 2022 году.

Как можно заметить значение показателей рентабельности продаж как по прибыли (убытку) от продаж, так и по чистой прибыли в период с 2020 по 2022 годы демонстрировали положительную динамику к увеличению, что свидетельствует о росте эффективности управления ресурсами. Также стоит отметить, что показатель рентабельности чистых продаж в 2020 году был в 10 раз больше убыточности от продаж, что говорит о том, что дополнительная деятельность данного предприятия позволяла достичь положительного финансового результата, в отличие от основного вида деятельности.

Важно обратить внимание на снижение показателя фондоотдачи в 2022 году на 22,47 руб./руб. по сравнению с 2021 и увеличение значения показателя фондоемкости в этом же периоде на 0,44 руб./руб., что отрицательно характеризует финансовое состояние предприятия. Также об этом свидетельствуют показатели рентабельности активов, которые в 2022 году имели отрицательную динамику к снижению по сравнению с 2021 годом.

Далее следует рассмотреть стоимость имущества ООО «АромаЛюкс» в период с 2020 по 2022 годы, которая отражается в активе баланса (таблица 9).

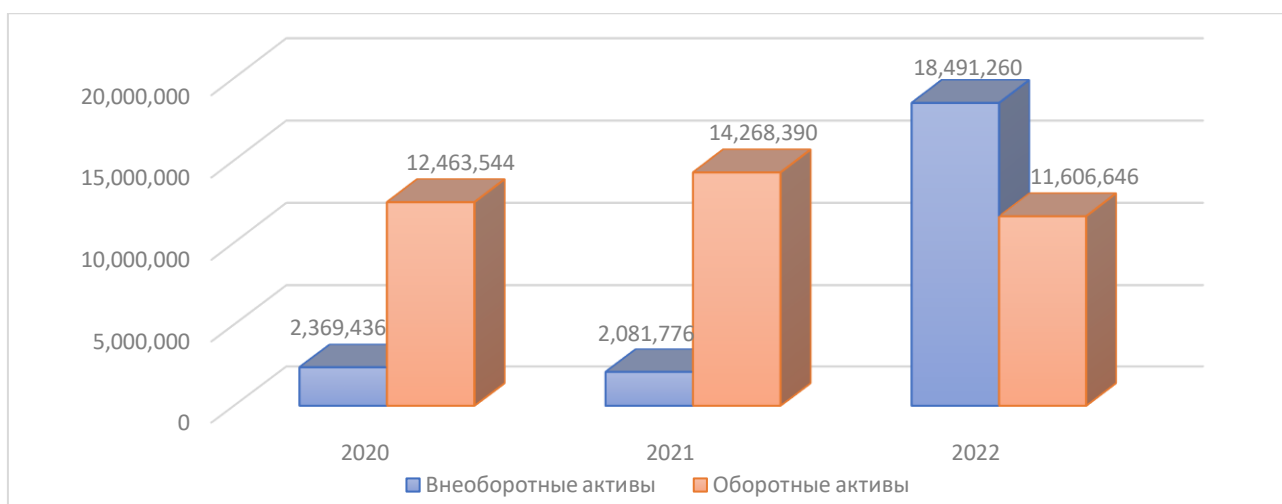
Таблица 9 – Динамика актива ООО «АромаЛюкс» в период с 2020 по 2022 годы

В тысячах рублей

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение		Темп прироста, %	
				2021 к 2020	2022 к 2021	2021 к 2020	2022 к 2021
I. Внеоборотные активы							
Нематериальные активы	1 820	15 753	14 853	13 933	-900	в 8,6 раз	-5,71
Основные средства	1 171 574	1 396 049	17 216 735	224 475	15 820 686	19,16	в 12 раз
Долгосрочные финансовые вложения	1 089 559	563 769	948 046	-525 790	384 277	-48,26	68,16
Отложенные налоговые активы	78 501	78 504	174 271	3	95 767	0,00	121,99
Прочие внеоборотные активы	27 982	27 701	137 355	-281	109 654	-1,00	395,85
Итого по разделу I	2 369 436	2 081 776	18 491 260	-287 660	16 409 484	-12,14	в 8,9 раз
II. Оборотные активы							
Запасы	8 502 924	8 712 485	7 699 740	209 561	-1 012 745	2,46	-11,62
НДС по приобретенным ценностям	318	55	5	-263	-50	-82,70	-90,91
Дебиторская задолженность	2 566 645	2 992 408	1 540 343	425 763	-1 452 065	16,59	-48,52
Краткосрочные финансовые вложения	301 313	1 000 000	655 000	698 687	-345 000	231,88	-34,50
Денежные средства и денежные эквиваленты	1 087 078	1 551 709	1 693 424	464 631	141 715	42,74	9,13
Прочие оборотные активы	5 266	11 731	18 134	6 465	6 403	122,77	54,58
Итого по разделу II	12 463 544	14 268 390	11 606 646	1 804 846	-2 661 744	14,48	-18,65
Баланс	14 832 980	16 350 166	30 097 906	1 517 186	13 747 740	10,23	84,08

Источник: составлено автором

Исходя из данных таблицы 9 можно сделать вывод об общем росте стоимости имущества ООО «АромаЛюкс» в анализируемом периоде на 102,9% ((30 097 906/14 832 980*100%) – 100) или на 15 264 926 тыс. руб. (30 097 906 – 14 832 980).

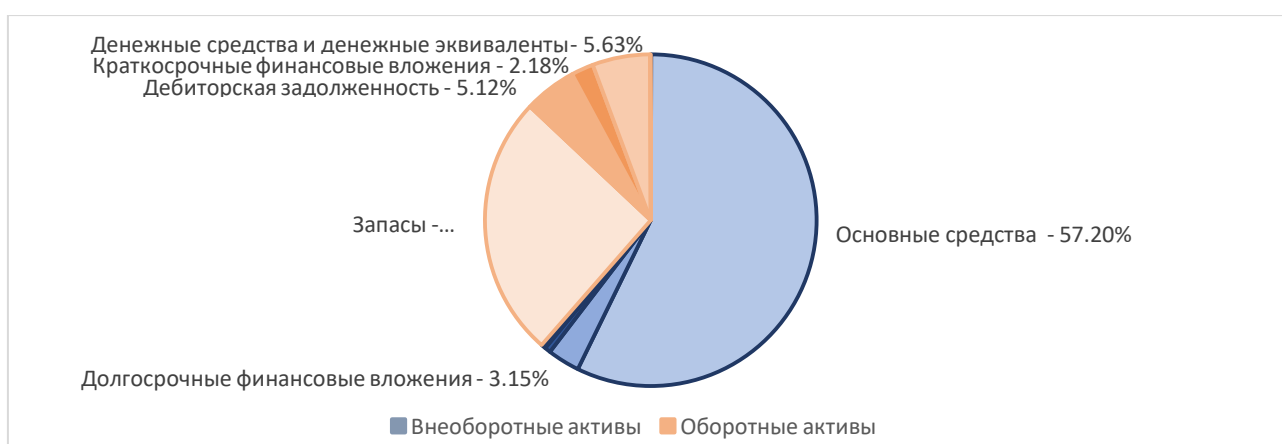


Источник: составлено автором

Рисунок 20 – Динамика активов ООО «АромаЛюкс», за 2020-2022 годы, тыс. руб.

Исходя из данных рисунка 20 видно, что в 2021 году по сравнению с 2020 размер внеоборотных активов сократился на 12,14% или на 287 660 тыс. руб., что произошло из-за снижения размера долгосрочных финансовых вложений на 48,26% и увеличения размера основных средств на 19,16%, а размер оборотных активов в анализируемом периоде наоборот продемонстрировал рост на 10,23%, благодаря росту дебиторской задолженности на 16,59%, краткосрочных финансовых вложений на 231,88% и объема денежных средств на 42,74%.

Также стоит рассмотреть структуру активов ООО «АромаЛюкс» в 2022 году (рисунок 21).



Источник: составлено автором

Рисунок 21 – Структура активов ООО «АромаЛюкс» за 2022 год, %

В 2022 году можно заметить значительные изменения в структуре активов за счет увеличения внеоборотных активов по сравнению с предыдущим годом в 8,9 раз (18 491 260/2 081 776), что привело к сокращению доли оборотных активов в балансе предприятия с 87,27% (14 268 390/16 350 166*100) до 38,56% (11 606 646/30 097 906*100). Значительный рост доли внеоборотных активов в 2022 году в основном представлен увеличением размера основных средств на 15 820 686 тыс. руб., что произошло из-за проведения реконцепции магазинов сети по всей России и открытия магазинов нового формата, которые также требовали значительных финансовых вложений.

Далее следует рассмотреть источники финансирования ООО «АромаЛюкс» в период с 2020 по 2022 годы, которые представлены в пассиве баланса (таблица 10).

Таблица 10 – Динамика пассива ООО «АромаЛюкс» за 2020-2022 годы

В тысячах рублей

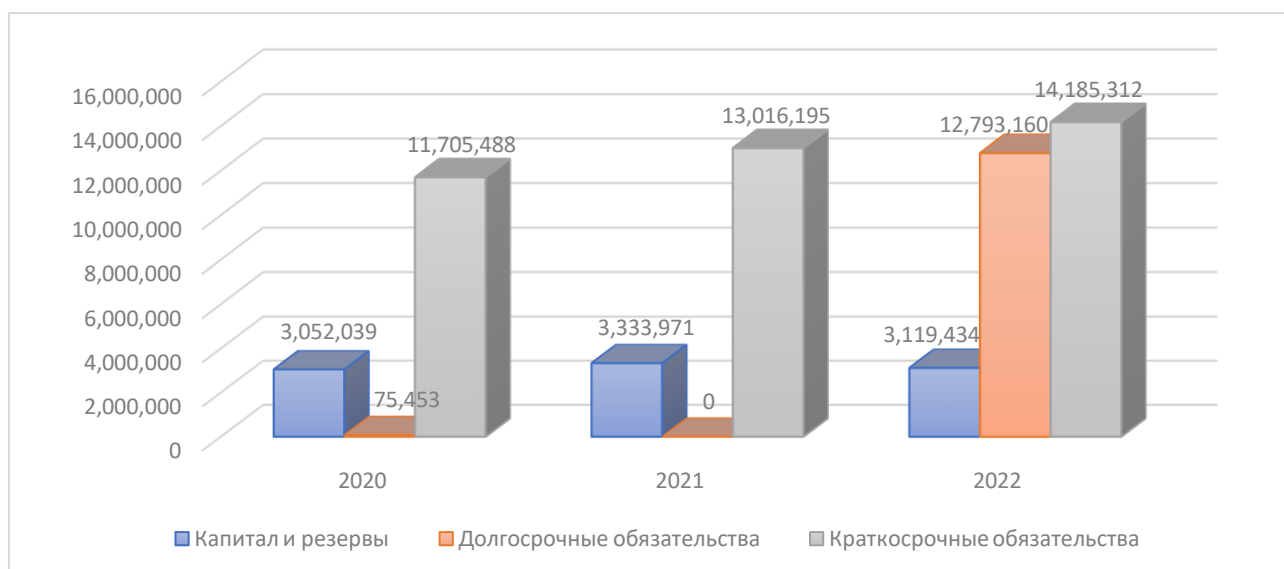
Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение		Темп прироста, %	
				2021 к 2020	2022 к 2021	2021 к 2020	2022 к 2021
III. Капитал и резервы							
Уставный капитал	9 020	9 020	9 020	–	–	–	–
Нераспределенная прибыль	3 043 019	3 324 951	3 110 414	281 932	-214 537	9,26	-6,45
Итого по разделу III	3 052 039	3 333 971	3 119 434	281 932	-214 537	9,24	-6,43
IV. Долгосрочные обязательства							
Отложенные налоговые обязательства	75 453	–	–	-75 453	–	-100,00	–
Прочие долгосрочные обязательства	–	–	12 793 160	–	12 793 160	–	–
Итого по разделу IV	75 453	–	12 793 160	-75 453	12 793 160	-100,00	–
V. Краткосрочные обязательства							
Заёмные средства (краткосрочные)	4 195 052	4 822 148	4 794 936	627 096	-27 212	14,95	-0,56
Кредиторская задолженность	7 326 989	7 998 369	5 647 803	671 380	-2 350 566	9,16	-29,39
Доходы будущих периодов	–	–	3 737	–	3 737	–	–
Оценочные обязательства	183 363	195 678	197 521	12 315	1 843	6,72	0,94

Окончание таблицы 10

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение		Темп прироста, %	
				2021 к 2020	2022 к 2021	2021 к 2020	2022 к 2021
Прочие краткосрочные обязательства	84	–	3 541 315	-84	3 541 315	-100,00	–
Итого по разделу V	11 705 488	13 016 195	14 185 312	1 310 707	1 169 117	11,20	8,98
Баланс	14 832 980	16 350 166	30 097 906	1 517 186	13 747 740	10,23	84,08

Источник: составлено автором

По данным представленным в таблице 10 можно отметить рост объемов источников финансирования ООО «АромаЛюкс» в 2021 году относительно 2020 на 10,23% и в 2022 году в сравнении с 2021 на 84,08%.



