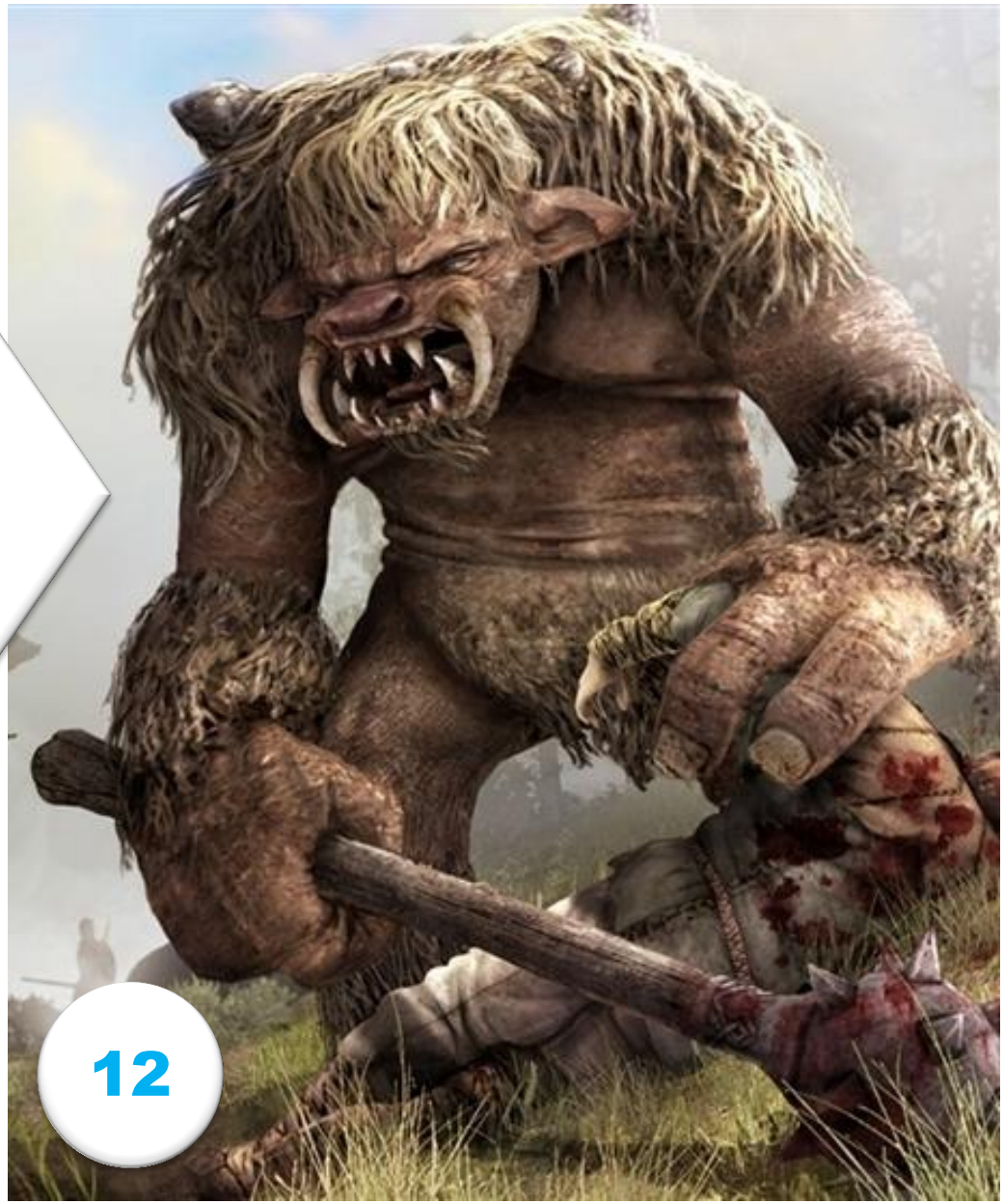
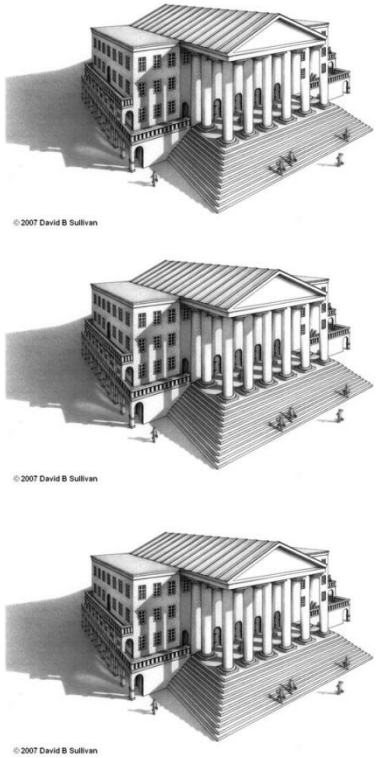
Отраслевые и региональные особенности моделей



Определение критических компетенций

Кейс



Контрагенты

Визирование

Контракт

Управление по работе с клиентами

1

2

Экономическое управление

3

Правовое управление

4

Начальник отдела экономической безопасности Управления безопасности компании

5

Подписание

Генеральный директор

Концепция: «Последний рубеж»

№	Название разделов	Всего часов	Лекции	Семинары	Мастер классы	Само-образ
1	Предмет и система курса. Общая теория конфликтов	6	2			4
2	Общая теория безопасности в глобальной картине мира	6	2			4
3	История построения систем безопасности бизнеса	6	2			4
4	Новейшая экономическая история России	6	2			4
5	Теория безопасности социально-экономических систем	12	2	2	2	6
6	Среда предприятия и риск-менеджмент	8	2	2		4
7	Неэкономические риски	8	2	2		4
8	Мониторинг угроз и функции системы безопасности	10	2	2		6
9	Принцип декомпозиции системы «угроза-защита»	20	2		6	12
10	Структура мер обеспечения безопасности	8	2	2		4
11	Построение модели обеспечения безопасности компании	13	1	2	2	8
12	Отраслевые и региональные особенности моделей	7	1			6
13	Организационно-штатная и кадровая модели	6	2			4
14	Функции системы безопасности в среде компании	6	2			4
15	Взаимодействие бизнеса и государства в России	12	2	2	2	6
16	Взаимодействие бизнеса и государства за рубежом	8	2			6
17	Международное экономическое сотрудничество	12	2	2		8
18	Теория систем и системный анализ.	12	2	2		8
19	Управление сложными системами безопасности	12	2	2		8
20	Аутсорсинг в безопасности. Аудит систем безопасности	12	2		6	4
	Итог	190	38	20	18	114

План лекции:

1. Отраслевой менеджмент и маркетинг
2. Принципы формирования подразделений безопасности
3. Отраслевые особенности бизнеса
4. Структурные особенности бизнеса
5. Региональные особенности бизнеса
6. Библиография

Теория трансакционных издержек

Экономика не может быть идеальной, в ней есть «внутреннее трение», которое вызывает разнообразные издержки:

Индивидуум

Преодоление издержек требует от индивидуума различных затрат.

