

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА

КАЧУРОВСКАЯ КРИСТИНА АЛЕКСАНДРОВНА

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ  
КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ООО ЧОО «ГЕЛИОС»

Направление подготовки (код) 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) образовательной программы

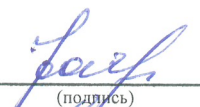
Финансовый менеджмент

Обучающийся

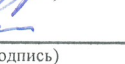
Руководитель

Нормоконтролер


доцент, к.э.н., доцент  
(должность, ученая степень, ученое звание)

  
(подпись)

К.А. Качуровская  
(инициалы, фамилия)

  
(подпись)

Е.В. Мельникова  
(инициалы, фамилия)

  
(подпись)

Е.А. Яковлева  
(инициалы, фамилия)

Допускается к защите

Зав. кафедрой менеджмента

к.э.н., доцент, И.З. Погорелов

(ученая степень, ученое звание, инициалы, фамилия)

  
(подпись)

« 29 » 02 2026 г.

Красноярск 2026

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

Экономический факультет

(указать полное наименование факультета)

Направление подготовки (код) 38.03.02 Менеджмент

направленность (профиль) образовательной программы Финансовый менеджмент

Выпускающая кафедра Менеджмента

(указать полное наименование кафедры)

**ЗАДАНИЕ**

на выпускную квалификационную работу

Студенту(ке) Качуровской Крестине Александровне группы 321-м

(указать Ф.И.О. полностью,)

1. Тема выпускной квалификационной работы

Разработка предложений по совершенствованию конкурентной стратегии

ООО ЧОО «Гелиос»

(указать полное наименование темы согласно приказу)

утверждена приказом по институту от «28» ноября 2025 г. № 183-уо на основании решения заседания выпускающей кафедры менеджмента

(указать полное наименование кафедры)

Протокол от «12» ноября 2025 г. № 03

2. Срок сдачи выпускной квалификационной работы «09» февраля 2026 г.

3. Содержание выпускной квалификационной работы

Введение, Теоретические основы исследования конкурентной стратегии,

Экономическая оценка деятельности ООО ЧОО «Гелиос», Разработка

предложений по совершенствованию конкурентной стратегии ООО ЧОО

«Гелиос», заключение, список использованных источников, приложения

4. Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы \_\_\_\_\_

Нормоконтролер Яковлева Е. А.

5. График выполнения выпускной квалификационной работы

Введение, 1 глава с 15.12.2025 г. по 30.12.2025 г.

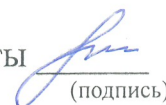
2 глава с 15.12.2025 г. по 20.01.2026 г.

3 глава, заключение, оформление с 15.12.2025 г. по 09.02.2026 г.

Подготовка доклада, презентации, защита ВКР с 10.02.2026 г. по 25.02.2026 г.

Дата выдачи задания «15» декабря 2025 г.

Руководитель выпускной квалификационной работы \_\_\_\_\_

  
(подпись)

Е.В. Мельникова

(инициалы, фамилия)

## РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа 56 с., иллюстраций 7, таблиц 13, источников 42, приложений 4.

КОНКУРЕНТНОЕ СОСТОЯНИЕ, КОНКУРЕНЦИЯ, ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ, СТРАТЕГИЯ, ИННОВАЦИИ, КАЧЕСТВО, РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА, КРЕДИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОЕКТА, РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИИ.

Цель работы – исследовать конкурентное состояние ООО ЧОО «Гелиос», выявить основные проблемы конкурентной деятельности и дать рекомендации по укреплению компании на рынке и совершенствованию конкурентной стратегии.

Метод исследования – аналитический, опытно-статистический методы, метод сравнения.

Проведен анализ финансового состояния предприятия. Для улучшения конкурентного положения на рынке и совершенствования конкурентных преимуществ разработан ряд инвестиционных проектов с различными вариантами развития компании по захвату доли рынка и выбран наиболее эффективный.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ.....	8
1.1 Понятие конкуренции, функции и цель.....	8
1.2 Основные виды конкуренции и конкурентных рынков .....	9
1.3 Понятие и виды конкурентной стратегии .....	14
2 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО ЧОО «ГЕЛИОС».....	19
2.1 Общая характеристика ООО ЧОО «Гелиос» .....	19
2.2 Анализ финансового состояния ООО ЧОО «Гелиос» .....	24
2.3 Анализ конкурентной стратегии ООО ЧОО «Гелиос» .....	28
3 РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ООО ЧОО «ГЕЛИОС».....	34
3.1 Направления совершенствования конкурентной деятельности ООО ЧОО «Гелиос».....	34
3.2 Комплекс мероприятий по совершенствованию конкурентной стратегии ООО ЧОО «Гелиос» .....	37
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	44
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	47
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	52

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования заключается в том, что несмотря на ограниченные ресурсы малых и средних предприятий, они все еще могут оставаться конкурентоспособными и выживать в текущих условиях, внедряя конкурентные стратегии, которые приводят к инновациям и улучшают их рыночные показатели. Современная бизнес-среда постоянно меняется, и она подразумевает высокую неопределенность и высокую конкуренцию. Компаниям необходимо приложить большие усилия для улучшения своих бизнес-стратегий и, таким образом, создать конкурентное преимущество, которое позволит им выжить на рынке. В настоящее время следование хорошей стратегии необходимо для того, чтобы быть конкурентоспособными. Глобальное давление требует от компаний разработки конкурентных стратегий и внедрения инновационных планов устойчивого развития. Этим и обуславливается актуальность выбранной темы исследования.

Цель работы – исследовать конкурентное состояние ООО ЧОО «Гелиос», выявить основные проблемы конкурентной деятельности и дать рекомендации по укреплению компании на рынке и совершенствованию конкурентной стратегии.

Задачи, необходимые для достижения цели:

- 1) изучить понятие конкуренции, функции и цель;
- 2) рассмотреть основные виды конкуренции и конкурентных рынков;
- 3) исследовать понятие и виды конкурентной стратегии;
- 4) описать общую характеристику ООО ЧОО «Гелиос»;
- 5) провести анализ финансового состояния ООО ЧОО «Гелиос» и анализ конкурентной стратегии ООО ЧОО «Гелиос»;
- 6) разработать направления совершенствования конкурентной деятельности ООО ЧОО «Гелиос»;
- 7) обосновать комплекс мероприятий по совершенствованию конкурентной стратегии ООО ЧОО «Гелиос»;

8) провести оценку эффективности предложенных мероприятий по совершенствованию конкурентной стратегии ООО ЧОО «Гелиос».

Объект исследования – ООО ЧОО «Гелиос».

Предмет исследования – конкурентная стратегии ООО ЧОО «Гелиос».

Методы исследования:

– теоретические методы – междисциплинарный анализ литературы и нормативно-правовых документов по рассматриваемой проблеме, систематизацию, классификацию, сравнение, обобщение, моделирование;

– эмпирические методы – включённое наблюдение, анализ официальных сайтов, бухгалтерских данных компании, методы математической статистики при обработке эмпирических данных.

Научная новизна исследования заключается в получении данных опытно-экспериментальной работы в сфере совершенствования конкурентной стратегии, а также в обосновании технологий по совершенствованию конкурентной стратегии на основе принципов полного финансового и конкурентного анализа.

