

*Артамонов Илья Валерьевич
студент 6 курса,
Кафедра экономической безопасности
Калужский филиал РАНХиГС,
Россия, г. Калуга
e-mail: il391@mail.ru*

*Научный руководитель: Лесина Т.В.,
кандидат экономических наук, доцент
Калужский филиал РАНХиГС,
Россия, г. Калуга*

ПРОГНОЗ УЛУЧШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ООО «ФОБРО КАЛУГА»

Аннотация: Статья посвящена улучшению конкурентоспособности и экономической безопасности ООО «Фобро Калуга». После применения оптимизации рекламных расходов, через применение метода линейного программирования, затраты на рекламу ООО «Фобро Калуга» могут уменьшиться на 7281 ед./руб. при сохранении объемов прибыли. направлением для улучшения финансовой устойчивости организации является расширение рынка сбыта за счет создания собственного интернет – магазина. Представленные в работе мероприятия по качественному освещению, улучшению условий транспортировки, производству экологически чистого линолеума, рекламированию собственной продукции и открытию интернет – магазина позволят получить ООО «Фобро Калуга» несомненные конкурентные преимущества и повысить уровень экономической безопасности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, оптимизация, финансовая устойчивость, экономическая безопасность.

*Artamonov Ilya Valerievich
6 year student,
Department of Economic Security
Kaluga branch of RANHIGS,
Russia, Kaluga*

*Scientific adviser: Lesina T.V.,
candidate of economic sciences, associate professor
Kaluga branch of RANHIGS,
Russia, Kaluga*

FORECAST OF IMPROVEMENT OF COMPETITIVENESS AND ECONOMIC SECURITY OF FOBRO KALUGA LLC

Abstract: *The article is dedicated to improving the competitiveness and economic security of Fobro Kaluga LLC. After the application of optimization of advertising costs, through the application of the linear programming method, the cost of advertising "Fobro Kaluga" can be reduced by 7,281 units/rubles while maintaining the volume of profits. the direction to improve the financial stability of the organization is to expand the market by creating its own online store. Presented in the work of events on quality lighting, improving transportation conditions, producing environmentally friendly linoleum, advertising their own products and opening an online store will give "Forbo Kaluga" LLC undoubted competitive advantages and increase the level of economic security.*

Keywords: competitiveness, optimization, financial sustainability, economic security.

У организации есть проблемы с узнаваемостью бренда и с продвижением товара на рынке по сравнению с конкурентами.

При постановке задачи линейного программирования, была установлена задача на минимизацию расходов на рекламу при неизменной прибыли.

Через программу Excel автоматически находятся оптимальные значения затрат, при заданных ограничениях. Так как целевая функция стремится к минимизации, то найденные значения будут являться оптимальными. Полученные значения затрат, после оптимизации представлены в таблице 23-25. Таблица 1– Данные о расходах на рекламу ООО «Фобро Калуга» после оптимизации

Вид рекламы	Затраты отчетного периода, ед./руб.	Затраты после оптимизации, ед./руб.	Частота выхода раз в месяц	Выручка от вида рекламы, ед./руб.
Реклама в газете	2900	2003	2	3500
Телереклама	12000	8333	60	20000
Бегущая строка	5000	2283	180	15000
Итого	19900	12619		38500

Таким образом, после применения оптимизации рекламных расходов, через применение метода линейного программирования, затраты на рекламу

ООО «Фобро Калуга» могут уменьшиться на 7281 ед./руб. при сохранении объемов прибыли.

Таблица 2– Расходы на рекламу ООО «Фобро Калуга» с учетом количества выходов

Вид рекламы	Частота выхода раз в месяц	Затраты отчетного периода, руб.	Затраты после оптимизации, руб.	Изменение, руб.
Реклама в газете	2	5800	4006	- 1794
Телереклама	60	720000	499980	- 220020
Бегущая строка	180	900000	410940	- 489060
Итого		1625800	914926	- 710874

Применяя метод линейного программирования для оптимизации расходов на рекламу, организация сможет высвободить 711 тыс. руб., т.е. сократить расходы на эту сумму. Высвободившиеся средства предлагается направить на погашение задолженности по краткосрочным кредитам и займам.

Таблица 3 – Результаты применения оптимизации расходов на рекламу организации, через применение линейного программирования, тыс. руб.

Наименование показателя	Отчетный период	Оптимизированное значение показателя	Изменение
Выручка	6204	6204	-
Себестоимость	4398	3687	- 710874
Прибыль от продаж	1806	2517	+ 710874
Краткосрочные кредиты и займы	4540	3829	- 710874
Коэффициент автономии	0,24	0,28	+ 0,04
Коэффициент финансовой устойчивости	0,51	0,55	+ 0,04

Опираясь на данные представленные в таблице 25, можно сказать, что мероприятие по оптимизации расходов на рекламу организации способствовало улучшению финансовой устойчивости ООО «Фобро Калуга».