- Издержки поиска информации
- Издержки ведения переговоров
- Издержки измерения
- Издержки оппортунистического поведения
- Издержки спецификации и защиты прав собственности
- Трансформационные издержки
- Организационные издержки

Институциональная среда

Основные политические, социальные и правовые нормы, являющиеся базой для производства, обмена и потребления.

Экономическая теория

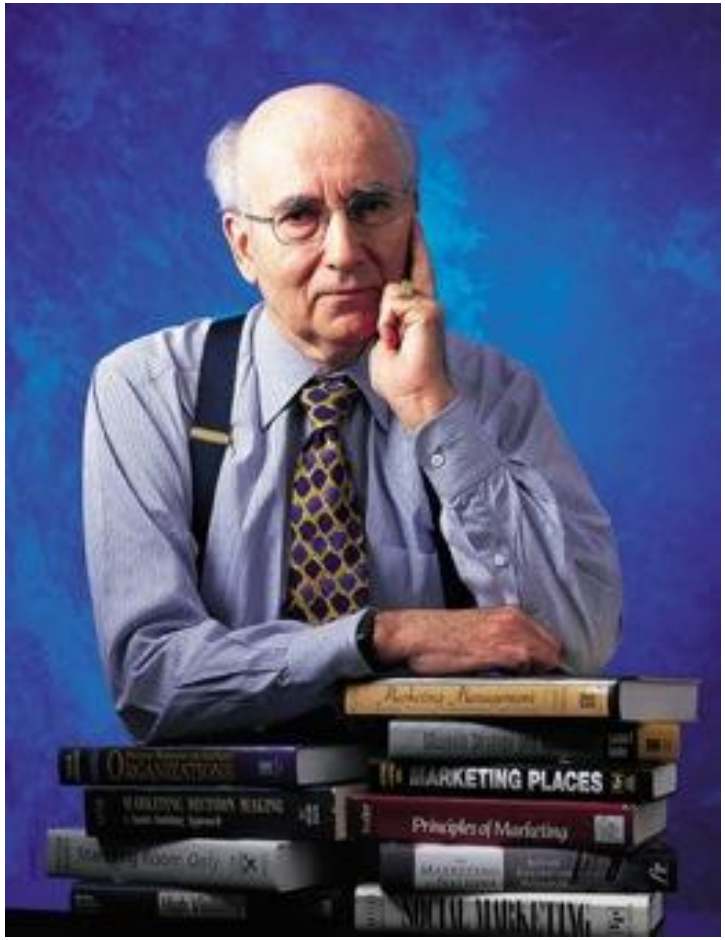
В неоклассической теории поведения потребителя и фирмы потребители обладают совершенной информацией о существенных свойствах приобретаемых ими товаров – таких как качество и долговечность. Фирмы при этом совершенной информацией о производительности факторов, которые им необходимы для производства.

Однако информация несовершенна и асимметрична. Это означает, что производитель всегда обладает более полной информацией о своем товаре, чем его потребитель. Разные производители обладают также асимметричной информацией о состоянии рынка. Разные потребители (обладают информацией о рынке, которую сложно сопоставить между собой.

Для получения информации о рынке требуется определенное время и определенные затраты. Эти затраты называются **издержками поиска информации.**

Филип Котлер

Профессор международного маркетинга Высшей школы менеджмента Северо-Западного университета (США)



«Для маркетолога рынок – это совокупность всех реальных и потенциальных покупателей определенного продукта».

Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. 2002. М. Юнити. Стр. 352

Прогнозирование целевой аудитории и создание условий для нее

Маркетолог

Сегментация рынка → Деление рынка на определенные группы покупателей.

Определение целевого рынка → Анализ сегментов по степени их привлекательности и выбор одного или нескольких целевых сегментов.

Рыночное позиционирование → Работа по размещению продукта на целевом сегмента рынка и разработка соответствующего маркетингового комплекса.

