

Список литературы

1. Голиков И. А. Особенности содержания понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» // Российское предпринимательство. 2016. Т. 17. № 10. С. 1251–1264.
2. Иванов В. Н., Фокина И. А. Методические основы управления конкурентоспособностью // Инновационные подходы к модернизации современного общества. Чебоксары, 2010. С. 41–44.
3. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М. : Альпина Паблишер, 2017. 716 с.
4. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы : учеб. пособие. М. : Новости, 2000. С. 255.

УДК 338.984

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ СТРОИТЕЛЬСТВА ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ОБЪЕКТА

И. Ю. Кокурина, В. К. Лихобабин

*Астраханский государственный
архитектурно-строительный университет*

На сегодняшний день немало производственных предприятий задумываются о расширении, открывают все новые и новые офисы, строят производственные комплексы, мы же поговорим о строительстве производственного объекта.

Представим, что есть компания, которая занимается строительством бассейнов и назовем ее ООО «Гидра-Фильтр». И вот ее доход зависит от того, как часто в компанию будут обращаться клиенты с заказами о строительстве на их участке желаемого объекта, что конечно, не может полностью гарантировать постоянный доход. Проблемой такая ситуация не является, ведь большинство производственных предприятий сегодня так и живут.

Но мы предложим этой компании немного расширить род своей деятельности и построить небольшую «Lounge-зону», которая будет направлена на оздоровление населения того города, где находится компания, а также его гостей и приезжих. Главной аудиторией этого объекта будут дети, а основными клиентами должны будут стать родители этих детей, ведь все мы понимаем, что дети – это последнее, на чем будут экономить родители, тем более, если это связано с их здоровьем.

Таким образом, мы можем гарантировать нашей компании, что в первый год работы данного объекта, доходы предприятия вырастут, а в последующие года будут находиться на стабильном уровне, так как дети и их родители будут считать актуальным желание возвращаться в данное место для оздоровления или проведения с пользой своего свободного времени.

Целью статьи является краткое освещение разработки бизнес-плана строительства производственного объекта компании ООО «Гидра-Фильтр».

Чтобы достичь поставленной цели, необходимо решение следующих задач:

- определить направление деятельности планируемого объекта предприятия;
- определить цель организации, стратегии, а также тактики по их достижению;
- определить какой финансовый результат желает видеть компания;
- определить состав маркетинговых мероприятий по изучению рынка, а также рекламе и ценообразованию;
- грамотно оценить экономические возможности организации, с точки зрения достижения поставленной цели.

Итак, какова направленность деятельности объекта ООО «Гидра-Фильтр»? Мы знаем основную деятельность организации, это строительство бассейнов, но мы предлагаем предприятию построить такой объект, который будет приносить доход постоянно, а не единоразово. И таким объектом станет оздоровительный семейный комплекс, который прежде всего будет адаптирован для населения города в возрасте от 3-х до 15-ти лет.

Целью организации, при бизнес-планировании строительства данного объекта, станет доход компании, который будет постоянным, вне зависимости от времени года или сезона.

Мы определили деятельность объекта, цель, которую преследует организация. Какой финансовый результат желает видеть компания, пока не знаем, все зависит от ее аппетитов, но доход будет высоким, ведь дети, которые являются целевой аудиторией, последнее на чем экономят родители, тем более, если дело связано со здоровьем. Экономические возможности предприятия позволяют планировать в будущем строительство такого объекта. Стоит в таком случае по подробнее разобраться, что же такое бизнес-планирование.

Бизнес планирование – одна из важнейших предпосылок оптимального управления производством на предприятии. Бизнес-планирование – это построение плана, способа будущих действий, определение экономического содержания и последовательных шагов, ведущих к намеченной цели. При переходе России к рыночным отношениям от планирования практически отказались, считая, что рынок расставит все по своим местам. На сегодняшний день бизнес планирование является главной функцией управления любым предприятием. Именно с бизнес планирования начинается как создание, так и функционирование хозяйствующего субъекта. Об этом свидетельствует и опыт стран с развитой рыночной экономикой. Недооценка бизнес планирования в условиях рынка, сведение его к минимуму, игнорирование или некомпетентное осуществление, как правило, приводят к большим экономическим потерям, к явлениям неплатежеспособности предприятий [2].

Необходимость планирования деятельности предприятия в условиях рынка объективно возрастает, так как предприятие является обособленным хозяйственным субъектом, целью деятельности которого является долгосрочная максимальная прибыль.

В успешном завершении планирования заинтересованы все стороны, принимающие участие в бизнес-планировании строительства объекта, от заказчиков до исполнителей. Таким образом, бизнес-план проекта должен, в отличие от технико-экономического обоснования, содержать аргументированную информацию, которая удовлетворяет заказчика [4].

Рассмотрим порядок разработки бизнес-планирования, который представлен на рис. 1.