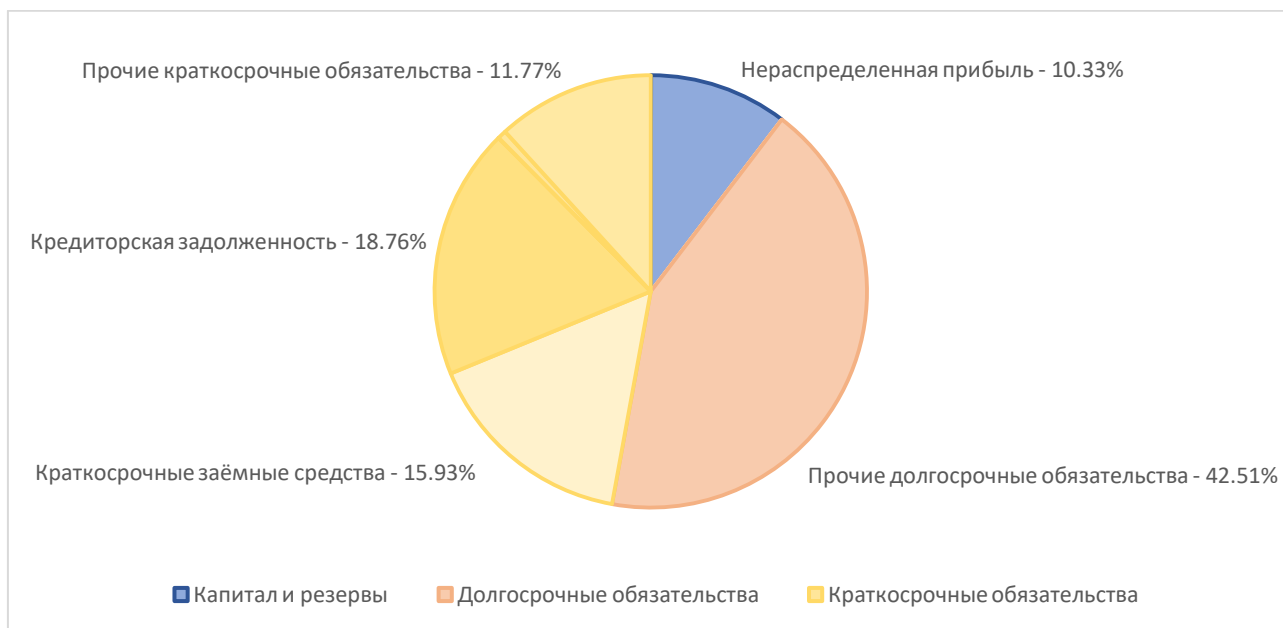
Источник: составлено автором

Рисунок 22 – Динамика пассивов ООО «АромаЛюкс» за 2020-2022 годы, тыс. руб.

Исходя из данных рисунка 22 можно заметить увеличение размера собственного капитала в 2022 году на 2,21% ($(3\,119\,434/3\,052\,039 \cdot 100) - 100$) по сравнению с 2020 годом. Одновременно, отмечается стремительный рост долгосрочных обязательств в 2022 году в относительно 2020 года, что свидетельствует о увеличении уровня финансовой зависимости ООО «АромаЛюкс» от внешних кредиторов.

Так же необходимо отметить рост краткосрочных обязательств в 2021 на 11,20% по сравнению с 2020 и в 2022 относительно 2021 на 8,98%, что может негативно повлиять на текущую ликвидность анализируемого предприятия.

Далее стоит рассмотреть структуру активов ООО «АромаЛюкс» в 2022 году (рисунок 23).



Источник: составлено автором

Рисунок 23 – Структура пассивов ООО «АромаЛюкс» за 2022 год, %

Таким образом можно заметить, что структура пассивов в 2022 году претерпела значительные изменения из-за увеличения размера долгосрочных обязательств, в виде расчетов с некоторыми поставщиками и подрядчиками, согласно договора поставки на реализацию и банковскими организациями, благодаря чему их доля в структуре пассивов выросла до 42,51% ($12\,793\,160 / 30\,097\,906 * 100$), что на 42% ($42,51 - (75\,453 / 148\,329,80)$) больше, чем в 2020 году. Стоит заметить, что доля собственных средств в 2022 году сократилась до 10,36% ($3\,119\,434 / 30\,097\,906 * 100$), что на 10,22% ($10,36 - (3\,052\,039 / 14\,831\,980)$) меньше, чем в 2020 и на 10,03% ($10,36 - (3\,333\,971 / 16\,350\,166)$), чем в 2021, а на краткосрочные обязательства в 2022 году в свою очередь приходилось 47,13% ($14\,185\,312 / 30\,097\,906 * 100$), что на 31,79% ($47,13 -$

(11 705 488/14 832 980)) меньше, чем в 2020 году и на 32,48% (47,13 – (13 016 195/16 350 166), чем в 2021.

Таким образом, ООО «АромаЛюкс» успешно развивается, являясь одним из лидеров в сфере розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией на территории России, но компании стоит пристально следить за размером дебиторской задолженности и своевременностью ее погашения, так как это способствует увеличению размеров краткосрочных и долгосрочных обязательств из-за нехватки собственных средств для расчетов с поставщиками, обновления основных средств и развития собственных торговых марок.

Далее для оценки финансового состояния необходимо провести группировку баланса и оценить его ликвидность.

Таблица 11 – Группировка баланса ООО «АромаЛюкс» за 2020 – 2022 годы

В тысячах рублей

Актив	2020	2021	2022	Пассив	2020	2021	2022
A1	1 388 391	2 551 710	2 348 424	П1	7 326 989	7 998 369	5 647 803
A2	2 566 645	2 992 408	1 540 343	П2	4 378 499	5 017 826	8 533 772
A3	8 508 508	8 724 272	7 717 879	П3	75 453	0	12 793 160
A4	2 369 436	2 081 776	18 491 260	П4	3 052 039	3 333 971	3 123 171
Итого	14 832 980	16 350 166	30 097 906	Итого	14 832 980	16 350 166	30 097 906
Платежеспособный излишек или недостаток							
2019		2020		2021			
-5 938 598		-5 446 659		-3 299 379			
-1 811 854		-2 025 418		-6 993 429			
8 433 055		8 724 272		-5 075 281			
-682 603		-1 252 195		15 368 089			

Источник: составлено автором

В соответствии с таблицей 11 можно сделать вывод, что баланс предприятия не является абсолютно ликвидным, так как на протяжении 3 лет не соблюдаются неравенства $A1 \geq П1$ и $A2 \geq П2$, которые говорят о том, что предприятие не в состоянии погасить как срочные обязательства за счет

собственных средств, так и краткосрочные обязательства за счет быстро реализуемых активов.

Также стоит отметить, что в 2022 году в анализируемом периоде были впервые нарушены неравенства $A3 \geq П3$, $A4 \leq П4$, что свидетельствует о том, что у ООО «АромаЛюкс» появились проблемы с платежеспособностью, что также стало одной из причин абсолютной не ликвидности баланса.

Для качественной оценки платёжеспособности ООО «АромаЛюкс» необходимо провести анализ коэффициентов ликвидности предприятия (таблица 12).

Таблица 12 – Анализ ликвидности баланса ООО «АромаЛюкс» за 2020 – 2022 годы

Показатели	Значение		2020	2021	2022	Абсолютное отклонение		Темп прироста, %	
	отраслевое	нормативное				2021 к 2020	2022 к 2021	2021 к 2020	2022 к 2021
Коэффициент текущей ликвидности	$\geq 2,42$	1 – 2	1,07	1,10	0,82	0,03	-0,28	2,80	-25,46
Коэффициент срочной ликвидности	$\geq 1,01$	0,7 – 1,5	0,34	0,43	0,27	0,09	-0,16	26,47	-37,21
Коэффициент абсолютной ликвидности	$\geq 0,25$	0,2 – 0,5	0,12	0,19	0,17	0,07	-0,02	58,33	-10,53
Общий показатель ликвидности баланса предприятия	$\geq 0,79$	≥ 1	0,55	0,64	0,40	0,09	-0,24	16,36	-37,50

Источник: составлено автором

Исходя из данных таблицы 12 можно отметить, что в период с 2020 по 2021 годы значение коэффициента текущей ликвидности соответствует пределам нормативного значения и имеет положительную динамику к увеличению, что свидетельствует о рациональном использовании средств предприятия, а в 2022 году значение данного коэффициента не входит в пределы нормативный

значений, что говорит о том, что предприятие утратило способность к погашению своих текущих обязательств за счет оборотных средств.

Коэффициент быстрой ликвидности на протяжении трех лет не входит в пределы нормативных значений, что говорит о том, что ООО «АромаЛюкс» не имеет возможности погашать свои краткосрочные обязательства за счет продажи ликвидных активов.

Коэффициент абсолютной ликвидности на протяжении всего рассматриваемого периода ниже нормативных значений, что говорит о отсутствии способности к погашению текущих обязательств за счет денежных средств, средств на расчётных счетах и краткосрочных финансовых вложений.

Комплексный показатель ликвидности ООО «АромаЛюкс» в течение 3 лет был ниже как нормативного, так и отраслевого значения, что также говорит о неспособности предприятия стабильно оплачивать свои счета.

Таким образом, анализируя показатели платежеспособности, можно говорить о значительном ухудшении значений, особенно, в 2022 году, что свидетельствует о появления финансовых рисков.

Далее необходимо рассмотреть показатели финансовой устойчивости предприятия (таблица 13).

Таблица 13 – Показатели финансовой устойчивости ООО «АромаЛюкс» за 2020 – 2022 годы

Показатель	Значение		2020	2021	2022	Абсолютное отклонение		Темп прироста, %	
	отраслевое	нормативное				2021 к 2020	2022 к 2021	2021 к 2020	2022 к 2021
Коэффициента автономии	≥ 0,26	0,5 – 0,7	0,21	0,20	0,10	-0,01	-0,10	-4,76	-50,00
Коэффициента финансовой устойчивости	≥ 0,75	0,8 – 0,9	0,21	0,20	0,53	-0,01	0,33	-4,76	165,00
Коэффициента финансовой зависимости	≥ 0,6	0,5 – 0,8	0,79	0,80	0,90	0,01	0,10	1,27	12,50
Коэффициент маневренности	≥ 0,2	0,2 – 0,5	0,25	0,38	-0,83	0,13	-1,21	52,00	-318,42

Окончание таблицы 13

Показатель	Значение		2020	2021	2022	Абсолютное отклонение		Темп прироста, %	
	отраслевое	нормативное				2021 к 2020	2022 к 2021	2021 к 2020	2022 к 2021
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	≥ 0,39	0,1 – 0,5	0,06	0,09	-0,22	0,03	-0,31	50,00	-344,44
Коэффициент финансирования	≥ 0,35	≥ 1	0,26	0,26	0,12	–	-0,14	–	-53,85
Коэффициент финансовой напряженности	≤ 0,5		4,89	4,90	9,65	0,04	4,75	0,82	96,94

Источник: составлено автором

Коэффициент автономии ООО «АромаЛюкс» на протяжении всего рассматриваемого периода не соответствует нормальным значениям и имеет отрицательную динамику к снижению, что говорит об отсутствии возможности рассчитаться по всем имеющимся обязательствам за счет собственных средств.

Коэффициент финансовой устойчивости ООО «АромаЛюкс» также не достигает пределов нормативных значений, что говорит о том, что компания зависит от внешних источников, но стоит заметить, что в 2022 году наблюдается положительная динамика к увеличению.

Коэффициент финансовой зависимости соответствует как отраслевому, так и нормативному значениям, что говорит о приемлемом соотношении собственного и заемного капитала. Стоит отметить, что в 2022 году значение показателя было выше отраслевого на 0,3 (0,9-0,6) и на 0,1 (0,9-0,8) нормативного, что свидетельствует о сильной зависимости организации.