Рыночная сегментация

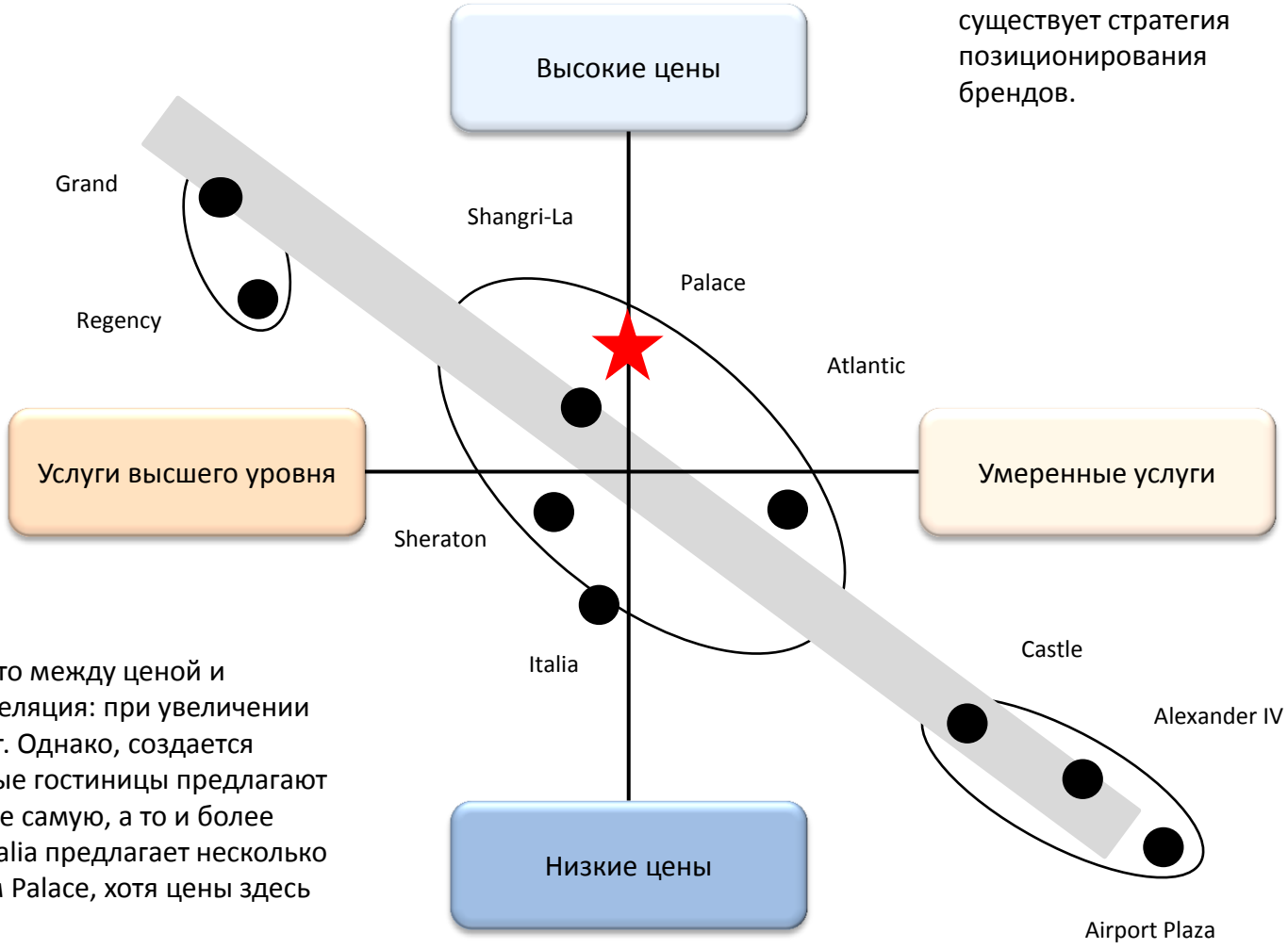
- По географическому признаку (страны, области, климат, ландшафты, времена года)
- По демографическому признаку (возраст, пол, доход, род занятий, религия, раса и национальность)
- По психологическому признаку (принадлежность к определенному социальному классу, типу личности)
- По типу поведения (поиск адреналина, посещение достопримечательностей, фотографирование, спорт, пляжный отдых, массовые молодежные мероприятия)

Клиенты услуг сферы гостеприимства и туризма

Маркетолог

Карта восприятия и изменения позиционирования

В гостиничном и ресторанном бизнесе существует стратегия позиционирования брендов.



Из данной карты видно, что между ценой и услугами существует корреляция: при увеличении цены растет и объем услуг. Однако, создается впечатление, что некоторые гостиницы предлагают большую ценность за ту же самую, а то и более низкую цену. Например Italia предлагает несколько больший объем услуг, чем Palace, хотя цены здесь несколько ниже.

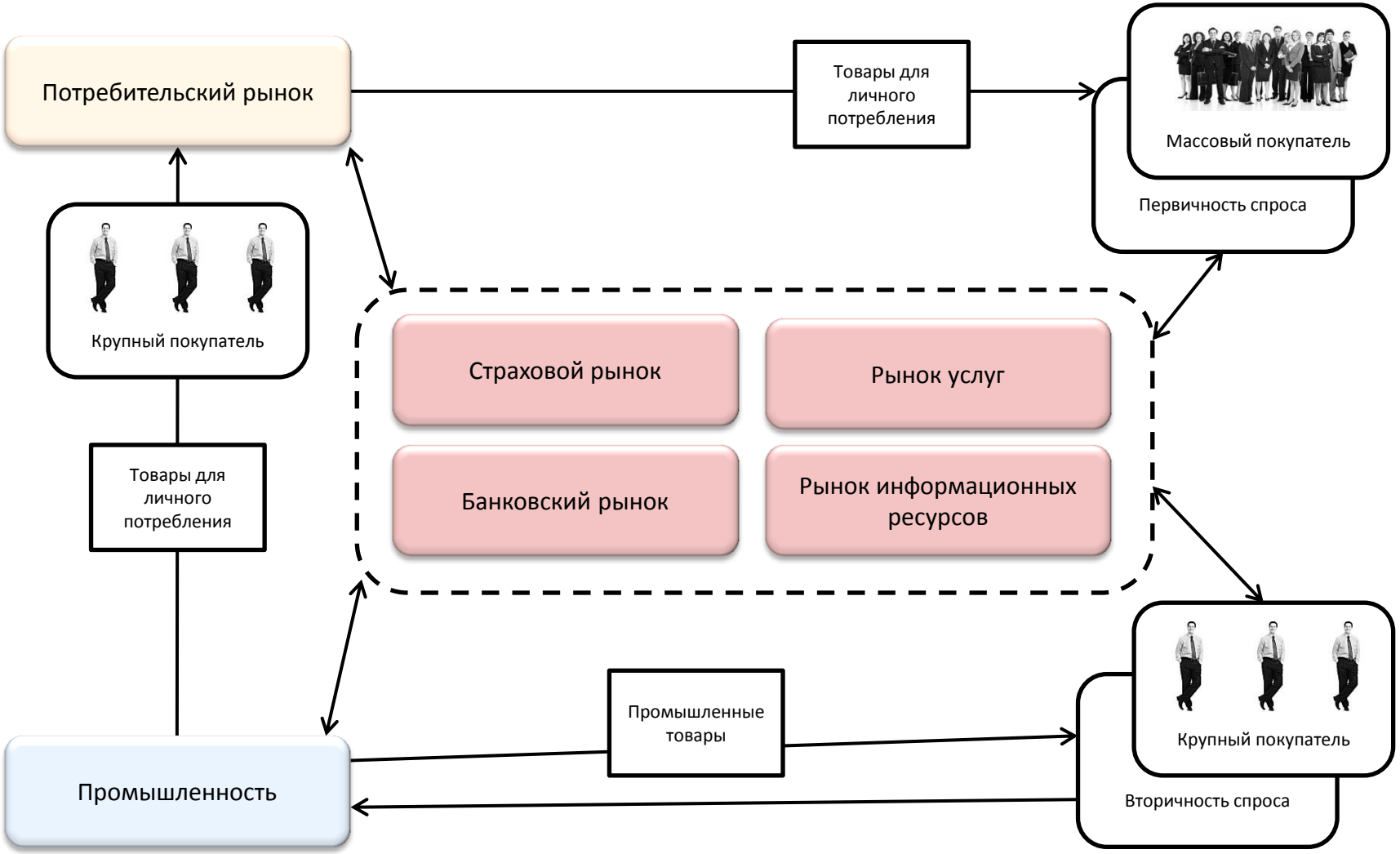
Общие принципы формирования подразделений безопасности