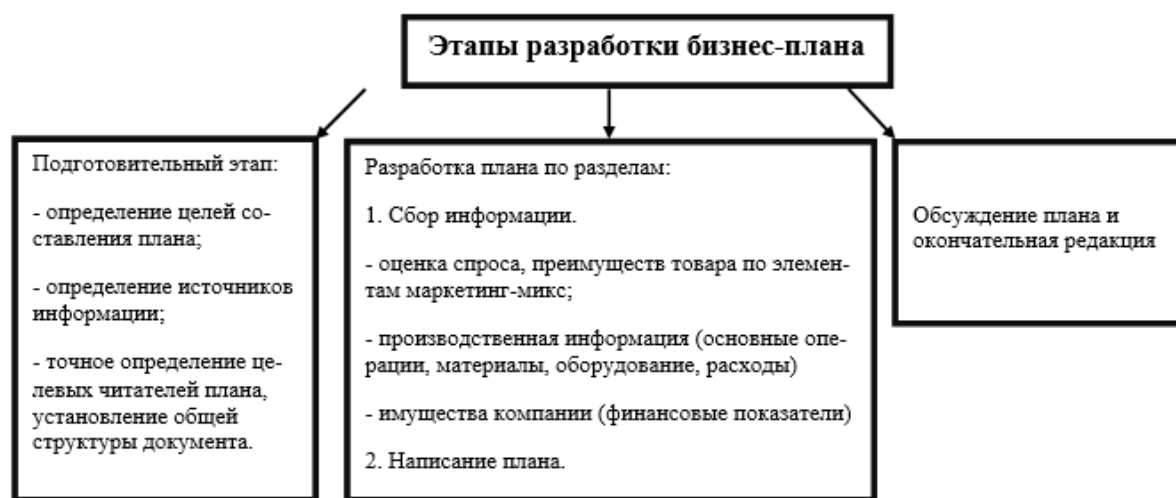


Рис. 1. Порядок разработки бизнес-плана

Качество составленного плана очень часто зависит от тех людей, которые занимаются прежде всего планированием внутри фирмы, в том числе и от руководителя. Главное преимущество бизнес-планирования заключается в том, что грамотно составленный бизнес-план дает перспективы развития организации, то есть в итоге, отвечает на важнейший для руководителя организации вопрос: будет ли вложение в это дело прибыльным, окупятся ли все затраты и силы, и стоит ли вообще вкладываться? [5]

Без тщательно подготовленного бизнес-плана, прибыльно не сможет работать ни одна организация. Бизнес-план дает детальные пояснения, на чем будет строиться управление планируемого бизнеса, с тем, чтобы обеспечить его доходы, а так возврат вложенных средств. Внешняя сторона бизнес-плана предназначена для оправдания доверия инвесторов, убедив их в потенциальных возможностях организации, профессионализма ее сотрудников, а также необходимости оказания ей стратегической и финансовой помощи. Говоря иначе, отсутствие тщательно-продуманного бизнес-плана, систематически откорректированного, в соответствии с меняющимися условиями, является жирным минусом, который будет отражать слабость организации, что в итоге усложнит возможности привлечения фи-

нансовых ресурсов и достижение долгосрочной стабильности в условиях конкурентной среды на рынке предлагаемых услуг [1].

По итогу финансовая, оперативная, а также инвестиционная политика организации обязана соответствовать направлениям и стратегическим целям, которые будут выделены в бизнес-плане, в нашем же случае при планировании строительства оздоровительного семейного комплекса, где заказчиком является фирма ООО «Гидра-Фильтр».

Отсюда следует вывод, что планирование является важнейшей частью любого бизнеса. Важность его выражена в известном афоризме: «Планировать или быть планируемым». Смысл высказывания заключается в том, что фирма, которая собирается осуществить задуманный проект в жизнь, не умеет или не считает нужным планировать свою деятельность, сама оказывается объектом планирования, средством для достижения чужих целей. Планирование-это всемогущий инструмент, способный открыть любую дверь. Если серьезно подойти к планированию, то можно создать основу для устойчивого и эффективного бизнеса.

Список литературы

1. Абрамс Р. Бизнес-план на 100 %. М. : Альпина Паблишер, 2014.
2. Горшков Р. К., Ульянова А. В., Стратегическое планирование и управление на предприятиях строительного комплекса. М. : МГСУ, 2013.
3. Скрябин О. О., Таюрская Н. О., Вихрова Н. О., Шмелева Н. В. Основы предпринимательства. Бизнес-планирование. М., 2010.
4. Торосян Е. К., Сажнева Л. П., Варзунов А. В. Бизнес-планирование. СПб., 2015.
5. Шкурко В. Е., Никитина И. Ю. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности. Екатеринбург, 2016.

УДК 33.338.012

ОЦЕНКА РЫНОЧНОЙ СТРУКТУРЫ НА ПРИМЕРЕ СТРОИТЕЛЬНОГО РЫНКА РЕГИОНА

В. В. Жукова, В. К. Лихобабин
Астраханский государственный
архитектурно-строительный университет

Под рыночной структурой понимают совокупность специфических признаков и черт, отражающих особенности организации и функционирования того или иного отраслевого рынка. Данное понятие отражает все аспекты рыночной среды, в рамках которой действует фирма, — это количество фирм в отрасли, число покупателей на рынке, особенности отраслевого продукта, соотношение ценовой и неценовой конкуренции, рыночная власть отдельного покупателя или продавца. Теоретически рыночных структур может быть большое количество. Тем не менее многие экономисты считают возможным упростить анализ, прибегнув к типологии рыноч-