Степень изученности темы определяется трудами следующих авторов: Адамайтис Л. А., Азгальдов Г. Г., Балабанов И. Т., Батьковский А. М., Власьевич Ю.Е., Долан Э. Дж., Ермолов М.О., Завьялов П.С., Кудряшов М. Ю., Малышенко В. А., Немировский И.Б., Носова Н. С., Носова Н.С., Олехнович Г. И., Портер М., Розанова Н. М., Савчук Г.А., Сергеев И.В, Веретенникова И.И., Тарелко В.В., Тихомиров В.П., Тюрин Д.В., Фатхутдинов Р. А., Хруцкий В. Е., Чубаков Г. Н., Швырков Ю. М., Шавкун Г.А., Забавина Е.Ю., Юшкова Л.В., Яшин Н. С. и другие.

Теоретическая значимость исследования:

– на основе анализа научной, методической литературы и нормативно-правовых документов определены современные принципы развития и повышения конкурентной стратегии компании;

– выявлены условия эффективности повышения конкурентной стратегии торговых компаний.

Практическая значимость исследования заключается в следующих аспектах:

– сформулированы методические рекомендации по организации и по совершенствованию конкурентной стратегии конкретного предприятия.

Структура исследования: введение, три главы, заключение, список литературы и приложения.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ

## 1.1 Понятие конкуренции, функции и цель

Конкуренция – это эволюционный и творческий процесс проб и ошибок, в ходе которого знания приобретаются и передаются другим. Конкуренция выступает в качестве эвристической процедуры. Подсакофф, П.М., Маккензи, С.Б. и Ли, Дж.Й. в своей книге «Распространенные методические ошибки в поведенческих исследованиях конкуренции: критический обзор литературы и рекомендуемые средства исправления» утверждали, что конкуренция не основана на соотношении средств и целей экономической жизни, а регулируется творческим поведением человека как таковым [40, с. 882]. Чубаков Г. Н. в своей книге «Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия» утверждал, что конкуренция – это процесс «творческого разрушения» и что в ходе этого процесса возникают инновации [34, с. 152]. Конкурентная стратегия имеет важное значение для предприятий, стремящихся к устойчивому преимуществу на рынке. Эти стратегии часто классифицируются как лидерство по затратам, дифференциация и фокусировка, каждая из которых предлагает свой подход к конкуренции [35, с. 41].

Рыночная конкуренция является основной чертой рыночной экономики. В условиях рыночной экономики предприятия исходят из собственных интересов и конкурируют за получение лучших условий производства и сбыта, а также за получение большего количества рыночных ресурсов. Благодаря конкуренции обеспечивается выживание наиболее приспособленных предприятий, а затем и оптимальное распределение факторов производства. Рыночная конкуренция – это деятельность аналогичных экономических субъектов в рыночной экономике, которые учитывают свои собственные интересы с целью повышения своей экономической мощи и исключения аналогичного поведения аналогичных экономических субъектов. Неотъемлемая

мотивация рыночной конкуренции заключается в преследовании собственных материальных интересов каждым экономическим субъектом, а также в страхе быть вытесненным аналогичными экономическими субъектами на рынке из-за потери своих собственных материальных интересов [37, с. 85].

Таким образом, литература предполагает, что хотя маленькие и средние предприятия имеют ограниченные ресурсы и возможности, которые могут препятствовать реализации конкурентных стратегий и ограничивать их инновационный потенциал, они также способны использовать другие типы ресурсов, чтобы действовать с большей гибкостью и скоростью и, таким образом, оставаться конкурентоспособными [30, с. 96]. Действительно, такие компании имеют очень реактивный и «пожарный» менталитет, и эта стратегическая гибкость позволяет им достигать более высокой производительности. Аналогичным образом, такие предприятия способны быстро реагировать на изменения, особенно в отношении реагирования на очевидный кризис, который напрямую влияет на производительность компании.

Учитывая эту сложную ситуацию, подчёркивается способность реализовывать конкурентные стратегии, которые приводят к росту инноваций компании, как один из важнейших факторов, влияющих на эффективность бизнеса [31, с. 281]. Существующие исследования также конкретно ссылаются на рыночную эффективность как на особенно важный показатель успеха бизнеса [32, с. 110], что представляет собой состояние, которое подразумевает, что фирма достигла более высокой доли рынка и доходов от продаж своих продуктов и услуг, чем ее конкуренты, по определенным показателям, таким как скорость реакции на рыночные возможности, удовлетворенность и лояльность клиентов, качество услуг, эффективность инноваций и привлечение новых клиентов [32, с. 115].

Конкурентный анализ – это тип маркетингового исследования, используемый для оценки и понимания сильных и слабых сторон конкурентов [33, с. 142]. Для этого требуется сбор и анализ данных о продукции

конкурентов, ценах, маркетинговых стратегиях, каналах сбыта и клиентской базе. Не существует единого метода конкурентного анализа, и все зависит от того, что компания хочет знать о своих конкурентах. При этом, можно проанализировать отдельный аспект деятельности конкурента, например, веб-сайт конкурента, или провести комплексный анализ отделов маркетинга и продаж конкурента. Цель этого – понять действия конкурентов и прояснить, как на них реагировать.

Бренды также могут использовать конкурентный анализ для отслеживания действий конкурентов в плане маркетинга, ценообразования и аналитики.

Авторами Шавкун Г.А. и Забавиной Е.Ю. представляются следующие функции конкуренции (таблица. 1.1).

Таблица 1.1

Функции конкуренции по авторам Шавкун Г.А. и Забавиной Е.Ю. [36, с. 19]

Функции конкуренции	Факторы конкретной функции
Регулирующая	Конкуренция влияет на распределение ресурсов между отраслями, направляя их туда, где они наиболее востребованы и эффективно используются.
	Данная функция корректирует цены, приближая их к равновесию, которое соответствует спросу = предложению
Инновационная	Благодаря конкуренции каждая компания стремится внедрять новые технологии, улучшать продукт и следить за инновациями
	Стремление обойти конкурентов стимулирует создание новых продуктов, технологий и бизнес-моделей
Распределительная функция	Происходит перераспределение доходов между предприятием и потребителем
	Более конкурентоспособные компании получают больше прибыли, поставляя товары более высокого качества, по более низким ценам
Контролирующая	Из-за конкуренции компании более ответственны перед потребителями
	Если товары не качественные, то компания не держится на рынке долго
Информационная	Компании должны предоставлять информацию о товарах своим потребителям
	Реклама и маркетинг помогают клиентам сделать выбор
Санирующая (оздоровительная)	Конкуренция вытесняет компании, которые предоставляют плохой товар
	Данная функция способствует повышению общей эффективности экономики страны в целом

Главная и основная цель конкуренции – это рост эффективности производства и максимального удовлетворения потребностей клиентов. Автором Юшковой Л.В. представляются следующие подцели конкуренции для предприятий:

- рост прибыли и захват доли рынка;
- рост конкурентоспособности;
- укрепление позиций на рынке;
- привлечение клиентов и формирование их лояльности [38, с. 116].

В свою очередь автор Розанова Н. М. подчёркивает следующие подцели для клиентов:

- получение качественного товара по хорошей цене;
- широкий выбор товаров и услуг;
- получение хорошего уровня обслуживания [24, с. 76].