1. Анализ существующих рисков и угроз;
2. Декомпозиция выделенных защитных функций;
3. Понимание вынужденных трансакционных издержек;
4. Определение бюджета защитных функций (безопасности);
5. Распределение бюджета безопасности между подразделениями;
6. Разграничение капитальных и текущих затрат бюджета защитных мер;
7. Определение структуры подразделений безопасности;
8. Определение штатной численности и должностей подразделений безопасности;
9. Резервирование средств на непредвиденные обстоятельства;

Общие принципы формирования подразделений безопасности

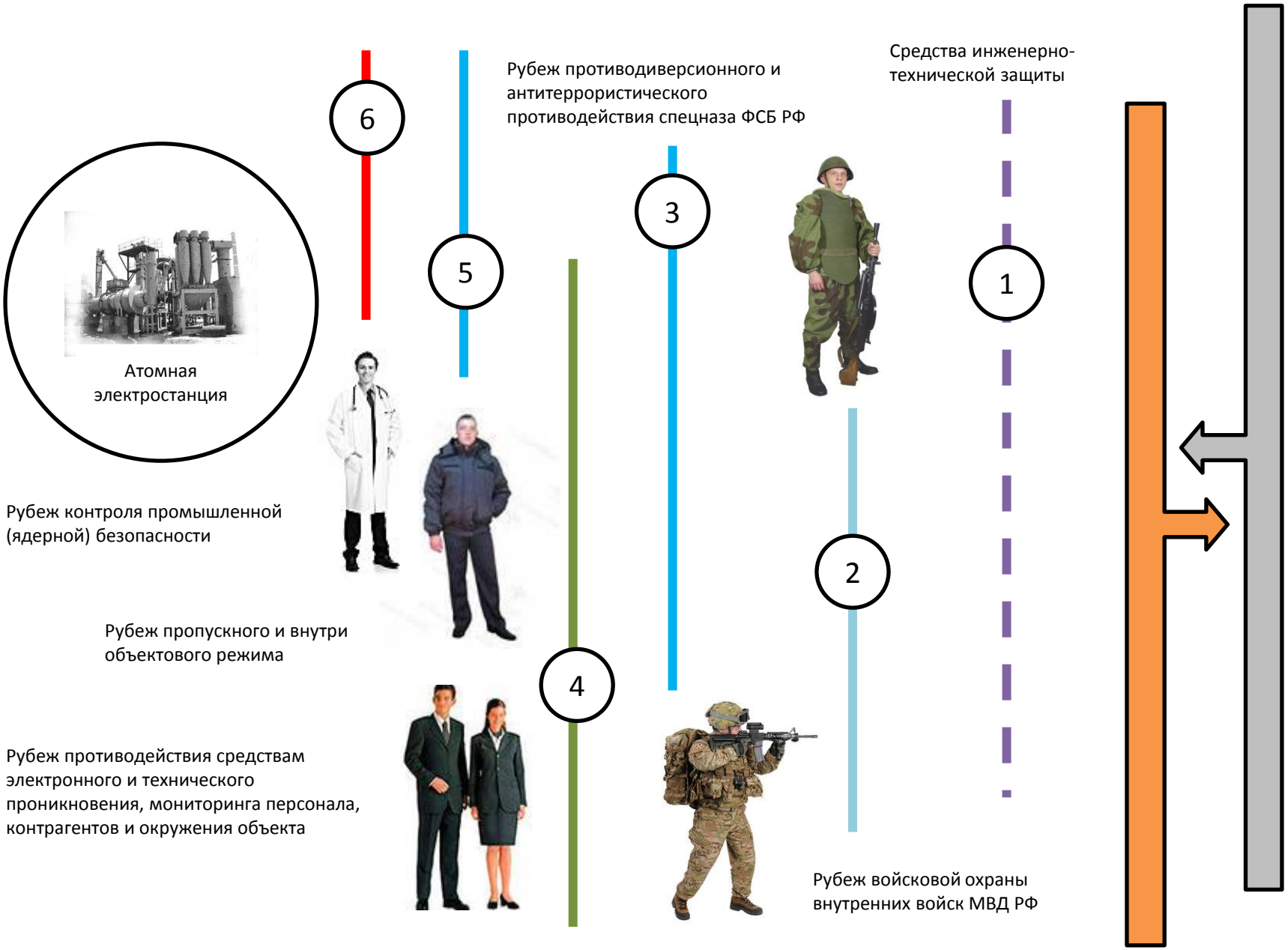
- Промышленное производство;
- Добывающая промышленность;
- Агропромышленный сектор;
- Оптовая и розничная торговля;
- Финансовый сектор;
- Индустрия гостеприимства и туризма;
- Транспорт;
- Информационные коммуникации и связь;
- Общественное питание;
- Сфера услуг и обслуживания;
- Индустрия безопасности и др.

По своей структуре и организационно-правовым формам предприятия и организации - субъекты предпринимательской деятельности неоднородны. В соответствии с теорией организации это вызвано рядом определяющих факторов. Среди них, в качестве основных, выделяют *цели организации*, выбранные *стратегии развития*, *конкурентные стратегии*, стремление к *росту эффективности* и *ситуационный подход*. Эта неоднородность связана также с отраслевой спецификой, масштабами бизнеса, особенностями ближней операционной среды и географической спецификой. Все это является предметом рассмотрения специальной дисциплины. Мы же, в целях правильного позиционирования функции обеспечения безопасности организации, рассмотрим укрупненные структуры построения предприятий.