Коэффициент маневренности в период с 2020 по 2021 годы был в пределах нормативных значений и имел положительную динамику к увеличению, но в 2022 году сократился на 1,21 по сравнению с 2021 годом и имел отрицательное значение, что свидетельствует о низкой финансовой устойчивости и высокой финансовой зависимости от внешних источников.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами не входит в рамки нормативных значений, а к 2022 году, вовсе, имеет отрицательное значение, что говорит о критическом финансовом состоянии компании.

Коэффициент финансирования на протяжении всего рассматриваемого периода не соответствует нормативным значениям и имеет отрицательную динамику к снижению, что свидетельствует о том, что большая часть имущества предприятия сформирована из заемных средств, а также увеличивается риск возникновения неплатёжеспособности.

Коэффициент финансовой напряженности имеет значения гораздо выше нормативных, что говорит о высокой зависимости от внешних финансовых источников.

Таким образом, можно сделать вывод, что финансовая устойчивость ООО «АромаЛюкс» значительно ухудшилась к 2022 году.

Следующим этапом оценки финансового положения предприятия является расчет коэффициентов деловой активности ООО «АромаЛюкс» (таблица 14).

Таблица 14 – Оценка деловой активности ООО «АромаЛюкс» за 2020 – 2022 годы

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение		Темп прироста, %	
				2021 к 2020	2022 к 2021	2021 к 2020	2022 к 2021
Коэффициент оборачиваемости активов	2,02	2,10	1,19	0,08	-0,91	3,96	-43,33
Длительность оборота активов, дни	177,88	171,77	302,09	-6,11	130,32	-3,44	75,87
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	2,41	2,40	3,09	-0,01	0,69	-0,42	28,75
Длительность оборота оборотных активов, дни	149,47	149,90	116,49	0,43	-33,41	0,29	-22,29
Коэффициент оборачиваемости запасов	3,53	3,93	4,66	0,40	0,73	11,33	18,58
Длительность оборота запасов, дни	101,97	91,53	77,28	-10,44	-14,25	-10,24	-15,57
Коэффициент отдачи собственного капитала	9,84	10,28	11,50	0,44	1,22	4,47	11,87

Окончание таблицы 14

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение		Темп прироста, %	
				2021 к 2020	2022 к 2021	2021 к 2020	2022 к 2021
Длительность отдачи собственного капитала, дни	36,60	35,03	31,31	-1,57	-3,72	-4,29	-10,62
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	11,70	11,45	23,29	-0,25	11,84	-2,14	103,41
Срок погашения дебиторской задолженности, дни	30,78	31,44	15,46	0,66	-15,98	2,14	-50,83
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	4,10	4,28	6,35	0,18	2,07	4,39	48,36
Срок погашения кредиторской задолженности, дни	87,87	84,03	56,69	-3,84	-27,34	-4,37	-32,54

Источник: составлено автором

Исходя из таблицы 14 можно увидеть, что коэффициент оборачиваемости активов ООО «АромаЛюкс» в 2022 по сравнению с 2021 годом сократился на 0,91, что свидетельствует о падении общего объема продаж в 2022 году, что значительным образом сказалось на показателе длительности оборота активов, который увеличился на 130 дней.

Коэффициент оборачиваемости оборотных активов на протяжении трех лет был больше 1 и имел положительную динамику к увеличению, особенно в 2022 году, что говорит о увеличении спроса на продукцию ООО «АромаЛюкс», также это подтверждается сокращением показателя длительности оборота оборотных активов в 2022 году на 33 дня по сравнению с 2021.

Коэффициент оборачиваемости запасов на протяжении трех лет имел положительную динамику к увеличению, что свидетельствует о увеличении продаж.

Коэффициент отдачи собственного капитала в анализируемом периоде имеет положительную динамику к увеличению, что свидетельствует о эффективном использовании собственных средств.

Оборачиваемость дебиторской задолженности увеличилась на 103,41% в 2022 году в сравнении с 2021 годом, что говорит о росте количества своевременно погашенных задолженностей со стороны контрагентов ООО

«АромаЛюкс». Данный факт подтверждается, сокращением срока погашения дебиторской задолженности на 16 дней в 2022 году по сравнению с 2021.

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности также имеет положительную тенденцию к увеличению в 2022 году, что свидетельствует об улучшении платежной дисциплины ООО «АромаЛюкс».

Далее необходимо рассчитать показатели рентабельности предприятия (таблица 15).

Таблица 15 – Динамика показателей рентабельности/убыточности ООО «АромаЛюкс» за 2020 – 2022 годы

В процентах

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение		Темп прироста, %	
				2021 к 2020	2021 к 2020	2021 к 2020	2021 к 2020
Рентабельность основной деятельности	0,23	1,41	1,71	1,26	0,30	513,04	21,27
Рентабельность продаж по чистой прибыли	0,15	0,82	0,90	0,67	0,08	446,67	9,76
Рентабельность/убыточность продукции	-1,51	1,89	8,48	3,40	6,59	225,17	348,68
Рентабельность активов	0,30	1,72	1,07	1,42	-0,65	473,33	-37,79
Рентабельность собственного капитала	1,46	8,46	10,34	7,00	1,88	479,45	22,22
Рентабельность заемного капитала	1,06	5,85	6,73	4,79	0,88	451,89	15,04

Источник: составлено автором

Таким образом, исходя из таблицы 16 можно увидеть, что рентабельность основной деятельности на протяжении анализируемого периода имела положительную тенденцию к увеличению, что свидетельствует о эффективности как основной деятельности ООО «АромаЛюкс», так распределения расходов.

Рентабельность продаж в 2022 году увеличилась на 9,76% по сравнению с 2021 годом, также можно отметить увеличение рентабельности продукции в 2022 году на 348,68% по сравнению с 2021 годом. Это свидетельствует о том, что темпы роста выручки опережают темпы роста затрат.

Рентабельность активов в 2022 году уменьшилась на 0,65%, что главным образом связано со снижением оборачиваемости активов, которое было рассмотрено ранее.

Рентабельность собственного капитала в период с 2020 по 2022 годы показала хороший рост на 8,88% (10,34-1,46), что говорит об эффективности работы, выполняемой предприятием.

Рентабельность заемного капитала к 2022 году имеет положительную тенденцию к росту, что говорит об эффективном управлении заемными средствами.

Таким образом, заключительным этапом анализа станет оценка финансовой составляющей ООО «АромаЛюкс» с помощью авторских методик на основе данных бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах компании. Стоит заметить, что данный вид оценки в рамках данной работы представляет преимущественный интерес и в отличие от комплексной оценки не подразумевает под собой использование данных, представляющих коммерческую тайну ООО «АромаЛюкс».

Так, оценку финансовой составляющей стоит начать применения авторского метода А. В. Шонхех (таблица 16).

Таблица 16 – Оценка уровня экономической безопасности ООО «АромаЛюкс» по авторскому подходу А. В. Шонхех, 2020-2022 годы

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение		Темп прироста, %	
				2021 к 2020	2021 к 2020	2021 к 2020	2021 к 2020
Коэффициент координации заемных и собственных средств	1,375	1,446	1,537	0,071	0,091	5,164	6,293
Коэффициент соотношения заемных средств и активов хозяйствующего субъекта	0,283	0,295	0,159	0,012	-0,136	4,240	-46,102
Коэффициент оценки уровня экономической безопасности хозяйствующего субъекта	0,389	0,427	0,245	0,038	-0,182	9,769	-42,623

Источник: составлено автором

По итогам расчетов, проведенных по авторскому подходу Анны Владимировны Шонхех, данная компания в период с 2020 по 2022 годы демонстрировала высокий уровень экономической безопасности. Также, важно заметить, что в 2022 году наблюдается положительная тенденция к снижению, о которой свидетельствует сокращение значения коэффициента оценки уровня экономической безопасности хозяйствующего субъекта на 42,6% по сравнению с 2021 годом.

Далее стоит провести оценку уровня экономической безопасности с помощью пятифакторной модели Эдварда Альтмана для частных компаний, не размещающих свои акции на фондовом рынке (таблица 17).

Таблица 17 – Оценка уровня экономической безопасности ООО «АромаЛюкс» по пятифакторной модели Э. Альтмана для частных компаний, 2020-2022 годы

Показатель	2020	2021	2022
X1	0,051	0,077	-0,086
X2	0,003	0,017	0,011
X3	0,009	0,019	0,015
X4	0,259	0,256	0,116
X5	2,024	2,096	1,192
$Z = 0,717 \times X1 + 0,847 \times X2 + 3,107 \times X3 + 0,420 \times X4 + 0,998 \times X5$			
Z	2,195	2,328	1,233

Источник: составлено автором

На основании полученных данных видно, что ООО «АромаЛюкс» в период с 2020 по 2022 годы находилось в зоне неопределенности, т.е. вероятность банкротства компании невысокая, но и исключать ее нельзя. Также стоит обратить внимание, на значение итогового показателя в 2022 году, которое приблизилось к границам красной зоны, что уже сейчас может являться поводом для беспокойства.

Исходя из результатов, полученных посредством использования авторских методик можно установить, что уровень экономической безопасности ООО

«АромаЛюкс» находится в пределах допустимых значений, что свидетельствует о том, что в краткосрочной перспективе вероятность банкротства минимальна.

Таким образом, для систематизации всего сказанного в данном пункте, целесообразным будет составить SWOT-анализ компании ООО «АромаЛюкс» (таблица 18).

Таблица 18 – SWOT-анализ розничного парфюмерно-косметического магазина «Рив Гош»

<p style="text-align: center;">SWOT-анализ парфюмерно-косметического розничного магазина ООО «АромаЛюкс»</p>	<p>Возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – расширение ассортимента продукции за счет отечественных брендов; – сотрудничество с блогерами и инфлюенсерами; – сделать раздел «Сделано в России» на сайте «Рив Гош» более заметным. 	<p>Угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрыв отношений с зарубежными брендами в связи с геополитической ситуацией; – нестабильность рынка из-за кризисных ситуаций; – высокий уровень инфляции; – снижение покупательской способности населения.
<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> – широкий ассортимент продукции от зарубежных брендов; – начало сотрудничества с брендами из ОАЭ, Китая, Индии и Турции в конце 2022 года; – высокая лояльность клиентов; – высококвалифицированный персонал и высокий уровень обслуживания; – высокое качество продукции; – благодаря основательному подходу к выбору брендов для сотрудничества «Рив Гош» имеет качественный портфель брендов, который по размеру значительно ниже крупнейших конкурентов; – широкая территория покрытия; 	<p>Сила и возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – расширение ассортимента продукции за счет отечественных брендов может привести к увеличению объема продаж и заметному росту прибыли; – внесение визуальных изменений на сайте, связанных с разделом «Сделано в России», может также положительно сказаться на объеме продаж и спросе на продукцию отечественных брендов; – сотрудничество с блогерами и инфлюенсерами окажет позитивное влияние на объем продаж как в офлайн, так и в онлайн формате, что также благоприятно сказаться на финансовых результатах компании. 	<p>Сила и угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрыв отношений с зарубежными брендами, представленными в Рив Гош, может негативно сказаться на объеме продаж, выручке и рентабельности компании; – нестабильность рынка может стать причиной снижения прибыли и высокой закредитованности бизнеса; – снижение покупательной способности может негативно сказаться на общем объеме продаж.

Окончание таблицы 18

<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> – привлекательные маркетинговые кампании; – наличие собственных торговых марок; – привлекательные локации и дизайн магазинов; – цены на продукцию в среднем на 3-5% ниже, чем у прямых конкурентов; – отсутствие риска покупки, фальсифицированной или контрафактной продукции зарубежных брендов. – сотрудничество с лучшими логистическими компаниями России, которые своевременно доставляют онлайн заказы покупателям; – рост показателя чистой прибыли на 1,6 млрд. руб. в 2022 году; – увеличение показателей рентабельности основной деятельности и продукции в период с 2020 по 2022 годы. 		
<p>Слабые стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> – недостаточная активность в социальных сетях. – низкая платежеспособность предприятия; – низкий уровень финансовой устойчивости 	<p>Слабость и возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – недостаточная активность в социальных сетях может быть нивелирована за счет появления постов в соавторстве с блогерами и инфлюенсерами; – расширение ассортимента продукции за счет отечественных брендов, их популяризации и снижение расходов на доставку могут помочь «Рив Гош» повысить платежеспособность и уровень финансовой устойчивости. 	<p>Слабость и угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – экономический кризис, снижение покупательской способности населения и разрыв отношений с зарубежными компаниями могут усугубить слабые стороны «Рив Гош», а также привести к убыткам.

