на довоенный уровень в 1960 году. Сочетание реального роста ВВП на уровне 2,6% и инфляции на 3,3% привели, в конечном итоге, отношение долга к ВВП до 46%.

У развитых стран госдолг просто огромен: как правило, превышает один триллион долларов. Но судить о госдолге мерами бытовой экономики смысла никакого не имеет. Рассматривать государственные обязательства только с точки зрения цифр — очень большая ошибка. Пока средний рост ВВП страны перекрывает обязательства по уплате долгов — все хорошо. Изучение проблемы возникновения государственного долга возможно только в тесной взаимосвязи — политических, экономических, культурных и исторических коллизий и как части процесса жизнедеятельности всего мирового сообщества. В целях экономического прогнозирования представляется важной не только структура государственного долга, но и мотивация его создания, мобилизация (табл. 2).

Эксперты из МВФ полагают, что неспособность урегулирования долговых проблем может привести не только к ослаблению американской экономики, но «представлять угрозу национальной безопасности». Поэтому представляется важным продолжать уделять достаточно внимания государственному долгу США, изучению объективных причин его роста и форм экономического воздействия, на предмет его уменьшения.

Тем не менее, стоит сказать о том, что ценные бумаги США, не смотря на все растущий государственный долг, имеют высочайший рейтинг и высоко оцениваются инвесторами во всем мире. США – первоклассный должник: в новейшей истории не было ни одного прецедента отказа в оплате американских казначейских бумаг. Государства стремятся иметь в своей казне и американские казначейские векселя и валюту США, так же, как и мировые финансовые и нефинансовые организации. Валюта США является основной валютой деноминации международных финансовых операций, на которую приходится около 40% международных облигаций и кредиты 34 банков. Никакая другая страна не имеет аналогичной позиции. Как альтернатива доллару на финансовом рынке появилась криптовалюта. Но и она не смогла противостоять доллару на мировом финансовом рынке.

Трошкин Н.И., Ковтуненко М.Г.

Бизнес-планирование на строительном предприятии

*Кубанский государственный технологический университет
(Россия, Краснодар)*

doi: 10.18411/sr-10-12-2018-56

idsp: sciencerussia-10-12-2018-56

Аннотация

Бизнес-план - это документ, описывающий все основные аспекты будущего фирмы или новой деятельности и содержащий анализ проблем, с которыми она может столкнуться, а также способы их решения. Не будет преувеличением назвать бизнес-планирование основой управления не только коммерческим проектом, но и самим предприятием. Так же в данной статье будут рассмотрены несколько типичных ошибок в написании бизнес-плана.

Ключевые слова: бизнес-план, строительство, экономика, документ, рынок, инвестор, строительная компания, продажа.

Данная тема, освещенная во многих учебниках и научных статьях, актуальная уже на протяжении нескольких лет. Не будет преувеличением назвать бизнес-план основой управления не только коммерческим проектом, но и самим предприятием. А вот какие могут быть ошибки в составлении бизнес-планирования – это вопрос. Чтобы разобраться в этой теме, сначала надо понять, что же такое бизнес-планирование.

Бизнес-план - это документ, описывающий все основные аспекты будущего фирмы или новой деятельности и содержащий анализ проблем, с которыми она может столкнуться, а также способы их решения.

К его главным целям относят:

- выявление незаполненных ниш на рынке для позиционирования товара;
- позиционирование товара на рынке;
- определение необходимых ресурсов для производства и продвижения товара на рынке;
- установление потенциальной конкурентоспособности предприятия;
- определение потенциальной рентабельности и финансовой устойчивости предприятия;
- выявление рисков предпринимательской деятельности;
- конкретизация перспектив бизнеса в виде системы количественных и качественных показателей;
- привлечение внимания и обеспечение поддержки со стороны потенциальных инвесторов.

Имея на руках бизнес-план строительной компании, вам будет легче договориться со спонсорами о вложении их капитала в ваш проект. Без привлечения инвестиций вам будет нелегко. Инвестор должен быть уверен, что его средства вкладываются с долгосрочной перспективой [1, 330 с.].

Только благодаря примеру бизнес-плана строительной компании вы сможете правильно сориентироваться в структуре рынка, в котором вы собираетесь работать и получать доход.