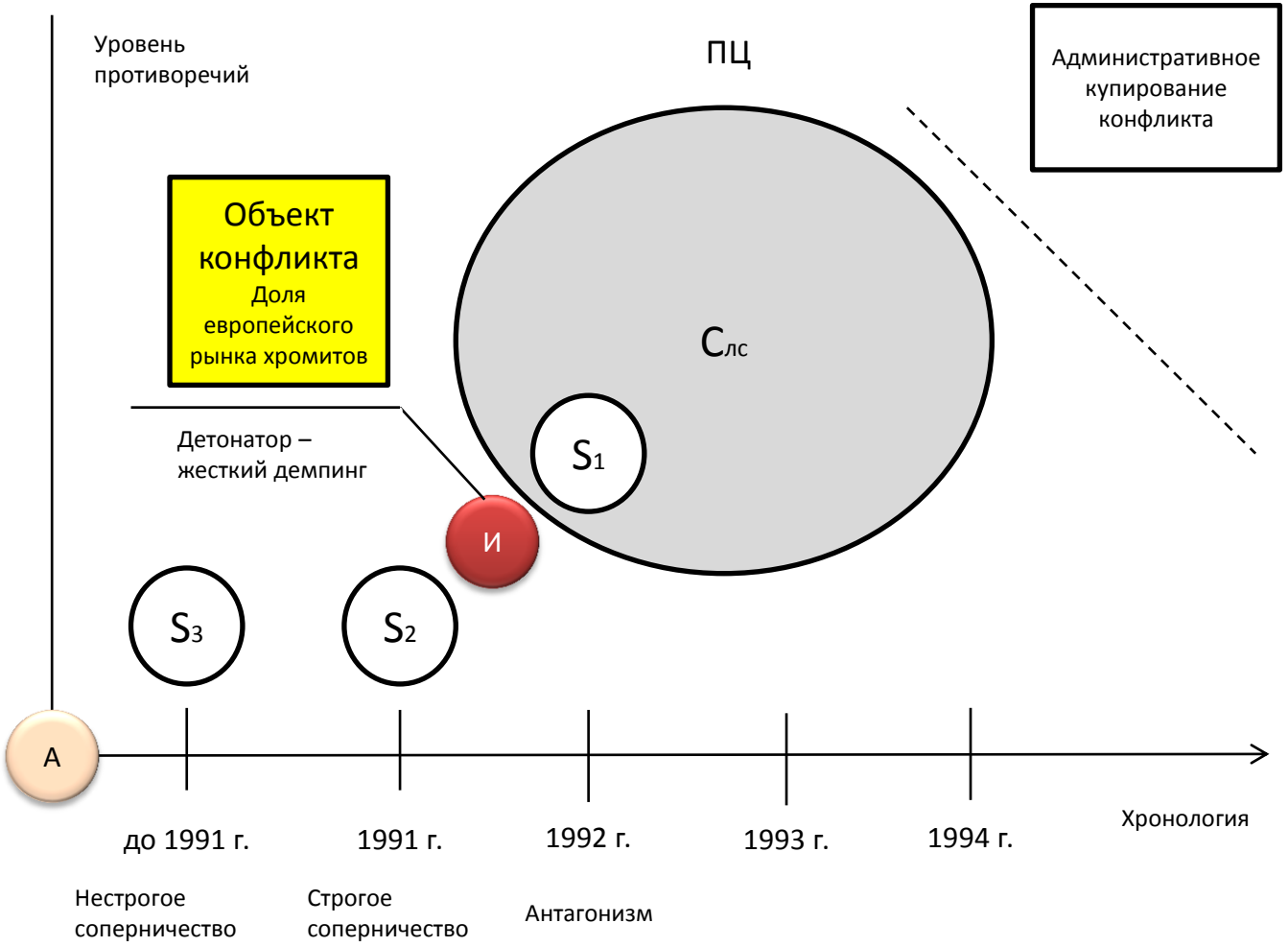


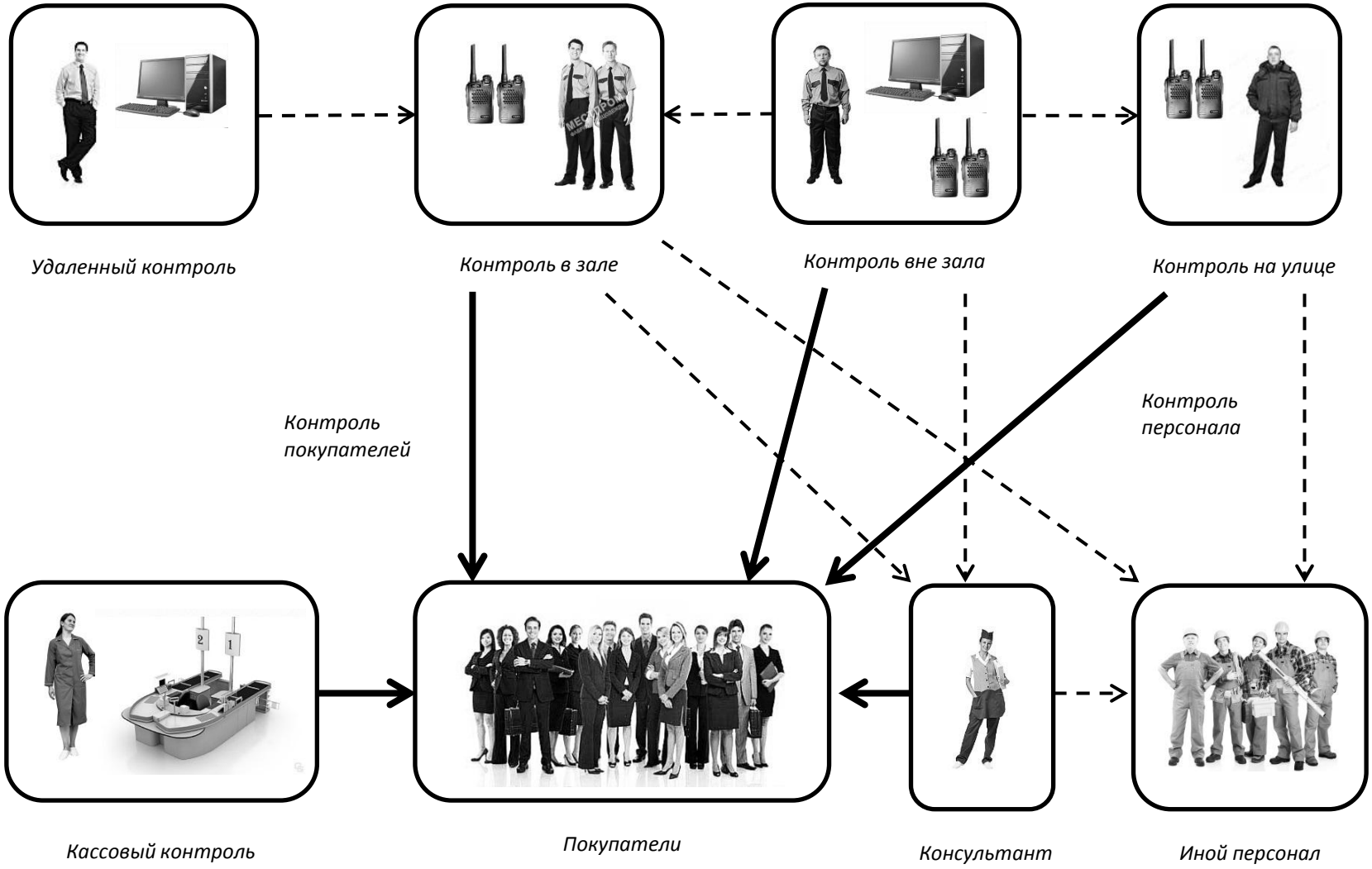
Отраслевые особенности различных рынков

Макроэкономика


Атомная электростанция
6
5
Рубеж противодиверсионного и антитеррористического противодействия спецназа ФСБ РФ
3
Средства инженерно-технической защиты
1
2
4
Рубеж контроля промышленной (ядерной) безопасности
Рубеж пропускного и внутри объектового режима
Рубеж противодействия средствам электронного и технического проникновения, мониторинга персонала, контрагентов и окружения объекта
Рубеж войсковой охраны внутренних войск МВД РФ

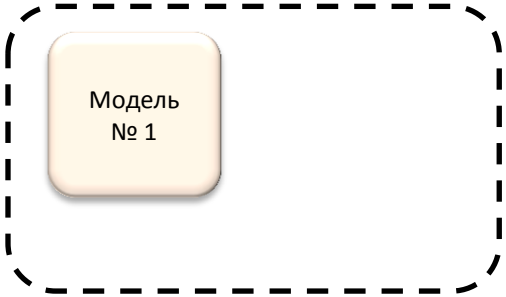
Макродинамика конфликта на европейском рынке хромитов



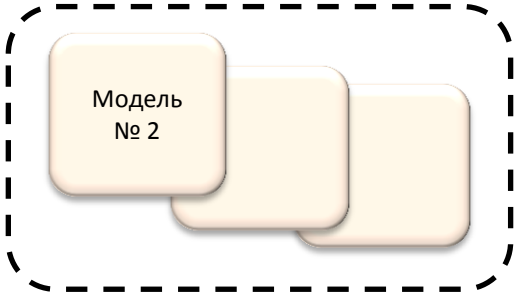