Источник: составлено автором

Обобщая все сказанное ранее можно сделать вывод о том, что оценка финансовой составляющей экономической безопасности ООО «АромаЛюкс»

показала снижение показателей ликвидности, финансовой устойчивости и платежеспособности, что в свою очередь также негативно сказалось на уровне экономической безопасности предприятия в 2022 году. Таким образом, подтверждаются следующие сигналы наличия гипотезы о том, что «расширение ассортимента парфюмерно-косметической продукции за счет отечественных производителей позволит увеличить доходы парфюмерно-косметических розничных магазинов в условиях ухода с рынка зарубежных брендов»:

1. санкционное давление, ограничивающее присутствие России на мировой арене влияет не только на деятельность парфюмерно-косметической отрасли, но и на розничные парфюмерно-косметические магазины;

2. ограничение поставок продукции со стороны крупнейших парфюмерно-косметических корпораций в связи с введением санкций приводит к снижению финансовых показателей розничных парфюмерно-косметических магазинов.

Также, стоит заметить, что совокупность результатов исследования, проводимого в данной выпускной квалификационной работе из-за слабой изученности экономической безопасности парфюмерно-косметической отрасли (рисунок 6; 10; 11; 12) подтверждают гипотезу о том, что «внедрение рекордного пакета санкций и ограничение России на мировой арене, с одной стороны, создают угрозу для экономической безопасности парфюмерно-косметических отрасли, а с другой стороны, могут способствовать развитию отечественных производителей парфюмерно-косметической продукции».

2.3 Формулировка и обоснование гипотезы об угрозах экономической безопасности в розничной торговле парфюмерно-косметической продукции

В настоящий момент в данной работе было выявлено и подтверждено две гипотезы, которые звучат следующим образом:

1. внедрение исторически рекордного пакета санкций и ограничение России на мировой арене, с одной стороны, создают угрозу для экономической безопасности парфюмерно-косметических отрасли, а с другой стороны, могут

способствовать развитию отечественных производителей парфюмерно-косметической продукции;

2. расширение ассортимента парфюмерно-косметической продукции за счет отечественных производителей позволит увеличить доходы парфюмерно-косметических розничных магазинов в условиях ухода с рынка зарубежных брендов.

Стоит заметить, что актуальность ранее перечисленных гипотез с практической точки зрения подтверждается за счет следующих сигналов, выявленных в пунктах 1.3, 2.1 и 2.2:

1. российский рынок покидают крупнейшие парфюмерно-косметические корпорации на продукцию которых приходилось не менее 70% российского рынка, что в будущем может привести к снижению финансовых показателей розничных парфюмерно-косметических магазинов;

2. геополитическая неопределенность и ограничение присутствия России на мировой арене влияют не только на деятельность парфюмерно-косметической отрасли, но и на розничные парфюмерно-косметические магазины.

С научной точки зрения об актуальности ранее приведенных гипотез свидетельствует низкая заинтересованность и изученность экономической безопасности парфюмерно-косметической отрасли на микро- и мезоуровнях. Данный факт подтверждается в процессе проведения контент-анализа научных статей, написанных и опубликованных в России, объединенных тематикой исследования экономической безопасности парфюмерно-косметической промышленности, за последние пять лет (2018-2022 гг.). Массив научных статей составил 25 работ, отобранных неслучайным целевым образом, в названии научной статьи должно было обязательно присутствовать словосочетание «экономическая безопасность парфюмерно-косметической отрасли», а в случае отсутствия статей, подходящих по данному параметру, выборка расширялась до таких словосочетаний в названии, как «состояние парфюмерно-косметического рынка» или «проблемы парфюмерно-косметической отрасли» или «тенденции развития парфюмерно-косметического рынка розничной торговли», либо

наличия следующих ключевых слов «экономическая безопасность» или «санкции» или «фальсификация» или «контрафакт» или «импортозамещение» или «темпы развития» и «парфюмерно-косметическая отрасль» или «парфюмерно-косметический рынок» или «парфюмерно-косметические товары» или «косметика» или «парфюмерия». «Стандартная» научная статья в представленной выборке имела объем в среднем 6 страниц, при этом медиана и квартили $Me = 5$ (3; 6), минимальный объем работы – 2 страницы [41, 44], максимальный – 28 страниц [39]. Здесь стоит заметить, что количество библиографических источников в среднем составляло 6, при этом медиана и квартили $Me = 4$ (3; 6), минимальное количество источников – 0, а максимальное – 22, что соответствует работе с максимальным объемом [39].

В рамках контент-анализа рассматривались научные статьи, написанные в России, всего можно выделить 13 городов со следующим распределением (расположены по убыванию): Екатеринбург – 4; Красноярск – 3; Москва – 2; Санкт-Петербург – 2; Саратов – 2; Белгород – 1; Благовещенск – 1; Люберцы – 1; Ростов-на-Дону – 1; Самара – 1; Симферополь – 1; Тюмень – 1; Уфа – 1 и в 4 статьях не обозначено местоположение [23, 39, 41, 56]. Также стоит обратить внимание на организации, в которых были написаны научные работы, так как научными руководителями или соавторами статей выступали преподаватели данных учебных заведений. Наибольшее число написанных работ представлено в ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» – 4, ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева» – 3 и ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.» – 2, а наименьшее в таких организациях, как: АНО ВО «Национальный институт бизнеса» – 1; ГКОУ ВО «Российская таможенная академия» – 1; ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет» – 1; ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» – 1; ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ» – 1; ФГАОУ ВО «Российский Университет Дружбы Народов»

– 1; ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет» – 1; ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет» – 1; ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» – 1; ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет» – 1; ФГБОУ ВО «Уфимский государственный авиационный технический университет» – 1. Также стоит заметить, что есть работы, в которых не были указаны учебные заведения, на базе которых были написаны научные статьи [23, 25, 39, 41, 56].

Важно заметить, что из 25 анализируемых статей, в РИНЦ входит 17 работ, а степень ВАК имеют 3 статьи из выборки [36, 39, 64].

По объектам исследования все работы условно можно разделить по уровням экономической безопасности:

1. Мезоуровень (уровень региона) – 2 работы, из них посвящены:

– по 1 работе: Республика Крым [64], Донецкий регион [59].

2. Мезоуровень (уровень отрасли, рынка) – 10 работ, из них:

– 2 работы посвящены проблемам российской парфюмерно-косметической отрасли [25, 47];

– 2 работы направлены на определение тенденций развития российской парфюмерно-косметического рынка в России [41, 43];

– 6 работ направлено на оценку состояния российского парфюмерно-косметического рынка [22, 26, 31, 32, 39, 52].

3. Макроуровень (уровень государства) – 13 работ, из них:

– 1 работа посвящена оценке конкурентоспособности российской парфюмерно-косметической продукции [36];

– 1 работа направлена на изучение влияния логистических санкций на производство в сфере парфюмерно-косметической продукции [20];

– 1 работа посвящена изучению проблем импорта парфюмерно-косметической продукции в Россию [44];

– 3 работы представляют собой обзор импорта и экспорта парфюмерно-косметической продукции [23, 45, 56];

– 3 работы посвящены проблеме фальсификации парфюмерно-косметической продукции [34, 57, 60];

– 4 работы делают упор на выявление особенностей таможенного контроля фальсифицированных и контрафактных парфюмерно-косметических товаров [25, 53, 54, 55];

Анализ исследуемых научных статей показал, что в среднем они содержат по 2 вывода (пунктов научной новизны): $M_e = 2$ (1; 2), минимум 1, максимум 2. Всего 49 выводов.

Анализируя выводы отобранных статей можно сформулировать следующее:

1. Проблемы с логистикой серьезно усложнили поставки готовой косметики и сырья для ее изготовления, но отечественные компании прилагают все усилия для того, чтобы поднять уровень и качество производства косметики с помощью российского сырья и технологий [20, 25].

2. Распространение фальсифицированной и контрафактной парфюмерно-косметической продукции является угрозой не только для жизни и здоровья потребителей, но и для экономики России, в целом [31, 34, 57, 60].

3. Борьба с контрафактной парфюмерной и косметической продукцией главным образом должна происходить за счет информирования потребителей о наличии фальсифицированной продукции на внутреннем потребительском рынке путем объяснения правильных действий во время покупки этой группы товаров [34, 47, 57, 60].

4. Российский рынок парфюмерно-косметической продукции имеет положительную тенденцию развития, но параллельно с этим на нем происходит рост количества контрафактной и фальсифицированной парфюмерно-косметической продукции [22, 34, 47, 57, 59, 60].

5. Рынок парфюмерно-косметической продукции в России является нестабильным, но одним из перспективных, ориентированных на свойства и качество продукции [31, 41, 43, 52, 64].

6. В России растет спрос на отечественную парфюмерно-косметическую продукцию, но российские бренды в настоящий момент недостаточно разрекламированы, и большая часть продукции производится из импортного сырья, в этой связи импорт данных товаров продолжает оставаться стабильным [25, 39, 44, 45].

7. Основным драйвером роста российского парфюмерно-косметического рынка является инфляция, так как в реальных ценах объем рынка уменьшается, что снижает его инвестиционную привлекательность [28, 32, 43].

8. Российская косметика и парфюмерия имеет большие перспективы для дальнейшего роста и увеличения объемов экспорта [23, 56].

9. Российским производителям стоит рассмотреть переход на инновационную модель развития, что можно осуществить за счет исследования и анализа факторов успеха в отрасли, ассортимента, маркетинга и коммуникационной политики, вопросов продвижения бренда, путей производства инновационной продукции, а также пересмотреть всю систему управления качеством [25, 26, 36].

10. В борьбе против распространения контрафактной продукции ощутимый результат может дать выработка комплекса мер: повышение уровня знаний в вопросах защиты объектов интеллектуальной собственности среди работников таможенных органов, повышение качества проводимых досмотров, а также активное взаимодействие с правообладателями товарных знаков с целью получения от них необходимой информации, позволяющей выявлять контрафактную продукцию [53, 54, 55].

Можно заметить, что некоторые из вышеперечисленных выводов до сих пор являются актуальными и находятся на повестке дня в крупнейших российских парфюмерно-косметических компаниях.

В рамках данной работы посредством оценки состояния мирового и российского рынков парфюмерно-косметической продукции, выявления тенденций и особенностей розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией, а также оценки показателей финансово-хозяйственной

деятельности ООО «АромаЛюкс» в условиях структурных изменений подтверждено две гипотезы, которые тесно связаны между собой, в связи с чем грамотная реализация мер для решения одной из них соответственно повлияет на другую. Так как акцент в данной работе стоит на розничной торговле парфюмерно-косметической продукцией наиболее логичным представляется предложение мер для укрепления экономической безопасности розничной парфюмерно-косметической сети магазинов «Рив Гош», которое в дальнейшем окажет влияние на парфюмерно-косметическую отрасль в целом и парфюмерно-косметическую-промышленность в частности.

Важно заметить, что в 2022 году после введения рекордного количества санкций президент компании «Рив Гош» Эдгар Шабанов с целью сохранения должного уровня выручки привез в Россию продукцию 100 новых зарубежных брендов, а также в партнёрстве с руководителем отдела маркетинга и развития собственных марок Еленой Власовой активно занялся разработкой стратегии по выводу собственных торговых марок на международные рынки. И, казалось бы, что во внимание сотрудников не попали отечественные парфюмерно-косметические бренды, но это не так. В 2022 году портфель отечественных брендов также вырос с 37 до 77, где изначальные 37 брендов – это торговые марки, принадлежащие группе компаний «Рив Гош» из которых 8 принадлежит ООО «АромаЛюкс», а оставшиеся 40 брендов принадлежат независимым компаниям, с которыми «Рив Гош» ранее не сотрудничал.

Таким образом, в уже в конце 2022 года и по сей день доля отечественных брендов в общем портфеле «Рив Гош» составляет 11,3% $((77/684)*100)$, что уже не так мало, особенно, по сравнению, с данными на начало 2022 года, когда доля отечественных брендов была равна 5,8% $((37/640)*100)$. Стоит заметить, что в 2022 году портфель отечественных брендов пополнился главным образом, за счет компаний, которые давно доказали эффективность своей продукции, соответствовали требованиям «Рив Гош», а также имели желание и возможность начать сотрудничество с данной сетью. после подписания договоров.

Важно сказать, что сейчас, как и раньше «Рив Гош» сосредоточен на поиске новых зарубежных брендов, что в будущем должно сохранить уровень выручки компании, а также положительно сказаться на статусе компании. Но считаю важным заметить, что для сохранения уровня выручки в настоящий момент достаточно увеличить объем продаж парфюмерно-косметической продукции отечественных брендов, что можно сделать за счет изменения приоритизации вкладки «Сделано в России» на сайте. Данная правка, позволит покупателям узнать о существовании отечественной продукции в сети магазинов «Рив Гош», а также познакомиться с качественной продукцией российских брендов.