Таким образом, конкуренция – это важный рычаг экономики, который обеспечивает динамичное развитие благосостояния общества. Также конкуренция стимулирует компании придерживаться хорошей ценовой политики и внедрять инновации в свою деятельность. Далее рассмотрим основные виды конкуренции и конкурентных рынков.

## 1.2 Основные виды конкуренции и конкурентных рынков

В зависимости от соотношения конкуренции на рынке типы рынков можно разделить на рынок совершенной конкуренции, рынок монополистической конкуренции, рынок олигополии и рынок полной монополии. Рассмотрим каждый из них подробнее.

1. Совершенно конкурентный рынок – это рынок, на котором действуют только конкурентные факторы и отсутствуют монопольные факторы. Однако в реальном мире трудно найти рынок с идеальной конкуренцией. Существуют лишь рынки, бесконечно близкие к рынкам совершенной конкуренции,

например, рынок сельскохозяйственной продукции [25, с. 96]. Этот тип рынка имеет следующие характеристики:

- с точки зрения количества производителей: на совершенно конкурентном рынке существует бесчисленное множество производителей, и рынки сельскохозяйственной продукции будут везде, где есть жители.

- с точки зрения различий между продуктами: на этом типе рынка нет никакой разницы между продуктами. Это однородные товары, и сельскохозяйственная продукция, производимая каждой компанией, одинакова.

- с точки зрения сложности входа и выхода: поскольку на этом типе рынка присутствует чрезвычайно большое количество производителей, ограничений на вход и выход нет, и вы можете входить и выходить с рынка по своему усмотрению.

- точки зрения методов конкуренции: поскольку на этом типе рынка вообще нет факторов монополии, каждый производитель может только пассивно принимать ценовые результаты, вызванные рыночной конкуренцией [26, с. 82].

## 2. Рынок монополистической конкуренции.

Рынок монополистической конкуренции – это рынок, на котором факторы монополии и конкуренции сосуществуют, но факторов конкуренции больше. Этот тип рынка очень близок к розничной торговле в реальной жизни, например, напитками, зубной пастой и т. д. Этот тип рынка имеет следующие характеристики:

- по количеству производителей: на рынке монополистической конкуренции много производителей, а также много марок напитков, зубных паст и т. д. [26, с. 117].

- с точки зрения различий в продукции: существуют определенные различия в продукции, производимой на этом типе рынка. Состав напитков и зубных паст у каждого производителя разный.

Что касается сложности входа и выхода, то поскольку на этом типе рынка много производителей, входить и выходить с него относительно легко. С точки

зрения методов конкуренции, например, существуют методы конкуренции на этом типе рынка представляют собой неценовую конкуренцию, которая использует для достижения конкуренции иные факторы, нежели цена, такие как реклама, поддержка знаменитостей и т. д.

3. Олигополистический рынок – это также рынок, на котором сосуществуют факторы монополии и конкуренции, но факторы монополии более выражены. Типичными производителями на этом рынке являются предприятия автомобильной, авиационной, нефтяной, коммуникационной и других отраслей промышленности [27, с. 8-9]. Этот тип рынка имеет следующие характеристики:

- что касается количества производителей;
- с точки зрения различий в продуктах: различия в продуктах, отраженные на этом типе рынка, могут быть разными или нет. Если есть разница, это означает, что продукты, предлагаемые некоторыми олигополистическими рынками, различны, например, автомобили, нефть и т. д. Эти рынки не одинаковы по технологии производства, эксплуатационным характеристикам продукции; если разницы нет, то это означает, что продукция, поставляемая некоторыми олигополистическими рынками, представляет собой однородные товары, которые одинаковы в глазах потребителей, например, сталь и т. д.

Поскольку этот тип рынка монополизирован несколькими производителями, существуют строгие ограничения на вход и выход. Производитель не может входить на рынок по своему усмотрению. Методом конкуренции на рынке олигополии является ценовая конкуренция, которая достигается путем повышения или снижения цен и т. д. с целью борьбы за долю рынка и привлечения большего количества потребителей.

4. Полностью монополистический рынок – это рынок, на котором определенный производитель монополизирует всю отрасль, при этом другие производители не конкурируют с ним. Типичными примерами такого типа

рынка являются чеканка монет, электроэнергия. Этот тип рынка имеет следующие характеристики (рисунок 1.1).

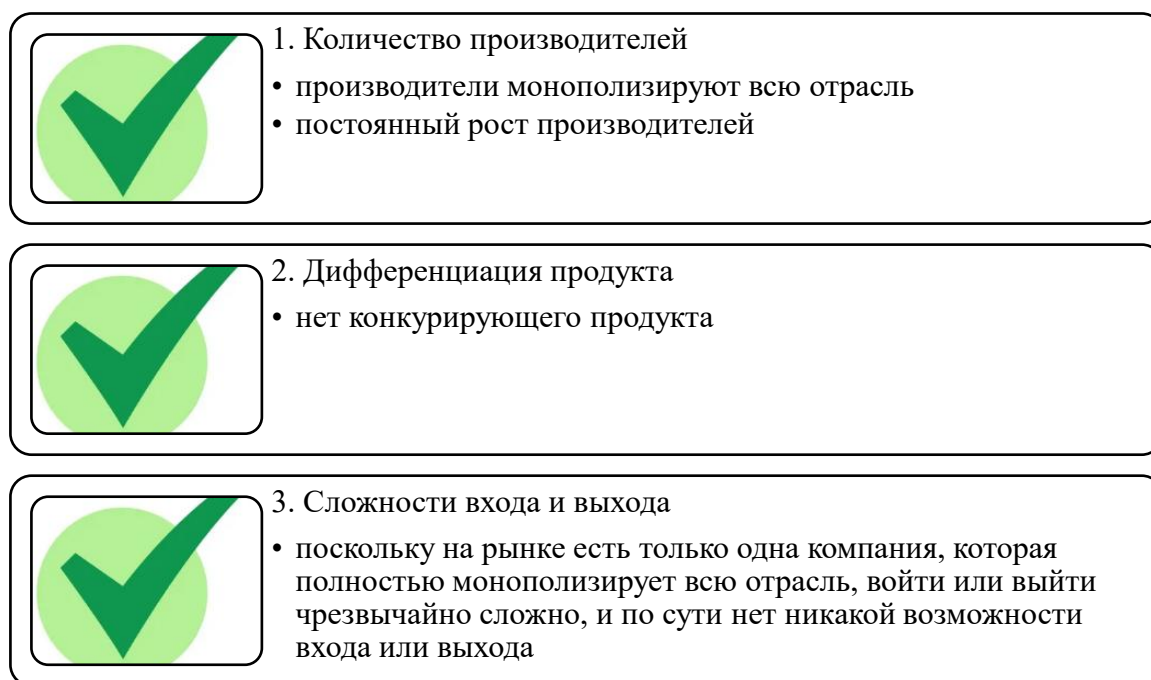


Рис. 1.1 – Характеристики монополии [28, с. 134]

Средством конкуренции, принятым на рынке полностью монополистической конкуренции, является ценовая дискриминация, то есть для предоставления одного и того же продукта или услуги разным потребителям используются разные цены. Например, существует разница между коммерческими ценами на электроэнергию и ценами на электроэнергию для населения. Хотя жители и предприятия пользуются одним и тем же продуктом, разные цены на электроэнергию представляют собой своего рода ценовую дискриминацию.