Система дублирования контроля в супермаркете

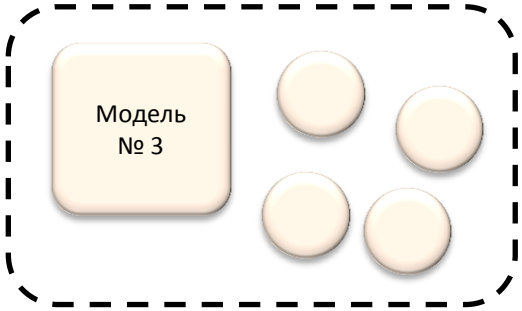
Структурные особенности бизнеса



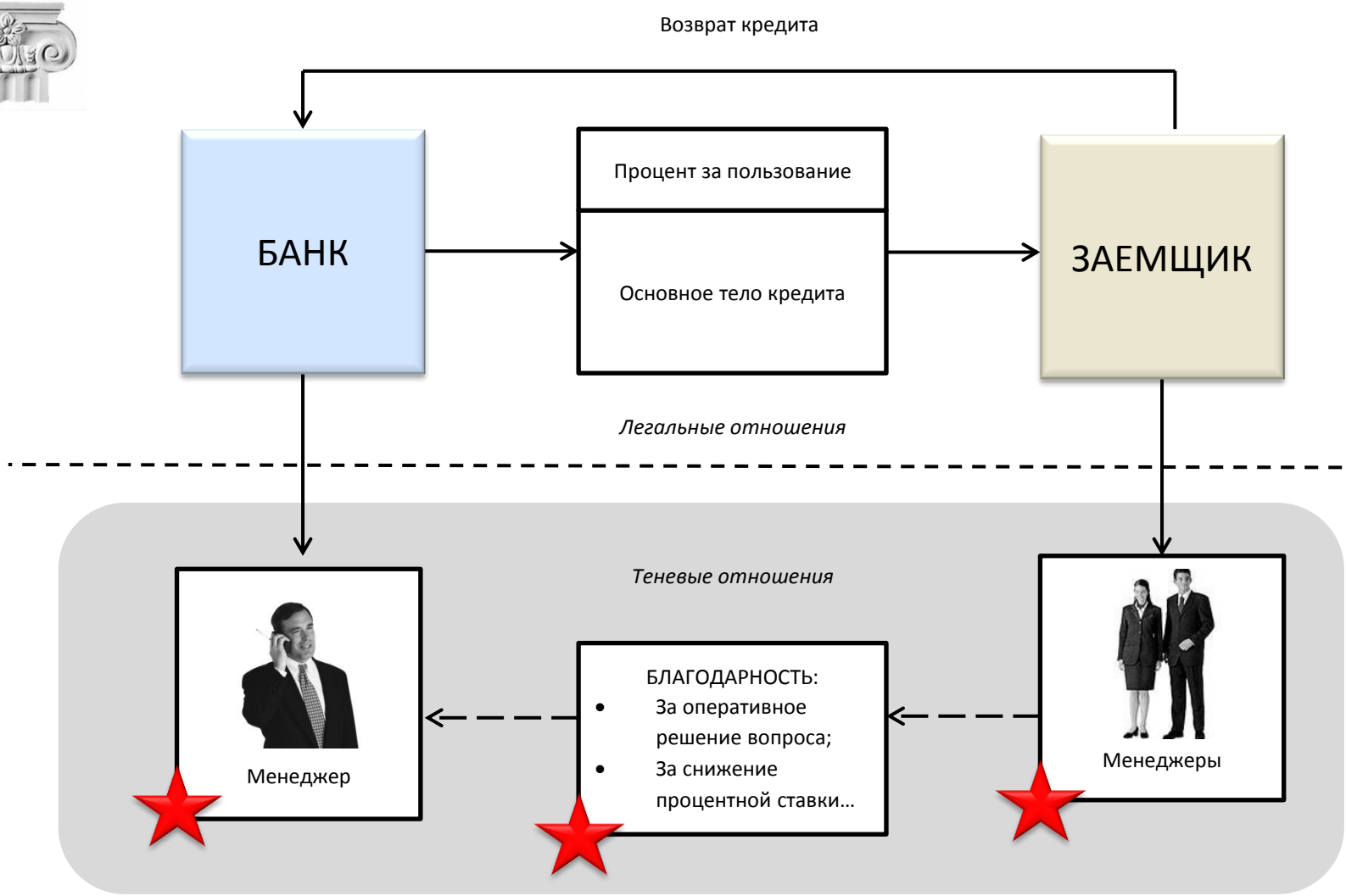
Модель № 1 предполагает, что предприятие организационно состоит из одного офиса, расположенного в отдельном здании (части здания). Предприятий такого типа достаточно много. К ним можно отнести коллегии адвокатов, инвестиционные институты, консалтинговые компании и ряд других. Как правило, организации данного типа не имеют сложной системы безопасности, большинство функций безопасности реализуют в рамках аутсорсинга, а собственный немногочисленный персонал безопасности выполняет задачи комплексного обеспечения основной деятельности: экономическая, информационная и кадровая безопасность.