Кроме этого, необходимо особое внимание стоит сосредоточить на диверсификации брендов за счет отечественных производителей, так как никому неизвестно с какими потрясениями нам предстоит столкнуться в будущем. А увеличить долю российских брендов, качественно расширить целевую аудиторию и уменьшить расходы на логистику и никогда не будет лишним как для внутренних показателей компании, так и для финансовых.

В рамках данной работы для создания перспективного портфеля отечественных брендов для ООО «АромаЛюкс», был создан перечень отечественных брендов, которые в настоящее время присутствуют (Приложение В). Стоит заметить, что каждый бренд был рассмотрен в соответствии со следующими критериями:

- страна, которой принадлежит бренд;
- страна, производства продукции;
- год основания;
- направление деятельности.

Для получения достоверной информации использовались данные официальных аккаунтов и групп брендов, которые в дальнейшем сопоставлялись с данными карточек юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, представленных на сайте РБК и ресурсе БФО.

После чего был определен и проанализирован перечень отечественных брендов, входящих в портфель «Рив Гош», который позволил выявить основные требования к продукции. Стоит заметить, что кроме категории бренда, которая должна быть не ниже mass to masstige для «Рив Гош» очень важна эффективность продукции, реализацией которой ему предстоит заниматься. Именно поэтому в сети магазинов «Рив Гош» нельзя увидеть красивые баночки от блогеров или продукцию, которая имеет высокий спрос на маркетплейсах, но не имеет доказанной эффективности состава, что собственно и является одной из причин высокой лояльности покупателей.

Таким образом на основе вышеперечисленных критериев был разработан перспективный портфель отечественных брендов, который представлен в приложении В.

Хотелось бы сразу уточнить, что для того, чтобы не усложнять процесс работы уже существующим работникам, то необходимо увеличить штат сотрудников за счет категорийных менеджеров, которые будут заниматься:

- формированием ассортимента закрепленных российских брендов;
- управлением ассортимента и поставщиков;
- управлением ценообразованием в рамках ассортиментных категорий;
- оптимизацией коммерческих условий, закрепленных российских брендов.

Таким образом, хочется сказать, что «Рив Гош» в настоящей ситуации стоит концентрироваться не только на поиске новых зарубежных брендов, которые позволят укрепить статус более премиальной сети, реализующей продукцию категорий mass to masstige, middle и lux сегмента, но и рассмотреть вариант увеличения доли отечественных брендов в общем портфеле компании до 14,92% ($(107/717)*100$), так как за счет них может произойти существенное сокращение как коммерческих, так и управленческих расходов.

В завершении данного пункта, стоит заметить, что в рамках рынка розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией в настоящее время существует значительное количество сигналов о наличии угроз экономической

безопасности. В рамках данного пункта были сформулированы и обоснованы гипотезы наличия проблем, которые уже сейчас требуют грамотного подхода к их устранению. Стоит заметить, что реализация предложенных мер по нивелированию угроз экономической безопасности благоприятно скажется не только на ее уровне, финансовых показателях, товарообороте и рентабельности сети розничных парфюмерно-косметических магазинов «Рив Гош», но и на парфюмерно-косметической отрасли в целом.

Выводы по главе

В рамках второй главы были определены лидеры российского рынка розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией, которые занимают 63,13% доли рынка. Кроме этого были рассмотрены основные качественные и количественные показатели крупнейших парфюмерно-косметических розничных сетей таких, как «Л'Этуаль», «Золотое Яблоки», «Рив Гош», «Подружка» и ««Ile de Beauté», что позволило выявить современные тенденции и особенности розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией.

Рассматривая технико-экономическую характеристику «Рив Гош» (ООО «АромаЛюкс»), занимающего 11,29 доли рынка, можно отметить, что выручка предприятия в 2022 году увеличилась на 4,67%, что на 9,48% меньше, чем в 2021 году. Также, стоит отметить сокращение показателя полной себестоимости продукции на 1,68 к 2022 году по сравнению с 2021 годом. Важно заметить, что такая динамика главным образом связана с ажиотажным спросом на продукцию весной 2022 года и сокращением объемов продаж в оставшемся периоде 2022 года, что было вызвано уходом зарубежных брендов и резким ростом цен на продаваемую продукцию из-за скачков валютных курсов, которые оказывали прямое воздействие на закупочные цены и стоимость логистики.

Отмечается также положительная динамика к росту показателей прибыли от продаж на 340,36% и чистой прибыли на 14,15% в анализируемом периоде из-за вышеперечисленных факторов.

Кроме того, отмечается увеличение показателей рентабельности (рентабельность продаж и рентабельности продукции) к 2022 году, что говорит об увеличении экономической эффективности ООО «АромаЛюкс».

Стоит обратить внимание на снижение показателя фондоотдачи в 2022 году на 22,47 руб./руб. по сравнению с 2021 и увеличение значения показателя фондоемкости в этом же периоде на 0,44 руб./руб., что отрицательно характеризует финансовое состояние предприятия. Также об этом свидетельствует показатель рентабельности активов, который в 2022 году имел отрицательную динамику к снижению по сравнению с 2021 годом.

На снижение финансовой эффективности предприятия влияют следующие факторы: предприятие не имеет способность к погашению своих текущих (краткосрочных) обязательств за счет только оборотных средств. Также предприятие не имеет способность погашать свои краткосрочные обязательства за счет продажи ликвидных активов.

Кроме того, у предприятия отсутствует способность погашать текущие обязательства за счет денежных средств, средств на расчётных счетах и краткосрочных финансовых вложений.

Отметим, что ООО «АромаЛюкс» полностью зависим от заемного капитала. Также данная компания имеет финансовую зависимость и не может оставаться платежеспособным в долгосрочной перспективе.

В целом, подводя итоги анализа можно сделать вывод о том, что оценка финансовой составляющей экономической безопасности ООО «АромаЛюкс» показала снижение показателей ликвидности, финансовой устойчивости и платежеспособности, что в свою очередь также негативно сказалось на уровне экономической безопасности предприятия в 2022 году.

Также, на основе всего проведенного анализа были выявлены и подтверждены гипотезы о существовании проблем, которые уже сейчас необходимо нивелировать:

1. расширение ассортимента парфюмерно-косметической продукции за счет отечественных производителей позволит увеличить доходы парфюмерно-

косметических розничных магазинов в условиях ухода с рынка зарубежных брендов;

2. внедрение рекордного пакета санкций и ограничение России на мировой арене, с одной стороны, создают угрозу для экономической безопасности парфюмерно-косметической отрасли, а с другой стороны, могут способствовать развитию отечественных производителей парфюмерно-косметической продукции.

3 Пути укрепления экономической безопасности парфюмерно-косметических розничных магазинов

3.1 Направления улучшения экономической безопасности парфюмерно-косметических розничных магазинов

Для снижения влияния внешних угроз на экономическую безопасность сети розничных магазинов парфюмерно-косметической продукции ООО «АромаЛюкс» необходимо прибегнуть к диверсификации бренд-портфеля за счет российских брендов, производящих качественную продукцию и соответствующих критериям «Рив Гош». Стоит заметить, что данное мероприятие главным образом окажет влияние на показатели выручки, товарооборота и рентабельности, а также может способствовать увеличению количества потребителей и укреплению статуса премиальной сети.

Целесообразность мероприятия подтверждается геополитической неопределенностью и тенденцией ухода с рынка зарубежных корпораций, которая стала следствием санкционного давления усилившегося после 24 февраля 2022 года.

Стоит заметить, что для успешной реализации данного мероприятия в рамках предприятия «Рив Гош» необходимо освещать появление новых отечественных брендов, а также способствовать популяризации продукции новых контрагентов, что возможно сделать посредством:

- создания публикаций в соавторстве с новыми российскими брендами, в которых кратко, но доступно доносится информация о истории, философии бренда, а также о составе и производстве продукции;
- дублирования информативного контента о новых брендах в социальные сети, которые сосредоточены не на визуальной составляющей;
- репостов качественных публикаций покупателей, в чьей потребительской корзине есть отечественная продукция.

План режима продвижения представлен в таблице 19.

Таблица 19 – План режима рекламы ООО «АромаЛюкс»

Средства и способы продвижения	Параметры режима рекламы	
	Мощность	Цикличность
создание публикаций в соавторстве с новыми российскими брендами	1 пост	1 раз после появления продукции бренда на официальном сайте
дублирование информативного контента о новых брендах в социальные сети без фотографий		
репост качественных публикаций покупателей	до 8 публикаций в день	ежедневно

Источник: составлено автором

Стоит заметить, что данные способы не имеют стоимости, но эффект могут иметь значительный так как публикации, созданные в соавторстве, увидит, как аудитория «Рив Гош», так и подписчики одного из новых брендов. Репосты публикаций, в свою очередь, благоприятно скажутся на количестве продаж, так как по статистике 75% клиентов при выборе той или иной продукции ориентируются на отзывы людей, а этот способ сокращает им путь поиска отзывов.

Вопросами оформления и публикации контента будет заниматься штатный SMM-менеджер, так как данные мероприятия не требуют значительных временных затрат. График размещения публикаций в соавторстве с новыми российскими брендами и дублирования информативного контента о новых брендах в другие социальные сети «Рив Гош» представлен в таблице 20.

Таблица 20 – График размещения публикаций

Бренд	Направленность	Дата
81oils	уходовая косметика для волос	01.07.2023
Lab Fragrance	селективной парфюмерии	04.07.2023
Grower Cosmetics	эко-косметика для лица и тела	07.07.2023
Kristall Minerals Cosmetics	минеральная декоративная косметика	10.07.2023
Ohskin	уходовая косметика для тела	13.07.2023
Parfums Constantine	парфюмерия	16.07.2023
Anna Karamova Skin	уходовая косметики для лица	19.07.2023

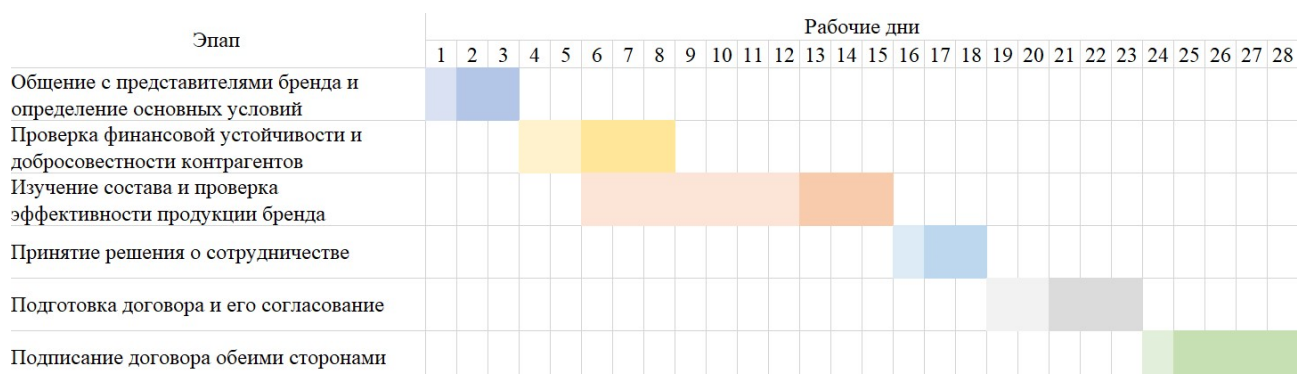
Окончание таблицы 20

Бренд	Направленность	Дата
Charonika	уходо­вая аро­ма­те­ра­пев­ти­че­ская кос­ме­ти­ка для тела	22.07.2023
M22 Professional Hand Care	уходо­вая кос­ме­ти­ка для рук	25.07.2023
Annbeauty	декоративная кос­ме­ти­ка и кисти для макияжа	28.07.2023
Resedaodor	молекулярная уходо­вая кос­ме­ти­ка для лица и тела	30.07.2023
Bo&Zhur	пар­фю­ме­рия	02.08.2023
Uraala	уходо­вая кос­ме­ти­ка для лица, волос и тела	05.08.2023
Mischa Vidyaev	декоративная и уходо­вая кос­ме­ти­ка для лица	08.08.2023
Prosto Cosmetics	уходо­вая кос­ме­ти­ка для лица и тела	11.08.2023
Sergey Naumov	декоративная кос­ме­ти­ка	14.08.2023
Anna Sharova	уходо­вая кос­ме­ти­ка для лица, волос и тела	17.08.2023
Fakoshima	нишевая пар­фю­ме­рия и оптика	20.08.2023
El For U	уходо­вая кос­ме­ти­ка для лица и тела	23.08.2023
Philosophy By Alex Kontier	уходо­вая кос­ме­ти­ка для волос и тела	26.08.2023
Romanovamakeup	декоративная кос­ме­ти­ка	29.08.2023
Baikal Cosmetics	био­ди­на­ми­че­ская уходо­вая кос­ме­ти­ка для лица и тела	02.09.2023
Tonka Perfumes Moscow	пар­фю­ме­рия и уходо­вая кос­ме­ти­ка для тела.	05.09.2023
Emvy	натуральная уходо­вая кос­ме­ти­ка для лица и тела	08.09.2023
Kinsley	уходо­вая кос­ме­ти­ка для волос	11.09.2023
Shik	декоративная и уходо­вая кос­ме­ти­ка для лица	14.09.2023
Be.Sage	уходо­вая кос­ме­ти­ка для волос и тела	17.09.2023
Flame Moscow	нишевая пар­фю­ме­рия	20.09.2023
Jea Skin	уходо­вая кос­ме­ти­ка для лица и тела	23.09.2023
Maskoholic	натуральная уходо­вая кос­ме­ти­ка для лица	26.09.2023