Автором Кудряшовым М. Ю. представлены следующие виды конкуренции:

- по характеру взаимодействия;
- по интенсивности;
- по географии;

– по отрасли, что помогает определить рыночную власть фирм, их поведение и границы соперничества. Важно рассмотреть данные виды подробнее (таблица 1.2).

Таблица 1.2

## Виды конкуренции [15, с. 17-18]

Вид	Направление конкуренции	Характеристика	Примеры
По характеру взаимодействия	Ценовая	Соперничество за счёт более низкой цены	Акции в магазине
	Неценовая	Соперничество за счёт высокого качества	Акцент на качестве, даже за высокую цену
По интенсивности	Совершенная	Много продавцов и покупателей, никто не влияет на цену и при этом товары идентичны	Валютный рынок, сельское хозяйство
	Несовершенная	Все товары схожи по характеристикам, однако также отличаются по качеству, бренду, упаковке. Свободный вход и выход на рынок	Ресторан, одежда, издательства, парикмахерские
	Олигополия	Мало продавцов, продукция разная (однородная и дифференцированная), барьеры для входа на рынок	Промышленность авто, операторы связи, металлургия
	Монополия	Один продавец. Продукт уникален. Контроль цены	Электроэнергетика, водоснабжение, медицина
По географии	Местная	Конкуренция на уровне города	Мелкие ИП, ООО в городе
	Региональная	Конкуренция в пределах региона	Например: башкирский мёд
	Национальная	Конкуренция в пределах страны	Мираторг, Черкизово и т.д.
	Глобальная	Международная конкуренция	Самокат, Волга-Днепр
По отраслям	Внутриотраслевая	Конкуренция между компаниями, которые производят типовую продукцию	
	Межотраслевая	Конкуренция по разным отраслям производства	

Глобализация производства является движущей силой глобализации торговли, поскольку они взаимосвязаны. Масштаб, объем и эффективность международной торговли продолжают улучшаться. Также измерение инновационности, ранее считавшееся одним из многих ресурсов, которыми фирма обладает для создания конкурентного преимущества, теперь становится источником конкурентного преимущества. Далее рассмотрим понятие и виды конкурентной стратегии.

### 1.3 Понятие и виды конкурентной стратегии

Конкурентная стратегия – это долгосрочный план, который компания использует для получения выгодного положения на рынке по сравнению со своими конкурентами [13, с. 112]. Конкурентная стратегия – это долгосрочный подход, который фирмы используют для получения конкурентного преимущества в глазах своей целевой аудитории. Эффективная конкурентная стратегия поможет фирме развить, улучшить и использовать одно или несколько конкурентных преимуществ [11, с. 101]. Также, конкурентное преимущество – это точка различия между фирмой и ее конкурентами, которая ценится потенциальными клиентами. Наличие более низкой структуры затрат или большей специализированной экспертизы – это распространенные примеры конкурентных преимуществ в сфере услуг.

Возможно, наиболее широко признанная таксономия конкурентной стратегии представлена в книге Майкла Портера 1985 года «Конкурентная стратегия». Он выделяет три основные стратегии:

1. Лидерство по издержкам.
2. Дифференциация. Они дополняются третьим фактором, который определяет, фокусируетесь ли вы на широком или узкоспециализированном рынке. Рассмотрим каждую из них по очереди [23, с. 282].
3. Фокусирование помогает сориентироваться на лидерство на рынке в рамках сегмента. Рассмотрим каждую из них по очереди [23, с. 282].

Стратегия преимущества по стоимости. В стратегии преимущества по стоимости компания пытается быть производителем с наименьшими затратами (рисунок 1.2).

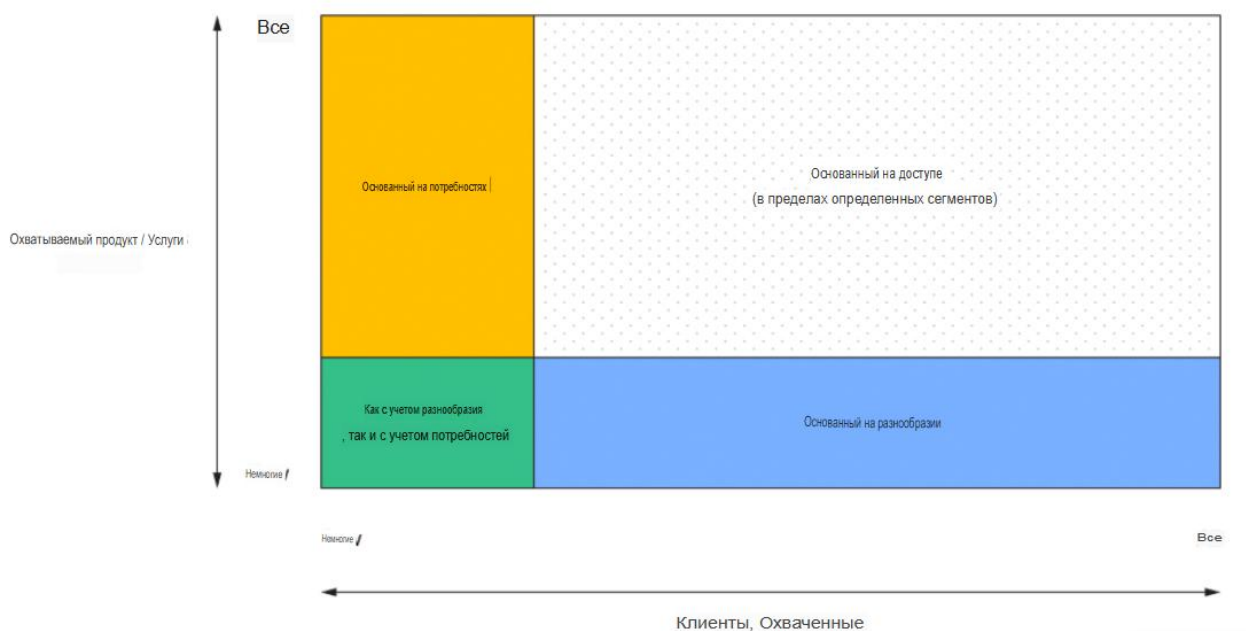


Рис. 1.2 – Активное позиционирование М. Портера [22, с. 185]

В каких-либо услугах это обычно означает снижение стоимости таланта либо путем использования специалистов из стран или регионов с более низкой заработной платой, либо путем использования большей автоматизации в бизнес-процессах фирмы. Во многих отраслях высокие капитальные затраты ограничивают конкурентов. Следовательно, стратегии преимущества по стоимости сложно поддерживать с течением времени [21, с. 306].

Стратегия дифференциации. С помощью стратегии дифференциации компании пытаются установить и поддерживать значимые различия между фирмой и конкурентами. Учитывая характер услуг, поиск и поддержание различий между фирмами является общеизвестно сложной задачей [22, с. 85].