Модель № 2 предполагает, что в структуру бизнеса входит определенное количество предприятий (самостоятельных юридических лиц), объединенных на основе различных принципов. Прежде всего, это могут быть юридически оформленные объединения предприятий, такие, как корпорации, холдинги, финансово-промышленные группы и другие.



Близка к предыдущей модели и модель № 3. Она подразумевает наличие основного предприятия и многочисленных его филиалов. Это типовая модель организационного построения розничного бизнеса.



Типичная схема коррупционного поведения в рамках «беловоротничковой» преступности на примере кредитных отношений

Индивид, бюрократ

Производство

Распределение ресурсов в процессе общественного производства

Возможны ли идеальные механизмы распределения?

?

Экономический агент

Потребители

Возможно ли бескорыстие чиновника в условиях несовершенного распределения?

?

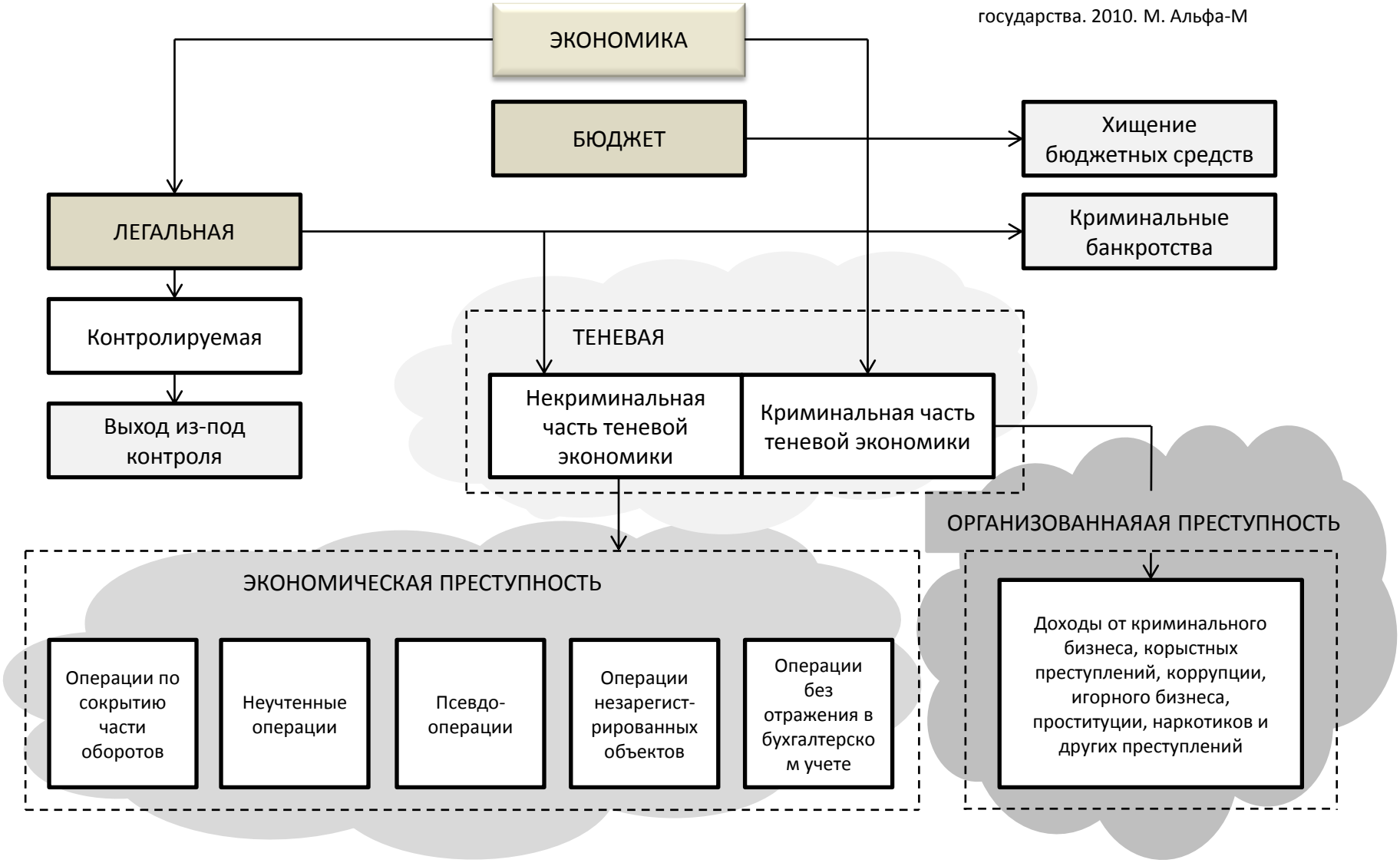
Нужны ли обществу честные экономические агенты?

?