Источник: составлено автором

Таким образом, подписчики ООО «АромаЛюкс» смогут ознакомиться с информацией о новых отечественных брендах в социальных сетях компании в течение трех месяцев. Стоит заметить, что планируется постепенное размещение продукции отечественных брендов на сайте, что в первую очередь, сделано с целью отсутствия путаницы у клиентов, заинтересовавшихся парфюмерно-косметической продукцией отечественных брендов и нежелания «Рив Гош» быть навязчивыми в плане рекламы. А во вторых, это связано с регламентом рассмотрения продукции, проверки компании и согласования условий перед

подписанием договора, который может занимать от 14 до 28 рабочих дней (рисунок 24).



Источник: составлено автором

Рисунок 24 – Диаграмма Ганта регламента «Рив Гош» по согласованию продукции новых контрагентов

Таким образом на рисунке 24, представлены возможные сроки, которые закладываются ООО «АромаЛюкс» для начала качественного сотрудничества с брендами.

Далее стоит рассмотреть вопрос, связанный с подбором персонала. В рамках, предложенного решения необходимо увеличить штат за счет категорийных менеджеров, которые будут заниматься управлением продукции новых отечественных брендов. Для привлечения сотрудников на данную должность планируется опубликовать вакансию на hh.ru, в которой будут указаны требования: высшее образование, опыт работы в ритейле не менее 2-х лет, знание товароведения, мерчандайзинга, логистики, а также хорошее знание офисных программ. В свою очередь со стороны предприятия будут предложены следующие условия:

- оформление и все гарантии по ТК РФ;
- график работы: с понедельник по пятницу 09:30-18:00;
- компенсацию питания;
- возможности профессионального и карьерного роста;
- заработную плату: 70 000 рублей.

Рассчитаем баланс рабочего времени на одного рабочего (таблица 21).

Таблица 21 – Баланс рабочего времени одного категорийного менеджера в год

Наименование показателя, единицы измерения	Показатели
1. Календарный фонд времени, дн.	365
в том числе	
- праздничные дни, дн.	14
- выходные дни, дн.	104
2. Номинальный фонд времени, дн.	247
3. Невыходы на работу	-
в том числе очередной отпуск, дн.	-
- отпуск учащимся, дн.	-
- по болезни, дн.	-
- декретный отпуск, дн.	-
- выполнение государственных и общественных обязанностей, дн.	-
4. Эффективный фонд, дн.	247
5. Номинальная продолжительность рабочего дня, час.	8,5
6. Эффективная продолжительность рабочего дня, час.	8,5
7. Эффективный фонд рабочего времени в год, час.	2099,5

Источник: составлено автором

Общая численность персонала, который необходимо нанять для качественной реализации предложенного мероприятия составляет 2 человека (таблица 22).

Таблица 22 – Расчет фонда оплаты труда нового персонала в месяц

В рублях

Наименование должности	Кол-во человек	Оклад	Итого ФОТ
Категорийный менеджер	2	70 000	140 000
Итого	2		140 000
Страховые взносы – 30%			42 000

Источник: составлено автором

Таким образом, общий фонд оплаты труда нанятых специалистов составит 140 тысяч рублей, а страховые взносы – 42 тысяч рублей.

Стоит заметить, что в рамках предложенного решения отсутствуют расходы на монтажные работы и оборудование, что связано с появлением свободного места в магазинах сети «Рив Гош» из-за ухода зарубежных брендов,

а отсутствие общепроизводственных расходов связано с тем, что в рамках решения не предусмотрено расширение торговых площадей, увеличение расходов на оплату коммунальных и арендных услуг.

Далее следует определить размер постоянных расходов ООО «АромаЛюкс», связанных с внедрением данного решения (таблица 23).

Таблица 23 – Прогноз постоянных расходов ООО «АромаЛюкс» на 2023 год по месяцам

В рублях

Месяц	Статья расходов	
	Заработная плата сотрудников	Страховые взносы
1	140 000	42 000
2	140 000	42 000
3	140 000	42 000
4	140 000	42 000
5	140 000	42 000
6	140 000	42 000
7	140 000	42 000
8	140 000	42 000
9	140 000	42 000
10	140 000	42 000
11	140 000	42 000
12	140 000	42 000
Год	1 680 000	504 000
Итого	2 184 000	

Источник: составлено автором

Также отдельное внимание стоит уделить определению наиболее важной статьи расходов ООО «АромаЛюкс», которая представляет себестоимость продукции, закупаемой ООО «АромаЛюкс» с целью реализации. Для расчета за основу были взяты показатели себестоимости продаж брендов, предлагаемых в рамках перспективного бренд-портфеля для «Рив Гош». Таким образом, был рассчитан показатель средней себестоимости от продаж, в котором в

дальнейшем была определена примерная доля себестоимости, покрытая одним розничным магазином (таблица 24).

Таблица 24 – Прогноз себестоимости продаж ООО «АромаЛюкс» на 2023 год по месяцам

В рублях

Месяц	Себестоимость продукции 30 брендов, представленных в перспективном портфеле отечественных брендов
1	6 886 144,23
2	15 493 824,52
3	24 101 504,80
4	25 823 040,86
5	25 835 952,38
6	26 105 938,08
7	26 132 044,02
8	26 405 123,88
9	26 933 226,36
10	27 269 891,69
11	27 282 326,76
12	28 373 619,83
Год	286 642 637,42

Источник: составлено автором

Так, на реализацию данного решения с учетом постепенного внедрения в ассортиментную линейку продукции новых брендов и найма нового персонала ООО «АромаЛюкс» необходимы затраты в размере 288 827 (286 643 + 2 184) тыс.руб., которые могут быть покрыты за счет чистой прибыли 2022 года, так как по данным отчета о финансовых результатах в 2022 году она составила 322 669 тыс. руб.

Стоит заметить, что выручка от реализации данной продукции составит около 376 418 тыс. руб., что связано с наценкой около 31%, где 20-25% – это обязательный процент, который прописывается в условиях договора, чтобы в розничных сетях стоимость продукции для покупателей не была ниже, чем у

производителей, а 6-11% – это процент, устанавливаемый розничным предприятием (таблица 25).

Таблица 25 – Прогноз выручки от продаж ООО «АромаЛюкс» на 2023 год по месяцам

В рублях

Месяц	Выручка от продаж продукции 30 брендов, представленных в перспективном портфеле отечественных брендов
1	9 042 868,33
2	20 346 453,73
3	31 650 039,14
4	33 910 756,22
5	33 927 711,60
6	34 282 256,18
7	34 316 538,44
8	34 675 146,27
9	35 368 649,19
10	35 810 757,31
11	35 827 087,01
12	37 260 170,49
Год	376 418 433,91

Источник: составлено автором

Подводя итоги данного пункта, можно сделать вывод, что для того, чтобы минимизировать негативные факторы, влияющие на экономическую безопасность ООО «АромаЛюкс», а также способствовать улучшению финансовой составляющей экономической безопасности и финансового состояния предприятия в целом необходимо произвести диверсификацию бренд-портфеля «Рив Гош» за счет 30 российских брендов, производящих качественную продукцию и соответствующих критериям «Рив Гош». Для того, чтобы получить от данного мероприятия видимый эффект, кроме затрат на продукцию необходимо прибегнуть к найму новых сотрудников и освещению появления новых отечественных брендов на полках сети и в онлайн-магазине.

3.2 Прогнозирование перспектив укрепления экономической безопасности розничного магазина парфюмерно-косметической продукции в условиях структурных изменений

В предыдущем пункте были рассчитаны расходы на диверсификацию бренд-портфеля «Рив Гош» за счет 30 российских брендов и способов увеличения эффективности данного решения. В приложении Г находится отчет о финансовых результатах, рассчитанный на 2023 год с учетом внедрения решения по диверсификации бренд-портфеля «Рив Гош» за счет отечественных брендов, а на 2024 год был построен прогноз с помощью пакета функций Microsoft Excel.

Для того, чтобы оценить эффективность деятельности оценим динамику основных экономических показателей ООО «АромаЛюкс» с учетом диверсификации бренд-портфеля за счет отечественных брендов (таблица 26).

Таблица 26 – Динамика основных экономических показателей ООО «АромаЛюкс» за 2022-2024 годы

В тысячах рублей

Показатель	2022	2023	2024	Абсолютное отклонение		Темп прироста, %	
				2023 к 2022	2023 к 2022	2023 к 2022	2024 к 2023
Выручка от продажи продукции	35 868 118	36 244 536	37 437 185	376 418	1 192 649	1,05	3,29
Полная себестоимость реализованной продукции	33 064 535	33 353 362	33 072 200	288 827	-281 162	0,87	-0,84
Затраты на 1 руб. реализованной продукции, руб.	0,92	0,92	0,88	–	-0,04	–	-4,35
Прибыль от продаж	2 803 583	2 891 174	4 364 985	87 591	1 473 811	3,12	50,98
Чистая прибыль	322 669	382 964	472 931	60 295	89 967	18,69	23,49
Рентабельность продаж, %	7,82	7,98	11,66	0,16	3,68	–	
Рентабельность чистых продаж, %	0,90	1,06	1,26	0,16	0,20		
Рентабельность продукции, %	8,48	8,67	13,20	0,189	4,53		

Источник: составлено автором

Так, в таблице 26 можно заметить увеличение полной себестоимости продаваемой продукции на 0,87% или 288 827 тыс. руб. в 2023 году оказывает

положительное влияние на выручку от продаж, прибыль от продажи чистую прибыль, которые увеличились на 1,05%, 3,12% и 2,24%. Также стоит обратить внимание на показатели рентабельности, которые также демонстрируют положительную динамику к увеличению в 2023 году после внедрения решения, что свидетельствует о том, что компания работает и продает эффективнее, чем раньше.

Далее необходимо рассчитать показатели рентабельности ООО «АромаЛюкс» после внедрения решения (таблица 27).

Таблица 27 – Динамика показателей рентабельности ООО «АромаЛюкс» за 2022 – 2024 годы

В процентах

Показатель	2022	2023	2024	Абсолютное отклонение		Темп прироста, %	
				2023 к 2022	2024 к 2023	2023 к 2022	2024 к 2023
Рентабельность основной деятельности	1,71	7,66	8,50	5,95	0,85	348,55	11,06
Рентабельность продаж по чистой прибыли	0,90	3,83	3,89	2,93	0,07	325,38	1,71
Рентабельность продукции	8,48	9,07	13,20	0,59	4,14	6,92	45,61

Источник: составлено автором

Таким образом, исходя из таблицы 27 можно увидеть, что в 2023 году после внедрения решения рентабельность основной деятельности составит 7,66%, рентабельность продаж составит 3,83%, рентабельность продукции составит 9,07% что в условиях санкционного давления и экономической нестабильности достаточно хороший результат.

Далее, стоит оценить финансовую составляющую ООО «АромаЛюкс» после внедрения рекомендаций по диверсификации бренд-портфеля за счет отечественных брендов с помощью авторских методик. Оценку финансовой составляющей стоит начать применения авторского метода А. В. Шонхех (таблица 28).