Стратегия фокусировки или специализации. Измерение фокусировки конкурентной стратегии признает, что либо стратегия преимущества по стоимости, либо стратегия дифференциации могут быть применены к очень

широкому (несфокусированному или общему) рынку или более узкому (нишевому) рынку. Другими словами, можно преследовать преимущество по стоимости в узком (нишевом) сегменте рынка или на широком рынке. То же самое относится и к стратегии дифференциации.

Портер М. представил свою концепцию пяти сил в 1979 году как способ понять привлекательность отрасли. Его концепция произвела революцию в том, как менеджеры и предприниматели анализируют конкурентную среду своей отрасли, изучая конкретные силы, движущие промышленную конкуренцию [23, с. 106]. Она стала одним из самых популярных инструментов бизнес-стратегии.

Пять сил включают в себя:

- 1) угроза новых участников;
- 2) переговорная сила покупателей;
- 3) переговорная сила поставщиков;
- 4) угроза замещающих продуктов;

5) услуг и соперничество между существующими конкурентами [23, с. 69]. Первые четыре силы определяют пятую силу, конкурентное соперничество, которое может быть минимальным или интенсивным в зависимости от количества и силы конкурентов. Сила каждой из сил отрицательно влияет на прибыльность. Важно, что Портер предположил, что эти пять сил применимы к каждой отрасли, независимо от уровня ее технологий, будь то в развитой или развивающейся экономике, и с государственным вмешательством или без него.

Есть три вида деятельности, которые можно выполнять в рамках этой структуры позиционирования: основанные на разнообразии, основанные на потребностях и основанные на доступе [24, с. 96]. В качестве дополнения к общим стратегиям эти тактики дали более четкие пути к тому, как фирма может получить конкурентное преимущество и, таким образом, добиться успеха в рамках более широкой общей стратегии. Например, общая стратегия лидерства по издержкам просто подразумевает, что фирма должна производить по самой низкой себестоимости, на основании маршрутов позиционирования. Они наглядно показаны ниже:

1. **Позиционирование на основе разнообразия.** Это стратегия, при которой фирма производит подмножество продуктов или услуг всей отрасли. Таким образом, она выбирает не сегментацию по клиенту, а выбор предложения. Этот целенаправленный подход может позволить компании масштабироваться за счет специализации и, путем распределения ресурсов в определенные области, что позволяет ей ускорить инновации, повысить качество обслуживания и добиться снижения затрат.

2. **Позиционирование на основе потребностей.** Обратной стороной позиционирования на основе разнообразия является возможность простого нацеливания на сегменты клиентов и удовлетворения всех их потребностей. Это создает совершенство посредством понимания клиента и охвата его полной цепочки создания стоимости посредством индивидуального обслуживания и повторного бизнеса.

3. **Позиционирование на основе доступа.** Последняя стратегия – нацеливание на клиентов, которые имеют схожие потребности, но с разными путями доступа к продукту или услуге. Доступ может определяться географией или масштабом клиентов, настолько, что фирма требует разных методов доставки, чтобы обслуживать их эффективно [9, с. 174].

Конкурентная стратегия фирмы касается того, как конкурировать в областях бизнеса, в которых фирма работает. Другими словами, конкурентная стратегия означает определение того, как фирма намерена создавать и поддерживать конкурентное преимущество по отношению к конкурентам. Удержание конкурентного преимущества над конкурентами означает быть более прибыльным, чем конкуренты в долгосрочной перспективе [15, с. 26-27]. Конкурентная стратегия фирмы в любой области бизнеса рассматривается с учетом двух факторов:

- создание конкурентного преимущества;
- защита конкурентного преимущества. Создание конкурентного преимущества описывается как результат либо проактивной, либо реактивной конкурентной стратегии.

Проактивные стратегии, в свою очередь, могут быть двух разных типов:

- 1) улучшение производительности (конкурентная стратегия той же игры);
- 2) изменение правил игры (конкурентная стратегия новой игры).

Наконец, существуют и другие формы конкурентных стратегий:

- создание совершенно новой (несуществующей) области бизнеса;
- расширение географического охвата области бизнеса (конкурентная стратегия между рынками);
- расширение сферы бизнеса (конкурентная стратегия между бизнесами)

[12, с. 185].

Таким образом, конкурентная стратегия – это процесс развития конкурентного преимущества и получения прибыли выше среднего для заинтересованных сторон. Конкурентное преимущество достигается посредством стратегического управления ресурсами, возможностями и основными компетенциями, а также реагирования фирмы на возможности и угрозы во внешней среде. Навигация по сложному набору стратегических факторов требует понимания их влияния на конкурентную стратегию. Конкурентная стратегия фирмы заключается в том, что понимание и манипулирование факторами, вызывающими это неравенство, для предоставления фирме устойчивого конкурентного преимущества во многом определяют долгосрочный успех бизнеса.

Таким образом, фирмам открыто множество стратегий. При формулировании конкурентной стратегии следует помнить о некоторых важных вещах. Ресурсы ограничены, а возможности безграничны. Суть стратегии заключается в выборе действий, отличающихся от действий конкурентов. Конкурентная стратегия может быть направлена на создание совершенно новой области бизнеса. Если область бизнеса прибыльна для фирмы, фирма создает конкурентное преимущество. Фирма занимает монопольное положение, поскольку новые фирмы входят в область бизнеса. Этот случай особенно характерен для высоко инновационных и развивающихся отраслей.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): федеральный закон № 51-ФЗ: [принят Гос. Думой 21 октября 1994 г. : в ред. Федерального закона от 08.12.2020 № 427-ФЗ]. – СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения 11.05.2025).

2. Российская Федерация. Законы. О несостоятельности (банкротстве) : федеральный закон № 127-ФЗ : [принят Гос. Думой 27 сентября 2002 г. : одобр. Советом Федерации 16 октября 2002 г. : в ред. Федерального закона 30.12.2020 № 542-ФЗ]. – СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения 17.05.2025).

3. Российская Федерация. Законы. О бухгалтерском учете : федеральный закон № 402-ФЗ : [принят Гос. Думой 22 ноября 2011 г. : одобр. Советом Федерации 29 ноября 2011 г. : в ред. Федерального закона 26.07.2019 № 247-ФЗ]. – СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения 19.05.2025).

4. Российская Федерация. М-во финансов. Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99) : приказ М-ва финансов Рос. Федерации № 43н : [от 06 июля 1999 г. : в ред. Приказа Минфина РФ от 08.11.2010 г. № 142н]. – СПС «КонсультантПлюс». – (дата обращения 20.05.2025).

5. Российская Федерация. М-во финансов. О формах бухгалтерской отчетности организаций : приказ М-ва финансов Рос. Федерации № 66н : [от 02 июля 2010 г. : в ред. Приказа Минфина РФ от 19.04.2019 г. № 61н]. – СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения 11.05.2025).

6. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер. закон от 26.06.2006 № 135-ФЗ // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. 2. Приказ Федеральной антимонопольной службы РФ от 28.04.2010 г. № 220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» [Электронный ресурс].