Проблемы коррупции и распределения ресурсов по М.И. Левину

Легализация доходов теневой экономики

Авдийский В.И., Дадалко В.А. Теневая экономика и экономическая безопасность государства. 2010. М. Альфа-М



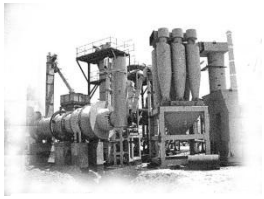
Местные спецслужбы

5

Российские дипломаты

Местные специалисты

1



Промышленный объект

3

Защита персонала

Группа российских специалистов

Зарубежное государство

Место проживания, объекты посещения

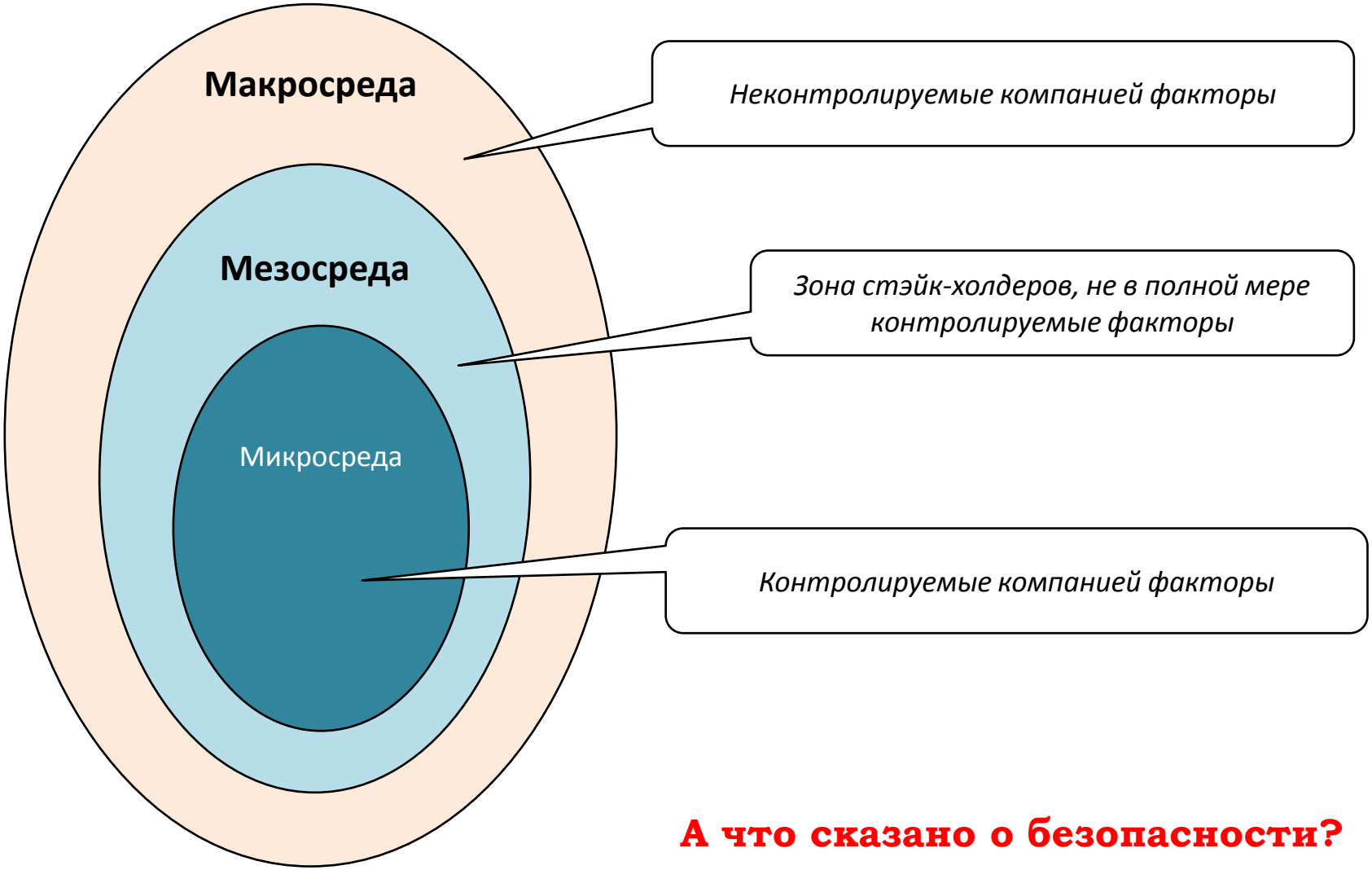
4

Местные криминальные группировки

2

Местная полиция и экстренные службы

Международная и региональная среда бизнеса



А что сказано о безопасности?

Региональные и страновые особенности бизнеса

Существуют отдельные аксиомы делового поведения, которые предостерегают от стандартных ошибок в ситуациях, которые давно изучены:

1) Нельзя развивать бизнес в регионе, который не обладает необходимыми природными и иными определяющими условиями. К примеру, невозможно планировать развитие растениеводства в открытом грунте в регионах, расположенных в зонах вечной мерзлоты. Рискованно планировать капитальное строительство в зонах регулярных стихийных бедствий и т.п.;
2) Нельзя рассматривать в качестве перспективных мест для развития бизнеса регионы острых политических конфликтов, природных, экологических и техногенных катастроф, если этот бизнес не связан с устранением последствий названных негативных факторов;
3) Нельзя начинать бизнес в регионе по согласованию с действующей администрацией накануне выборов, в ходе которых данная группа политиков может проиграть, если этот бизнес не связан с предоставлением услуг в рамках выборных технологий;
4) Нельзя планировать развитие розничных торговых сетей, ориентированных на элитные товары, в регионах с низкими доходами населения. Нельзя без участия государства планировать строительство крупного промышленного объекта в местности, где нет поблизости населенных пунктов с достаточной численностью трудоспособного населения, обладающего необходимой профессиональной квалификацией.

Библиография

Основная литература

1) Шульц В.Л., Рудченко А.Д., Юрченко А.В. Безопасность предпринимательской деятельности. Часть 2. М.: Изд. Юрайт. 2016;
2) Шульц В.Л., Рудченко А.Д., Юрченко А.В. Пособие по майнору «Безопасность предпринимательской деятельности». М.: НИУ ВШЭ. 2016.

Литература для продвинутых студентов

1) Дафт Р. Менеджмент. М.-СПб: изд. Питер. 2011;
2) Дафт Р. Теория организации. М.: изд. Юнити. 2012;
3) Джейли Дж.А., Рени Ф.Дж. Микроэкономика. Продвинутый уровень. М.: изд. НИУ ВШЭ. 2011;
4) Международный маркетинг. Под редакцией Зобова А.М. М.: изд. РУДН. 2011;
5) Мхитарян С.В. Отраслевой маркетинг. М.: изд. Эксмо. 2006.