Таблица 28 – Оценка уровня экономической безопасности ООО «АромаЛюкс» по авторскому подходу А. В. Шохнех, 2022-2024 годы

Показатель	2022	2023	2024	Абсолютное отклонение		Темп прироста, %	
				2023 к 2022	2024 к 2023	2023 к 2022	2024 к 2023
Коэффициент координации заемных и собственных средств	1,537	1,508	1,552	-0,029	0,044	-1,896	2,926
Коэффициент соотношения заемных средств и активов хозяйствующего субъекта	0,159	0,159	0,135	–	-0,024	–	-15,284
Коэффициент оценки уровня экономической безопасности хозяйствующего субъекта	0,245	0,240	0,209	-0,005	-0,031	-2,091	-12,917

Источник: составлено автором

По итогам расчетов, проведенных по авторскому подходу А. В. Шохнех, можно заметить, что после внедрения решения по диверсификации бренд-портфеля уровень экономической безопасности ООО «АромаЛюкс» будет высоким, о чем свидетельствует положительная тенденция к снижению значения коэффициента оценки уровня экономической безопасности хозяйствующего субъекта в 2023 году на 2,09% по сравнению с 2022 годом.

Далее стоит провести оценку уровня экономической безопасности с помощью пятифакторной модели Эдварда Альтмана для частных компаний, не размещающих свои акции на фондовом рынке. Прогноз экономической безопасности на основе пятифакторной модели Э. Альтмана на 2023-2024 годы представлен в таблице 29.

Таблица 29 – Оценка уровня экономической безопасности ООО «АромаЛюкс» по пятифакторной модели Э. Альтмана для частных компаний, 2022-2024 годы

Показатель	2022	2023	2024
X1	-0,086	-0,084	-0,082
X2	0,011	0,013	0,014
X3	0,015	0,018	0,021
X4	0,116	0,118	0,123
X5	1,192	1,202	1,994
$Z = 0,717 \times X1 + 0,847 \times X2 + 3,107 \times X3 + 0,420 \times X4 + 0,998 \times X5$			
Z	1,233	1,256	1,264

Источник: составлено автором

На основании полученных данных видно, что ООО «АромаЛюкс» в период с 2022 по 2024 годы находится в зоне неопределенности, т.е. вероятность банкротства компании невысокая, но и исключать ее нельзя. Но стоит обратить внимание, что значения итогового показателя в анализируемом периоде имеют положительную динамику к увеличению, что свидетельствуют о снижении вероятности наступления банкротства.

Таким образом обобщая результаты, полученные посредством использования авторских методик, стоит заметить, что внедрение решения по диверсификации окажет положительное влияние на уровень экономической безопасности ООО «АромаЛюкс» как в краткосрочной, так и среднесрочной перспективе.

Также, в целях оценки успешности предложенного решения, следует рассчитать его эффективность.

$$Э = 472\,931 / 288\,827 = 1,64, \text{ где:}$$

– 472 931 тыс. руб. – чистая прибыль предприятия;

– 288 827 тыс. руб. – затраты, использованные для получения результата.

Эффективное решение не должно иметь индекс менее 1, в данном случае он составляет 1,64, что говорит о том, что решение можно и нужно внедрять, так как при минимальных расходах на внедрение мероприятий мы получаем не только нивелированные угрозы, но и финансово устойчивое предприятие, чистая прибыль которого в 2023 году будет иметь рост на 18,69% по сравнению с 2022 годом.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что предложенные решения по укреплению экономической безопасности ООО «АромаЛюкс» в условиях структурных изменений, является эффективным, так как позволит увеличить продажи, улучшить показатели эффективности деятельности, обеспечив укрепление экономической безопасности и конкурентоспособность «Рив Гош».

Выводы по главе

Подводя итоги третьей главы, можно сделать вывод, что для того, чтобы нивелировать негативное влияние внешних и внутренних угроз, оказывающих влияние на экономическую безопасность ООО «АромаЛюкс», а также повысить её уровень в целом, необходимо диверсифицировать бренд-портфель ООО «АромаЛюкс» за счет 30 отечественных брендов.

Диверсификация бренд-портфеля ООО «АромаЛюкс» за счёт отечественных брендов обеспечит не только положительную динамику основных экономических показателей, но и позволит повысить материальную мотивацию сотрудников за счёт бонусов с продаж, следовательно, гарантируется стабильность квалифицированного персонала, качество и эффективность их работы. Таким образом у сети розничных парфюмерно-косметических магазинов «Рив Гош» увеличатся продажи, улучшатся показатели эффективности деятельности, что поспособствует укреплению экономической безопасности и приращению конкурентоспособности.

Также данные рекомендаций являются вектором устойчивого развития парфюмерно-косметической отрасли, обеспечив укрепление экономической безопасности, как на микро-, так и на мезоуровнях.

Заключение

В рамках данной выпускной квалификационной работы был проведен анализ уровня экономической безопасности парфюмерно-косметических розничных магазинов и сети парфюмерно-косметических магазинов ООО «АромаЛюкс».

В рамках первой главы были рассмотрены теоретико-методические подходы к исследованию экономической безопасности розничной торговли. Также был проведен анализ различных подходов авторов к понятию экономической безопасности на макроуровне на основе которого были выявлены ключевые особенности и аспекты сущности данного понятия. Кроме этого были рассмотрены определения экономической безопасности на микро- и мезоуровнях, что позволило заметить, что авторы трактовок понятия «экономическая безопасность на мезоуровне» берут за основу обеспечение состояния экономической безопасности микроуровня, хотя регион (отрасль, промышленность) является самостоятельной экономической единицей связующей микро- и макроуровни.

Состояние экономической безопасности на разных ее уровнях основывается на определении совокупности критериев и показателей, отвечающих требованиям экономической безопасности и обеспечивающих защиту интересов личности, предприятия, отрасли и страны в целом. Также были проанализированы четыре основных подхода оценки экономической безопасности, кроме этого были изучены авторские методики, которые позволяют дополнить результаты оценки, полученные с применением одного из основных подходов. Стоит отметить, что не существует эталонного подхода оценки экономической безопасности, поэтому выбирать подход и методику следует исходя из целей конкретного предприятия. Также нельзя забывать о том, что от выбора системы показателей зависит степень адекватности полученных результатов, на основе которых в дальнейшем будет основываться создание комплекса мер по нивелированию внешних и внутренних угроз.

По результатам обзора мирового и российского рынков парфюмерно-косметической продукции, отмечено, что данный рынок является достаточно устойчивым к кризисным явлениям, возникающим на протяжении всего периода его функционирования.

В рамках второй главы были определены лидеры российского рынка розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией, которые занимают 63,13% доли рынка. Кроме этого были рассмотрены основные качественные и количественные показатели крупнейших парфюмерно-косметических розничных сетей таких, как «Л'Этуаль», «Золотое Яблоки», «Рив Гош», «Подружка» и ««Ile de Beauté», что позволило выявить современные тенденции и особенности розничной торговли парфюмерно-косметической продукцией.

Рассматривая технико-экономическую характеристику «Рив Гош» (ООО «АромаЛюкс»), занимающего 11,29 доли рынка, можно отметить, что выручка предприятия в 2022 году увеличилась на 4,67%, что на 9,48% меньше, чем в 2021 году. Также, стоит отметить сокращение показателя полной себестоимости продукции на 1,68 к 2022 году по сравнению с 2021 годом. Важно заметить, что такая динамика главным образом связана с ажиотажным спросом на продукцию весной 2022 года и сокращением объемов продаж в оставшемся периоде 2022 года, что было вызвано уходом зарубежных брендов и резким ростом цен на продаваемую продукцию из-за скачков валютных курсов, которые оказывали прямое воздействие на закупочные цены и стоимость логистики.

Отмечается также положительная динамика к росту показателей прибыли от продаж на 340,36% и чистой прибыли на 14,15% в анализируемом периоде из-за вышеперечисленных факторов.

Кроме того, отмечается увеличение показателей рентабельности (рентабельность продаж и рентабельности продукции) к 2022 году, что говорит об увеличении экономической эффективности ООО «АромаЛюкс».

Стоит обратить внимание на снижение показателя фондоотдачи в 2022 году на 22,47 руб./руб. по сравнению с 2021 и увеличение значения показателя

фондоемкости в этом же периоде на 0,44 руб./руб., что отрицательно характеризует финансовое состояние предприятия. Также об этом свидетельствует показатель рентабельности активов, который в 2022 году имел отрицательную динамику к снижению по сравнению с 2021 годом.

На снижение финансовой эффективности предприятия влияют следующие факторы: предприятие не имеет способность к погашению своих текущих (краткосрочных) обязательств за счет только оборотных средств. Также предприятие не имеет способность погашать свои краткосрочные обязательства за счет продажи ликвидных активов.

Кроме того, у предприятия отсутствует способность погашать текущие обязательства за счет денежных средств, средств на расчётных счетах и краткосрочных финансовых вложений.

Отметим, что ООО «АромаЛюкс» полностью зависим от заемного капитала. Также данная компания имеет финансовую зависимость и не может оставаться платежеспособным в долгосрочной перспективе.

В целом, подводя итоги анализа можно сделать вывод о том, что оценка финансовой составляющей экономической безопасности ООО «АромаЛюкс» показала снижение показателей ликвидности, финансовой устойчивости и платежеспособности, что в свою очередь также негативно сказалось на уровне экономической безопасности предприятия в 2022 году.

Также, на основе всего проведенного анализа были выявлены и подтверждены гипотезы о существовании проблем, которые уже сейчас необходимо нивелировать:

1. расширение ассортимента парфюмерно-косметической продукции за счет отечественных производителей позволит увеличить доходы парфюмерно-косметических розничных магазинов в условиях ухода с рынка зарубежных брендов;

2. внедрение рекордного пакета санкций и ограничение России на мировой арене, с одной стороны, создают угрозу для экономической безопасности парфюмерно-косметических отрасли, а с другой стороны, могут способствовать

развитию отечественных производителей парфюмерно-косметической продукции.

Подводя итоги третьей главы, можно сделать вывод, что для того, чтобы нивелировать негативное влияние внешних и внутренних угроз, оказывающих влияние на экономическую безопасность ООО «АромаЛюкс», а также повысить её уровень в целом, необходимо диверсифицировать бренд-портфель ООО «АромаЛюкс» за счет 30 отечественных брендов.

Отметим, что при внедрении диверсификации бренд-портфеля ООО «АромаЛюкс» за счет российских брендов и методов, способствующих увеличению эффективности данного решения в виде найма новых сотрудников и освещения новых отечественных брендов на полках сети и в онлайн-магазине – уровень основных экономических показателей ООО «АромаЛюкс» изменяется и имеет положительную динамику к увеличению. Таким образом у сети розничных парфюмерно-косметических магазинов «Рив Гош» увеличиваются продажи, улучшаются показатели эффективности деятельности, что способствует, обеспечению укрепления экономической безопасности и конкурентоспособности.

Также данные рекомендаций являются вектором устойчивого развития парфюмерно-косметической отрасли, обеспечив укрепление экономической безопасности, как на микро-, так и на мезоуровнях.

Список использованных источников

1. Указ Президента РФ от 13.05.2017 N 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года».
2. Стратегия развития парфюмерно-косметической промышленности Российской Федерации на период до 2030 года и плановый период до 2035 года.
3. Богданов, И. Я. Экономическая безопасность России: теория и практика. / И. Я. Богданов. – Москва, 2001. – 351 с.
4. Валько, Д. В. Экономическая безопасность : учебное пособие для вузов / Д. В. Валько. – М. : Издательство Юрайт, 2023. – 150 с.
5. Кузнецова, Е. И. Экономическая безопасность : учебник и практикум для вузов / Е. И. Кузнецова. – М. : Издательство Юрайт, 2023. – 336 с.
6. Меркулова, Е. Ю. Общая экономическая безопасность : учебник и практикум для вузов / Е. Ю. Меркулова. – М. : Издательство Юрайт, 2023. – 525 с.
7. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 2023. – 512 с.
8. Сергеев, А. А. Экономическая безопасность предприятия : учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. – М. : Издательство Юрайт, 2023. – 275 с.
9. Серебрянников, В. В. Социальная безопасность России / В. В. Серебрянников, А. Т. Хлопьев. – М. : МНИИПУ, 1996. – 349 с.
10. Судоплатов, А.П. Безопасность предпринимательской деятельности : Практическое пособие / А. П. Судоплатов, С. В. Лекарев. – М. : ОЛМА-Пресс, 2001. – 381 с.
11. Уразгалиев, В. Ш. Экономическая безопасность : учебник и практикум для вузов / В. Ш. Уразгалиев. – М. : Издательство Юрайт, 2023. – 725 с.
12. Финансовые аспекты обеспечения экономической безопасности: многоуровневый подход : учебное пособие / Е. В. Левкина, Ж. И. Лялина, А. В. Локша, С. Е. Савостина. – Владивосток : Издательство Дальневосточного федерального университета, 2022. – 170 с.
13. Экономическая безопасность : учебное пособие / Г. С. Вечканов. – СПб. : Вектор, 2005. – 250 с.
14. Экономическая безопасность : учебник для вузов / Л. П. Гончаренко [и др.]. – М. : Издательство Юрайт, 2022. – 340 с.
15. Экономическая безопасность промышленных предприятий в целях устойчивого регионального развития : учебное пособие / Е. В. Левкина, Н. Ю. Титова, Л. А. Сахарова, А. Г. Гузенко, Е. А. Курасова. – Владивосток: Издательство Дальневосточного федерального университета, 2022. – 138 с.
16. Экономическая и национальная безопасность : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Национальная экономика" и другим экономическим специальностям / Е. А. Олейников, С. А. Филин, В. И. Видяпин [и др.]. – М. : Издательство Экзамен, 2004. – 768 с.
17. Абалкин, Л. И. Экономическая безопасность России: угрозы и их отражение / Л. И. Абалкин // Вопросы экономики. – 1994. – № 12. – С. 4-16.