Бизнес-планирование немного отличается от стратегического планирования. Во-первых, стратегическое планирование содержит весь комплекс деятельности предприятия, а бизнес-планирование конкретный проект или направления деятельности предприятия. Во-вторых, стратегическое планирование составляется на 2-5 лет, с растущим горизонтом, а бизнес-планирование строго ограничено по времени.

Бизнес план может иметь следующую структуру:

- *Обложка и первая страница бизнес-плана* предполагают решение двух задач: сформировать хорошее впечатление о документе и зафиксировать определенный минимум информации. На ней должна быть представлена следующая информация: информация об авторе, информация о предприятии, деловая часть, размер необходимых инвестиций — текущие и ожидаемые потребности (стоимость проекта), ссылка на конфиденциальность информации.
- *Содержание* должно отразить основные разделы бизнес-плана и помочь будущим инвесторам понять суть предложения предпринимателя.
- *Резюме* - это часть бизнес-плана, которая в определенном смысле представляет собой «визитную карточку» всего мероприятия.
- *Общая ситуация в сфере бизнеса*, выбранной предпринимателем. Этот раздел подготавливает читателя к лучшему пониманию того, что ему предлагает предприниматель, т.е. как предприятие вписывается в общую картину. Какие существуют перспективы в той отрасли деятельности, к которой относится описываемый бизнес. Раздел должен включать следующие пункты: потенциал данного бизнеса, названия новых продуктов, разработок и услуг, экономические тенденции в отрасли, перспективы и тенденции в данной отрасли и экономике в целом.
- *Описание предприятия*. В этом разделе необходимо ответить на такие вопросы: точная характеристика предприятия, историческая справка о бизнесе или о разработках продукции.

- *Анализ рынка.* В данном разделе нужно обратить внимание на следующие моменты: экономико-географические данные предполагаемого рынка, в т.ч. размер и данные по населению; потребители продукции или комплекса услуг; возможный потенциал роста для намеченного рынка; способность предлагаемого проекта удовлетворять потребности рынка; принципы привлечения новых клиентов без потери прежних.
- *Ожидаемые проблемы и меры по их преодолению.*
- *Маркетинговый план.* Необходимо разработать совокупность следующих документов: оперативный план продаж, план о прибылях и убытках, план движения денежных средств, прогнозный баланс. Продолжительность планово-отчетных периодов в зависимости от конкретных условий может изменяться в пределах: месяц, квартал, полгода, год.
- *Календарный план.* Именно эта часть бизнес-плана поможет обеспечить систематический контроль за деятельностью предприятия. Он имеет решающее значение для компании.
- *Расчет потребности в финансовых ресурсах и эффективность проекта.*
- *Приложение.* Данный раздел бизнес-плана может включать такие документы, как: комментарии по тексту, библиографию, дополнительные документы, графики и чертежи, глоссарий терминов, патенты, лицензии, авторские права и сертификаты.

Разработку бизнес-планирования можно разделить на 10 этапов:

Рис. 1. Этапы разработки бизнес-плана

1. Определяются цели его подготовки на основании перечня тех проблем, которые призван решить бизнес-план конкретного предприятия.

2. Включает анализ, оценку и прогнозирование собственных возможностей предприятия, т.е. анализ текущих и прогнозных результатов функционирования самого предприятия; анализ и прогнозирование обеспеченности его деятельности материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами; анализ и прогнозирование текущих результатов деятельности основных конкурентов; анализ и прогнозирование рынков сбыта; анализ и прогнозирование возможных видов риска.

Эти два этапа определяют содержание подготовительной экономической работы по составлению бизнес-плана.

Следующие этапы разработки бизнес-плана деятельности предприятия представляют собой непосредственное его формирование.

3. Включает характеристику планируемой предприятием продукции, работ, услуг, производимых им. Целью этого этапа, является оценка сильных и слабых сторон

деятельности в сферах менеджмента, производства, маркетинга, финансов, кадровой политики как самого предприятия, так и его основных конкурентов.

4. Целью этого этапа является оценка рынков сбыта, уровня конкуренции, конкурентоспособности производимых товаров, работ, услуг. В результате проведенных на данном этапе исследований должно быть сформулировано обобщенное представление о рынках и конкурентах.

5. Предполагает разработку плана производства, который включает прогноз объемов производства (реализации) продукции (товаров), работ, услуг с учетом заданий программы социального и экономического развития предприятия и результатов анализа и прогнозирования его собственных возможностей, определение потребности в основных фондах, исходном сырье, оборудовании, персонале по категориям работников, затратах на оплату труда, определение полной себестоимости производимой продукции.