Третьим направлением для улучшения финансовой устойчивости организации является расширение рынка сбыта за счет создания собственного интернет – магазина.

Создание собственного интернет – магазина, естественно, влечет за собой затраты, которые делятся на первоначальные (таблица 26) и ежемесячные.

Таблица 4– Первоначальные затраты на создание интернет - магазина, руб.

Статья затрат	Сумма
Художественное оформление сайта	10000
Покупка хостинга	1600
Регистрация домена (в зоне .ru или .рф)	190
Итого	11790

Таким образом, первоначальные затраты на создание собственного интернет - магазина составляют 11790 руб. При этом покупка хостинга осуществляется на год вперед, т.е. через 12 месяцев организации необходимо продлить право им пользоваться. Это же касается регистрации и продления домена.

Кроме первоначальных затрат, естественно, у организации возникнут и ежемесячные затраты (таблица 27). Но существует два варианта оплаты заработной платы контент – менеджера¹.

Таблица 5 – Первый вариант ежемесячные затраты организации по содержанию интернет – магазина, руб.

Статья затрат	1 месяц	2 месяц	3 месяц	2 кв.	3 кв.	Год
Аренда склада	5000	5000	5000	15000	15000	60000
Заработная плата контент-менеджера	15000	15000	15000	45000	45000	180000
Страховые взносы, НДС и ПЗ	4530	4530	4530	13590	13590	54360
Доступ в Интернет	550	550	550	1650	1650	6600
Хостинг						1600
Продление домена						190
Реклама Яндекс.Директ	3000	3000	3000	9000	9000	36000
Реклама Яндекс.Маркет	3000	3000	3000	9000	9000	36000

¹ Контент – менеджер – сотрудник организации, который следит за наполняемостью и функционированием интернет – магазина (или сайта).

Итого	31080	31080	31080	93240	93240	374750
-------	-------	-------	-------	-------	-------	--------

При принятии на работу дополнительного работника затраты на содержание интернет-магазина составят 31080 руб. Второй вариант оплаты услуг контент – менеджера, это передача его функций персоналу отдела сбыта. Вследствие этого затраты на содержание составят 19362 руб. (таблица 28).

Таблица 6 – Второй вариант ежемесячных затрат организации по содержанию интернет – магазина, руб.

Статья затрат	1 месяц	2 месяц	3 месяц	2 кв.	3 кв.	Год
Аренда склада	5000	5000	5000	15000	15000	60000
Дополнительная заработная плата, за функции контент-менеджера	6000	6000	6000	18000	18000	72000
Дополнительные страховые взносы, НС и ПЗ	1812	1812	1812	5436	5436	21744
Доступ в Интернет	550	550	550	1650	1650	6600
Хостинг						1600
Продление домена						190
Реклама Яндекс.Директ	3000	3000	3000	9000	9000	36000
Реклама Яндекс.Маркет	3000	3000	3000	9000	9000	36000
Итого	19362	19362	19362	58086	58086	234134

Для организации наиболее выгодным является вариант с наделением функциями контент – менеджера сотрудника отдела сбыта. При этом методе ежемесячные затраты организации увеличатся на 19362 руб., ежегодно эта сумма составит 234134 руб. Общая сумма затрат организации на открытие интернет – магазина составит 245924 руб.

Но при использовании данного метода рекламирования организация сумеет увеличить объемы продаж на 13%. Вследствие этого, изменится и объем выручки и прибыли.

Прогноз улучшения конкурентоспособности и экономической безопасности организации можно представить как прогноз рейтинга в 2022 году среди конкурентов (таблица 29)

Представленные в работе мероприятия по качественному освещению, улучшению условий транспортировки, производству экологически чистого линолеума, рекламированию собственной продукции и открытию интернет – магазина позволят получить ООО «Форбо Калуга» несомненные конкурентные преимущества и повысить уровень экономической безопасности.

Таблица 7 – Прогноз конкурентоспособности ООО «Форбо Калуга» в целях обеспечения экономической безопасности.

Рейтинг 2019	Рейтинг 2020	Рейтинг 2022 прогноз	Организация	Рейтинг по			Регион
				выручка	прибыль	ассортимент	
1	1	1	<u>АО «Таркетт»</u>	1	1	1	Самарская область
2	2	2	<u>ООО «Ютекс Ру»</u>	2	3	3	Владимирская область
4	3	4	<u>ООО «Щекинский линолеум»</u>	4	2	4	Тульская область
3	4	5	ООО «Комитекс Лин»	3	8	2	Респ. Коми
5	5	3	ООО «Форбо Калуга»	5	6	5	Калужская область