Режим

доступа:

[<http://fas.gov.ru/documents/documentdetails.html?id=296>]

7. Адамайтис, Л. А. Анализ финансовой отчетности: практикум : учебное пособие для студ. вузов / Л. А. Адамайтис. – Москва : КноРус, 2021. – 396 с.
8. Азгальдов, Г. Г. Интеллектуальная собственность, инновации и квалиметрия / Г. Г. Азгальдов, А. В. Костин // Экономические стратегии. – 2019. – № 2 (60). – С. 162-164.
9. Балабанов, И. Т. Основы финансового менеджмента : учебное пособие / И. Т. Балабанов. – 2-е изд., доп. и перераб. – Москва : Финансы и статистика, 2018 – 512 с.
10. Батьковский, А. М. Совершенствование анализа финансовой устойчивости предприятия / А. М. Батьковский, М. А. Батьковский, С. В. Гордейко, А. П. Мерзлякова // Аудит и финансовый анализ. – 2021. – № 5. – С. 45-51.
11. Власевич, Ю.Е. К созданию в России конкурентной среды / Ю.Е. Власевич // Рос. Экон. журнал. – 2021. - № 10. – С. 99-103/.
12. Долан, Э. Дж. Рынок: микроэкономическая модель : учебник для вузов / Э. Дж. Долан, Д. Линдсей. СПб.: Кульинформпресс, 2021. – 467 с.
13. Ермолов, М.О. Конкурентоспособность предприятий: учебник / М.О. Ермолов. СПб.: Бизнес – пресса, 2021. - 271 с.
14. Завьялов, П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: 3В Учебное пособие.- М.: ИНФРА-М, 2021. – 496 с.
15. Кудряшов, М. Ю. Разработка мероприятий по совершенствованию конкурентной стратегии предприятия (на примере ООО «Трак Сервис») : вып. квалификац. работа по спец. "Менеджмент" / М. Ю. Кудряшов ; рук. работы А. Е. Семенычева ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Самар. нац. исслед. ун-т им. С. П. Королева (Самар. ун-т), Ин-т экономики и упр., Каф. орг. пр-ва. - Самара, 2021.
16. Малышенко, В. А. Актуальные направления развития системности в методологии анализа финансового состояния предприятия : монография / В. А. Малышенко. – Москва : Русайнс, 2021. – 118 с.

17. Немировский, И.Б. Бюджетирование. От стратегии до бюджета - пошаговое руководство (+ CD-ROM) / И.Б. Немировский, И.А. Старожукова. - М.: Вильямс, 2022. - 512 с.
18. Носова, Н. С. Конкурентная стратегия компании, или Маркетинговые методы конкурентной борьбы / Н.С. Носова. - М.: Дашков и Ко, 2022. - 256 с.
19. Носова, Н.С. Конкурентная стратегия компании или Маркетинговые методы конкурентной борьбы / Н.С. Носова. - М.: Дашков и К°, 2023. - 282 с.
20. Олехнович, Г. И. Конкурентные стратегии / Г.И. Олехнович. - М.: БГЭУ, 2022. - 264 с
21. Портер, М. Конкуренция: уч. пос.: пер. с англ / М. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2022. – 495 с.
22. Портер, М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов: учебник / М. Портер; пер. с англ. В.Г. Дудин; под ред. А.А. Шпис. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2021. - 453 с.
23. Портер, М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: учебник / М. Портер; пер. с фр. Д.М. Ляпешев; под ред. Л.В. Сафоновой. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2021. - 715 с/
24. Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы : учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 343 с. — (Высшее образование).
25. Савчук Г.А., Управление маркетингом на предприятии, учеб. пособие / Савчук Г.А., Мокерова Ю.В. М., 2014. 350 с. 40.Саяпина О.Н. Современные направления повышения конкурентоспособности организаций / О.Н. Саяпина // Символ науки. 2021. Т. 1. № 2.
26. Сергеев И.В, Веретенникова И.И. Экономика организаций (предприятий): учебник / под ред. И. В.Сергеева. М.: Велби; Проспект, 2015. 354 с.
27. Тарелко В.В. Расчет экономической эффективности маркетинговой политики предприятия / В.В. Тарелко// Маркетинг, реклама и сбыт. 2021. № 3.
28. Тихомиров В.П. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинг

коммуникации: учеб. пособие / В.П. Тихомиров. СПб.: Питер, 2021. 260 с.

29. Толстикова Е.А. Дискуссионные вопросы о сущности конкурентоспособности предприятия / Е.А. Толстикова / Молодой ученый. 2021. №20.

30. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования: учебник / Д.В. Тюрин. – М.: Юрайт, 2013. 240 с.

31. Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособие. М.: ЭКСМО, 2021. – 410 с.

32. Финансовая жизнь : журнал / изд. Академия менеджмента и бизнес-администрирования; гл. ред. Н.А. Адамов. – Москва: Академия менеджмента и бизнес-администрирования, 2018. – № 1. – 116 с.

33. Хруцкий, В. Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка / Хруцкий В. Е., Корнеева И. В. // М.: Финансы и статистика, 2021. – 390 с.

34. Чубаков, Г. Н. Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия : метод, пособие для вузов / Г. Н. Чубаков. – М. : ИНФРА-М, 2021. – 499 с.

35. Швырков, Ю. М. Государственное регулирование экономики / Ю.М. Швырков // Экономист. – 2021. - № 6. – С. 35-48.

36. Шавкун Г.А., Забавина Е.Ю. Факторы и подходы определения конкурентных преимуществ национальной экономики // Вестник Донецкого национального университета Серия В. Экономика и право. 2021. № 3.

37. Юшкова, Л.В. Сущностный подход к экономической категории «Конкурентная среда» / Л.В. Юшкова // Микроэкономика. - 2021, с. 82-86.

38. Юшкова, Л.В. Формирование и развитие рынка продовольственных товаров на основе конкурентных отношений: теория, методология, практика : автореф. дис. ... д-ра экон. наук. : 08.00.05 / Юшкова Людмила Валерьевна. – Красноярск, 2021. – 413 с.

39. Яшин, Н. С. Конкурентоспособность промышленного предприятия: методология, оценка, регулирование. Саратов: СГЭА, 2021. – 329 с.

40. Подсакофф, П.М., Маккензи, С.Б., Ли, Дж.Й. и Подсакофф, Н.П. (2023). Распространенные методические ошибки в поведенческих исследованиях: критический обзор литературы и рекомендуемые средства исправления. Журнал прикладной психологии, 88 (5), 879–903.

41. ООО «Алмакор и К» : официальный сайт. – Красноярск, 2016. – URL: <https://almakor.ru/> (дата обращения 21.05.2025).

42. Федеральная налоговая служба : официальный сайт. – Красноярск, 2005. – URL: <https://www.nalog.ru> (дата обращения 21.05.2025).