18. Архипов, А. И. Экономическая безопасность: оценки, проблемы, способы обеспечения / А. И. Архипов, А. Е. Городецкий, Б. П. Михайлов // Вопросы экономики. – 1994. – № 12. – С. 36-44.
19. Афонцев, С. А. Дискуссионные проблемы концепции национальной экономической безопасности / С. А. Афонцев // Россия XXI. – 2001. – № 2. – С. 38-67.
20. Баймурзина, А. А. Влияние логистических санкций на производство в сфере парфюмерно-косметической продукции / А. А. Баймурзина // Мавлютовские чтения : Материалы XVI Всероссийской молодежной научной конференции. – 2022. – С. 197-199.
21. Безуглая, Н. С. Экономическая безопасность предприятия. Сущность экономической безопасности предприятия // Российское предпринимательство. 2010. № 4-1. С. 63-67.
22. Блохина, А. А. Потребительский рынок косметических товаров / А. А. Блохина // Конкурентоспособность территорий : Материалы XXIV Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов. – 2021. – №2. – С. 230-232.
23. Болотова, М. А. Статистический обзор экспорта и импорта России косметических средств и парфюмерии / М. А. Болотова, А. В. Бочарова // Современные вопросы таможенного дела : Сборник научных статей студентов специальности 38.05.02 "Таможенное дело" Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского. – 2018. – №1. – С. 5-9.
24. Быков, В. П. Экономическая безопасность регионов и преодоление угроз в современных условиях / В. П. Быков, О. А. Дембовская, Е. М. Лебедев // Экономика и эффективность организации производства. – 2006. – № 5. – С. 60-63.
25. Гостищева, С. Ю. Ключевые проблемы развития российской парфюмерно-косметической отрасли / С. Ю. Гостищева, Ю. Л. Растопчина // Актуальные проблемы развития экономических, финансовых и кредитных систем : Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции – 2019. – С. 31-35.
26. Гусев, А. К. Анализ современного парфюмерно- косметического рынка в России и выявление тенденций его развития в краткосрочной перспективе / А. К. Гусев // Вестник Национального Института Бизнеса. – 2019. – № 36. – С. 34-45.
27. Давыдова, Г. В. Специфика экономической безопасности отрасли: сущность и факторы / Г. В. Давыдова, В. С. Григорян // Global and Regional Research. – 2020. – № 1. – С. 191-197.
28. Ефимов, А. В. Особенности таможенного контроля фальсифицированных и контрафактных парфюмерно-косметических товаров на примере духов Расо Rabanne / А. В. Ефимов // Аллея науки. – 2020. – № 4(43). – С. 21-24.
29. Илларионов, А. И. Критерии экономической безопасности / А. И. Илларионов // Вопросы экономики. – 1998. – № 10. – С. 49-59.

30. Калинина, Н. М. Экономическая безопасность региона: сущность, угрозы и меры обеспечения / Н. М. Калинина // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2010. – № 10. – С. 17-23.
31. Качулина, А. И. Современный российский рынок парфюмерно-косметических товаров / А. И. Качулина // Конкурентоспособность территорий : Материалы XXII Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов. – 2019. – №1. – С. 10-12.
32. Кизян, Н. Г. Состояние и основные тенденции развития российского парфюмерно-косметического рынка / Н. Г. Кизян, А. Лупу // Инновации. Наука. Образование. – 2020. – № 24. – С. 108-113.
33. Киселева, И. А. Экономическая безопасность предприятия: особенности, виды, критерии оценки / И. А. Киселева, Н. Е. Симонович, И. С. Косенко // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2018. – № 2(76). – С. 415-423.
34. Клейменова, Д. А. Фальсификация парфюмерно-косметической продукции / Д. А. Клейменова // Тенденции и проблемы социально-экономического развития России в условиях цифровизации : Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – 2022. – С. 249-252.
35. Костина, Т. В. Основы экономической безопасности государства / Т. В. Костина // Донецкие чтения 2019: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : Материалы IV Международной научной конференции. – 2019. – №2. – С. 81-84.
36. Кошелева, О. Э. Оценка конкурентоспособности российских косметических средств в целях импортозамещения / О. Э. Кошелева, В. В. Николаев // Управленческое консультирование – 2019. – №3. – С. 79-86.
37. Кузнецова, А. Ю. Анализ и оценка состояния экономической безопасности предприятия / А. Ю. Кузнецова // Вестник науки. – 2022. – № 3(48). – С. 43-50.
38. Кузьменко, В. В. Экономическая безопасность: исторический подход к определению сущности / В. В. Кузьменко // Белые пятна российской и мировой истории. – 2016. – № 3. – С. 9-17.
39. Лазарев, М. А. Состояние и основные тенденции развития российского рынка детской косметики / М. А. Лазарев // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2022. – С. 231-258.
40. Левкина, Е. В. Типология экономической безопасности как экономической категории / Е. В. Левкина, Ж. И. Лялина // Финансовый менеджмент. – 2023. – № 1. – С. 34-44.
41. Литвинова, И. А. Тенденции развития парфюмерно-косметического рынка в России / И. А. Литвинова, П. В. Рыжкина // Теория и практика коммерческого посредничества в сфере обращения : Материалы межрегиональной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, студентов и молодых ученых. – 2019. – С. 74-76.
42. Муратова, Н. К. Экономическая безопасность предприятия как успешная составляющая современного бизнеса / Н. К. Муратова // Государственное управление. Электронный вестник. – 2012. – № 32. – С. 1-9.

43. Петрова, А. М. Анализ и тенденции мирового рынка парфюмерно-косметической продукции / А. М. Петрова // Наука без границ. – 2018. – № 2(19). – С. 29-31.
44. Плотникова, О. В. Современные проблемы импорта парфюмерно-косметических товаров в Россию / О. В. Плотникова // Молодежь XXI века: шаг в будущее : Материалы XXI региональной научно-практической конференции. – 2020. – С. 115-116.
45. Правдина, Е. А. Статистический обзор импорта парфюмерно-косметической продукции в Россию / Е. А. Правдина, Д. Б. Штрикова, И. А. Майорова // Актуальные проблемы и тенденции развития современной экономики : Сборник трудов международной научно-практической конференции. – 2020. – № 1. – С. 344-351.
46. Решетова, А. В. Подходы к определению экономической безопасности государства / А. В. Решетова // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – № 1. – С. 735-740.
47. Рыбкина, Е. В. Парфюмерно-косметическая продукция: обзор рынка, проблемы и их решение / Е. В. Рыбкина // Конкурентоспособность территорий : Материалы XXI Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов. – 2018. – №4. – С. 164-166.
48. Седукова, К. К. Управление рисками как элемент системы обеспечения экономической безопасности предприятия / К. К. Седукова // Молодой ученый. – 2019. – № 21(259). – С. 255-257.
49. Сенчагов, В.К. Система безопасности государства: сущность, функции, структура / В. К. Сенчагов // Безопасность. – 2001. – № 3. – С. 66-71.
50. Середкина, Д. Д. Контент-анализ статей по экономической безопасности парфюмерно-косметической промышленности / Середкина Д. Д., Левкина Е.В., Гусев Е. Г. // Вестник Астраханского государственного технического университета. Экономика. – 2023. – № 2. – С. 100-109.
51. Середкина, Д. Д. Перспективы укрепления экономической безопасности парфюмерно-косметической промышленности в условиях санкционного давления / Д. Д. Середкина // Научные инсайты : Сборник научных трудов по итогам международного конкурса фундаментальных и прикладных исследований для студентов и учащихся. – 2023. – С. 75-85.
52. Стукова, Е. С. Состояние и тенденции развития рынка парфюмерно-косметической продукции / Е. С. Стукова // Конкурентоспособность территорий : Материалы XXIV Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов. – 2021. – С. 98-100.
53. Сурник, А. П. Особенности импорта на таможенную территорию Евразийского экономического союза парфюмерно-косметической продукции / А. П. Сурник, Н. С. Черникова // Менеджмент социальных и экономических систем. – 2021. – № 1(21). – С. 41-46.
54. Сурник, А. П. Проблемы ввоза контрафактной парфюмерной продукции на территорию Российской Федерации / А. П. Сурник, Н. С. Черникова // Менеджмент социальных и экономических систем. – 2020. – № 3(19). – С. 14-19.

55. Сурник, А. П. Таможенный контроль при импорте парфюмерной продукции / А. П. Сурник, Н. С. Черникова // Логистические системы в глобальной экономике. – 2021. – № 11. – С. 292-297.
56. Тюева, А. А. Статистический обзор экспорта и импорта косметических средств и парфюмерии / А. А. Тюева // Таможенное администрирование и экономическая безопасность в цифровой экономике : материалы всероссийской научно-практической конференции. – 2019. – С. 218-223.
57. Филатова, В. В. Фальсификация парфюмерно-косметической продукции / В. В. Филатова, А. П. Сорокина, И. М. Кублин // Государство и право: проблемы и перспективы совершенствования : сборник научных трудов 5-й Международной научной конференции. – 2022. – С. 298-303.
58. Холчева, И. А. Основные подходы к исследованию понятий "экономическая безопасность" и "экономическая безопасность государства" / И. А. Холчева, А. Е. Кисова // Дневник науки. – 2019. – № 5(29). – С. 96-107 с.
59. Хомутова, К. В. Фальсификация косметических средств, на примере гелей для душа, в Донецком регионе / К. В. Хомутова // International scientific review. – 2020. – С. 65-67.
60. Целикова, А. А. Проблемы выявления фальсификации парфюмерной продукции в России / А. А. Целикова // Новизна. Эксперимент. Традиции – 2022. – С. 59-64.
61. Шашло, Н. В. Комплексный подход к обеспечению экономической безопасности предприятий / Н. В. Шашло // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 11. – С. 668-672.
62. Шохнех, А. В. Математические методы оценки экономической безопасности хозяйствующих субъектов / А. В. Шохнех // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2012. – № 6(42). – 2-14 с.
63. Яниогло, А. Комплексная система обеспечения экономической безопасности предприятия / А. Яниогло // Agricultural and Resource Economics. – 2015. – № 1. – С. 69-79.
64. Ярош, О. Б. Анализ рынка косметических средств в Республике Крым / О. Б. Ярош, Э. А. Митина // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции – 2020. – С. 239-250.
65. Chang F. K. Economic and Security Interests in Southeast Asia. Obriss, 2014. – №3(68). – P. 378-391.
66. Jiang Y. Economic Security: Redressing Imbalance. China Security, 2007. – P. 66-85.
67. Murdoch C. Economic factors as objects of security: Economics security & vulnerability, 1977. – P. 67-98.
68. Stubbs R. Performance Legitimacy and Soft Authoritarianism in Amitav Acharya, 2001. – P. 37-54.
69. В ожидании ренессанса российской косметики [Электронный ресурс] // Эксперт. – Режим доступа: <https://expert.ru/expert/2022/23/v-ozhidanii-renessansa-rossiyskoy-kosmetiki/>

70. Косметике подобрали упаковку [Электронный ресурс] // Forward Legal.
– Режим доступа: <https://forwardlegal.com/posts/kosmetike-podobrali-upakovku/>

71. Производители столкнулись с трудностями замещения импортной помады и туши [Электронный ресурс] // РБК. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/17/06/2022/62ab34119a794741350fe7ec>