Бухгалтерская отчетность ООО ЧОО «Гелиос» за 2024 год

ИНН 2464139831

КПП 246401001

Форма по 0710096

КНД

Форма по 0710002

ОКУД

**Отчет о финансовых результатах**

<i>Пояснения<sup>6</sup></i>	<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>На 31 декабря 2024 года.</i>	<i>На 31 декабря 2023 года.</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
	Выручка <sup>7</sup>	2110	209 979	94 469
	Расходы по обычной деятельности <sup>8</sup>	2120	(110 286)	(61 045)
	Проценты по уплате	2330	(-)	(-)
	Прочие доходы	2340	1 398	-
	Прочие расходы	2350	(859)	(398)
	Налоги и прибыль (доходы) <sup>9</sup>	2410	(6 648)	(2 648)
	<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	<b>2400</b>	<b>93 584</b>	<b>30 378</b>

## Бухгалтерская отчетность ООО ЧОО «Гелиос» за 2023 год

ИНН 2464139831

КПП 246401001

Форма по 0710096

КНД

Форма по 0710002

ОКУД

## Отчет о финансовых результатах

<i>Пояснения<sup>6</sup></i>	<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>На 31 декабря 2023 года.</i>	<i>На 31 декабря 2022 года.</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
	Выручка <sup>7</sup>	2110	94 469	38 522
	Расходы по обычной деятельности <sup>8</sup>	2120	(61 045)	(35 767)
	Проценты по уплате	2330	(-)	(-)
	Прочие доходы	2340	-	-
	Прочие расходы	2350	(398)	(299)
	Налоги и прибыль (доходы) <sup>9</sup>	2410	(2 648)	(381)
	<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	<b>2400</b>	<b>30 378</b>	<b>2 075</b>

Бухгалтерская отчетность ООО ЧОО «Гелиос» за 2022 год

ИНН 2464139831

КПП 246401001

Форма по 0710096

КНД

Форма по 0710002

ОКУД

**Отчет о финансовых результатах**

<i>Пояснения<sup>6</sup></i>	<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>На 31 декабря 2022 года.</i>	<i>На 31 декабря 2021 года.</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
	Выручка <sup>7</sup>	2110	38 522	34 119
	Расходы по обычной деятельности <sup>8</sup>	2120	(35 767)	(31 597)
	Проценты по уплате	2330	(-)	(-)
	Прочие доходы	2340	-	-
	Прочие расходы	2350	(299)	(310)
	Налоги и прибыль (доходы) <sup>9</sup>	2410	(381)	(341)
	<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	<b>2400</b>	<b>2 075</b>	<b>1 871</b>



Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

Факультет Экономический

(полное наименование факультета)

Направление подготовки (код) 38.03.02 Менеджмент

направленность (профиль) образовательной программы Финансовый менеджмент

Выпускающая кафедра Менеджмента

(полное наименование кафедры)

ОТЗЫВ

на выпускную квалификационную работу

Студента(ки) Колупавцевой Кристины группы \_\_\_\_\_

(Ф.И.О. полностью) Александрович

на тему Разработка бизнес-плана по совершенствованию конкурентной стратегии ЧОО "Темное"

(наименование темы согласно приказу)

Выпускная квалификационная работа бакалавра выполнена на 56 страницах, содержит приложение(ия) на 4 страницах.

1. Актуальность и значимость темы обусловлена высококонкурентной средой деятельности организации

2. Логическая последовательность обеспечена, соответствует предъявляемым требованиям и целям исследования

3. Аргументированность и конкретность выводов и предложений выводы подтверждены статистическими данными и конкретными

4. Полнота проработки литературных источников обеспечена, по теме исследования не проработано 42 источника

5. Качество общего оформления работы, таблиц, иллюстраций, приложений, графиков соответствует предъявляемым требованиям, работу отличает высокая читабельность и качество изложенных материалов.

6. Положительные стороны работы рекомендации учитывают специфику особенностей деятельности, отражены все ее аспекты и реализуемость и измеримость

по времени

7. Уровень самостоятельности при работе над темой выпускной квалификационной работы сформирован на высокий уровень все компетенции, предусмотренные образовательной программой работы выпускника.

8. Недостатки работы

не выявлены

9. Оценка сформированности ОК, ОПК и ПК, отработанных обучающимся при работе над темой выпускной квалификационной работы все компетенции - на высоком уровне

10. Выпускная квалификационная работа соответствует (не соответствует) установленным требованиям к выпускным квалификационным работам и может быть (не может быть) рекомендована к защите на заседании Государственной экзаменационной комиссии. Работа заслуживает оценки отлично.

(оценка прописью)

Руководитель выпускной квалификационной работы

Знамен Викторовна Юрченко, к.т.н. доцент

(Ф.И.О. должность, ученая степень, ученое звание)

« 20 » 02 20 26 г.

(подпись руководителя)

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

Факультет Экономический

(полное наименование факультета)

Направление подготовки (код) 38.03.02 Менеджмент

направленность (профиль) образовательной программы: Финансовый менеджмент

Выпускающая кафедра Менеджмента

(полное наименование кафедры)

## РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную работу

Студента(ки) Качуровской Кристины Александровны, группы 321-м

(Ф.И.О. полностью)

на тему: «Предложения по совершенствованию конкурентной стратегии

(полное наименование темы согласно приказу)

ООО ЧОО «Гелиос».

Выпускная квалификационная работа бакалавра выполнена на 57 страницах, содержит приложение(ия) на 4 страницах.

1. Актуальность, новизна и практическая значимость темы: Тема исследования является высоко актуальной, так как доходы являются основным фактором формирования прибыли и финансовой устойчивости организации.
2. Логическая последовательность: Материал изложен логично и последовательно. Структура работы соответствует поставленным целям.
3. Аргументированность и конкретность выводов и предложений: Выводы автора базируются на глубоком анализе финансовых показателей и первичной документации исследуемой организации. Предложения по совершенствованию учета аргументированы.
4. Полнота проработки литературных источников: Автором изучен широкий круг источников, включая актуальные законодательные акты, труды ведущих экономистов в области менеджмента. Список литературы составлен корректно и соответствует теме.
5. Качество общего оформления работы, таблиц, иллюстраций, приложений, графиков: Оформление работы соответствует стандартам института. Таблицы и рисунки наглядны, информативны и имеют необходимые ссылки на источники данных.
6. Положительные стороны работы: К положительным сторонам можно отнести

глубокий анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО ЧОО «Гелиос». Особого внимания заслуживают рекомендации, именно они были необходимы Организации.

7. Недостатки работы: Не найдены.

8. Оценка сформированности ОК, ОПК и ПК, отработанных обучающимся при работе над темой выпускной квалификационной работы: В процессе выполнения работы, студентка продемонстрировала высокий уровень сформированности общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций. Проявлена способность самостоятельно решать поставленные задачи в области менеджмента.

9. Какие предложения целесообразно внедрить в практику: Все предложенные студенткой предложения целесообразно внедрить, так как это значительно повысит уровень совершенствования конкурентной стратегии ООО ЧОО «Гелиос».

10. Выпускная квалификационная работа соответствует (не соответствует) всем установленным требованиям к выпускным квалификационным работам и может быть (не может быть) рекомендована к защите на заседании Государственной экзаменационной (итоговой) комиссии.

Работа заслуживает оценки - отлично, а ее автор заслуживает присвоения  
(оценка прописью)  
квалификации<sup>1</sup> - бакалавр, по направлению подготовки (код) - менеджмент

Рецензент выпускной квалификационной работы - Генеральный директор ООО ЧОО «Гелиос» Лукина Ольга Ивановна.

(Ф.И.О. должность, ученая степень, ученое звание, место работы)

« 20 » 02 2026 г.



<sup>1</sup> Прописывается при условии положительной оценки



# Отчет о проверке

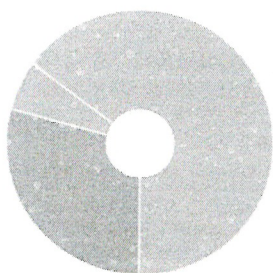
Автор: Качуровская Кристина Александровна

Название документа: Качуровская, К.А. Разработка предложений по совершенствованию конкурентной стратегии ООО ЧОО «Гелиос»

Проверяющий: Яковлева Екатерина Андреевна

Организация: АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "СИБИРСКИЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА, УПРАВЛЕНИЯ И ПСИХОЛОГИИ"

## РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕРКИ



Совпадения:  
28,98%



Оригинальность:  
64,8%



ИИ-контент:  
0%



Цитирования:  
6,22%



Самоцитирования:  
0%



1 «Совпадения», «Цитирования», «Самоцитирования», «Оригинальность» являются отдельными показателями, отображаются в процентах и в сумме дают 100%, что соответствует проверенному тексту документа.

2 Проверено: 77,53% текста документа, исключено из проверки: 22,47% текста документа. Разделы и элементы, отключенные пользователем: Библиография, Таблицы

- **Совпадения** — фрагменты проверяемого текста, полностью или частично сходные с найденными источниками, за исключением фрагментов, которые система отнесла к цитированию или самоцитированию. Показатель «Совпадения» — это доля фрагментов проверяемого текста, отнесенных к совпадениям, в общем объеме текста.
- **Самоцитирования** — фрагменты проверяемого текста, совпадающие или почти совпадающие с фрагментом текста источника, автором или соавтором которого является автор проверяемого документа. Показатель «Самоцитирования» — это доля фрагментов текста, отнесенных к самоцитированию, в общем объеме текста.
- **Цитирования** — фрагменты проверяемого текста, которые не являются авторскими, но которые система отнесла к корректно оформленным. К цитированиям относятся также шаблонные фразы; библиография; фрагменты текста, найденные модулем поиска «СПС Гарант: нормативно-правовая документация». Показатель «Цитирования» — это доля фрагментов проверяемого текста, отнесенных к цитированию, в общем объеме текста.
- **Текстовое пересечение** — фрагмент текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника.
- **Источник** — документ, проиндексированный в системе и содержащийся в модуле поиска, по которому проводится проверка.
- **Оригинальный текст** — фрагменты проверяемого текста, не обнаруженные ни в одном источнике и не отмеченные ни одним из модулей поиска. Показатель «Оригинальность» — это доля фрагментов проверяемого текста, отнесенных к оригинальному тексту, в общем объеме текста.

Обращаем Ваше внимание, что система находит текстовые совпадения проверяемого документа с проиндексированными в системе источниками. При этом система является вспомогательным инструментом, определение корректности и правомерности совпадений или цитирований, а также авторства текстовых фрагментов проверяемого документа остается в компетенции проверяющего.

## ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

Номер документа: 4

Тип документа: Не указано

Дата проверки: 26.02.2026 10:59:35

Дата корректировки: Нет

Комментарий: не указано

Количество страниц: 57

Символов в тексте: 81147

Слов в тексте: 10290

Число предложений: 2214

Ректору АНО ВО СИБУП  
Е.В. Забуге  
660069, г. Красноярск, ул. Московская, 7а

Об отказе размещения выпускной  
квалификационной работы в электронно-  
библиотечной системе АНО ВО СИБУП

По результатам рассмотрения выпускной квалификационной работы на тему:  
« Разработка предложений по совершенствованию  
конкурентной стратегии ООО ЧОО "Телос" »

(полное название темы)

выполненной студентом Загуровской Кристиной Александровной

(Ф.И.О. студента полностью)

с использованием информации и материалов, представленных в  
ООО ЧОО "Телос"

(полное наименование организации)

сообщаем, что текст представленной выпускной квалификационной работы содержит  
сведения о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют  
действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их  
третьим лицам. В соответствии с вышеизложенным

ООО ЧОО "Телос"

(полное наименование организации)

отказывает в согласовании размещения в электронно-библиотечной системе АНО ВО  
СИБУП текста выпускной квалификационной работы, выполненной по теме

« Разработка предложений по совершенствованию  
конкурентной стратегии ООО ЧОО "Телос" »

студентом Загуровской Кристиной Александровной

(Ф.И.О. студента полностью)

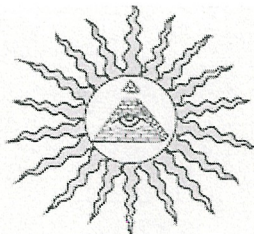
Ген. директор

должность



Лукша О.И.

(Ф.И.О.)



ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ ЧАСТНАЯ ОХРАННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
**ГЕЛИОС**

ИНН 2464139831 Юридический адрес: 660079, РФ, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Александра Матросова, 30 «Л», стр. 11, пом. 3  
КПП 246401001 Почтовый адрес: 660079, РФ, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Александра Матросова, 30 «Л», стр. 11, пом. 3  
ОГРН 1172468066132 e-mail: ohranagelios@bk.ru; тел. +7(391) 250-37-35

Ректору АНО ВО «СИБУП»

Е.В. Забуга

От Генерального директора  
ООО ЧОО «Гелиос»

И.С. Качуровского

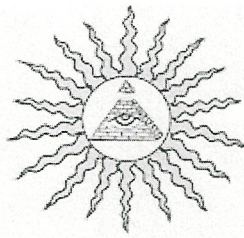
Исх. № 233  
от 01.11.2025 г.

Прошу Вас закрепить тему ВКР: «Разработка предложений по совершенствованию конкурентной стратегии ООО ЧОО «Гелиос»», за студенткой АНО ВО «СИБУП» - Качуровской Кристиной Александровной.

Генеральный директор  
ООО ЧОО «Гелиос»



И.С. Качуровский



ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ ЧАСТНАЯ ОХРАННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
**ГЕЛИОС**

ИНН 2464139831 Юридический адрес: 660079, РФ, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Александра Матросова, 30 «Л», стр. 11, пом. 3  
КПП 246401001 Почтовый адрес: 660079, РФ, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Александра Матросова, 30 «Л», стр. 11, пом. 3  
ОГРН 1172468066132 e-mail: ohranagelios@bk.ru; тел. +7(391) 250-37-35

Ректору АНО ВО «СИБУП»

Е.В. Забуга

Исх. № 357  
от 04.02.2026 г.

Настоящим сообщая, что на общем собрании коллектива, с участием руководства ООО ЧОО «Гелиос», при подведении итогов работы за 2025 год, были рассмотрены «Предложения по совершенствованию конкурентной стратегии ООО ЧОО «Гелиос»».

Докладчиком и разработчиком указанных Предложений была заслушана студентка АНО ВО «СИБУП» - Качуровская Кристина Александровна. Кроме того, по данному вопросу выступили - директор по развитию - А.М. Козырев и бухгалтер О.А. Козерецкая.

Учитывая актуальность обозначенной и заслушанной темы, включенной в повестку рабочего совещания, на основании поступивших от Качуровской К.А. предложений, по совершенствованию организации деятельности и развития конкурентной стратегии ООО ЧОО «Гелиос» - «Предложения по совершенствованию конкурентной стратегии ООО ЧОО «Гелиос» получили высокую оценку «Совета директоров» и взяты за основу, при формировании планов развития ООО ЧОО «Гелиос», на 2026 год.

Генеральный директор  
ООО ЧОО «Гелиос»



О.И. Лукина