6. Включает разработку ценовой политики предприятия, а также системы формирования спроса и стимулирования сбыта. Целью данного этапа является разработка маркетинговой стратегии предприятия.

7. Предполагает выбор типа организационной структуры и оценку ее эффективности.

8. Предусматривает описание возможных типов рисков, расчет уровней рисков и разработку мероприятий по их снижению и предупреждению.

9. Состоит в разработке финансового плана предприятия, целью которого является оценка эффективности планируемой деятельности предприятия. Данный этап включает: прогноз доходов и расходов; сметы фондов; прогнозный баланс денежных средств; прогнозный баланс активов и пассивов; прогноз ключевых финансовых показателей.

10. Завершающим этапом разработки бизнес-плана, является составление резюме, которое представляет собой, по сути, краткое изложение бизнес-плана деятельности предприятия.

На основании результатов разработки бизнес-плана заказчик выходит в местные органы власти с ходатайством о намерениях строительства в данном районе намечаемого объекта. В ходатайстве о намерениях строительства производственных объектов производятся технические и технологические данные о предприятии, примерная численность рабочих и служащих, ориентировочная потребность предприятия в сырье и материалах, энергоресурсах, воде, земельных ресурсах, соображения о возможности влияния предприятия на окружающую среду и экологическую обстановку, обеспечении работников и их семей жильем и объектами социально-бытового назначения [2, с. 220].

После получения положительного заключения на ходатайство о намерениях заказчик приступает к разработке технико-экономического обоснования инвестиций проводится с целью принятия решения о хозяйственной необходимости, технической возможности, коммерческой, экономической и социальной целесообразности инвестиций [3, с. 46].

Ошибок в написании бизнес-плана достаточно много, выделим основные:

1. Переоценка возможностей реализации продукции. Непродуманная маркетинговая стратегия, чересчур оптимистичные прогнозы продаж вызывают вопросы у кредитного эксперта.

По моему мнению, это может быть из-за того, когда предприниматель осознанно завышает цену, в надежде во что бы то ни стало получить кредит, рассчитывая на нецелевое использование кредита, либо же это результат самообмана, когда предприниматель в качестве ориентира использует разовую цену, по которой единожды продал партию товара.

2. Занижение издержек, связанных с реализацией представленного проекта. Обычно это распространяется на все виды затрат, от цен на сырье до затрат на транспортировку и заработную плату [4].

Например, только за счет непродуманного указания даты реализации товара предприниматель может оказаться перед необходимостью уплаты НДС в полном объеме в отчетном месяце, тогда как зачет НДС по приобретенным товарно-материальным ценностям произойдет только в следующем. Впоследствии это приведет к появлению проблемного кредита.

3. Соотнесение сроков кредита со скоростью оборота товарных операций.

Обычно сроки кредитования по товарным операциям составляют 3-4 месяца, а источником возврата суммы основного долга выступает выручка от реализации товара. После закрытия первого кредитного проекта, предприниматель зарабатывает хорошую кредитную историю, поэтому второй кредит он сможет получить гораздо легче. Получив новый кредит, предприниматель делает новый оборот и т.д., пока не наступает закономерный дефолт.

Реальный же период кредитования торговой операции значительно превосходит длительность одного оборота, поэтому возврат кредита возможен только при накоплении за счет операции чистой прибыли, равной по величине сумме основного долга. Следовательно, ТЭО по такому проекту должно иметь значительно более дальний горизонт, поэтому и рискованность данного проекта автоматически возрастает.

Получается, что с экономической точки зрения проект может быть и привлекательным, но из-за некорректности экономического расчета обречен на провал. Другой вопрос, умышленно ли сделаны эти «неточности»? Но это вопрос уже к службе безопасности кредитного учреждения.

Таким образом планирование является важнейшей частью любого бизнеса [5]. В рыночной экономике фирма не сможет добиться стабильного успеха, если не будет четко и эффективно планировать деятельность, постоянно собирать и аккумулировать информацию как о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях.

1. Пархоменко В.А., Ковтуненко М.Г., Шеина С.Г. Экономика строительства. Учебное пособие / Кубан. гос. технол. ун-т. – Краснодар.: Изд. ФГБОУ ВПО «КубГТУ», 2014 -383с.
2. Пархоменко В.А., Моисеенков А.Р., Ковтуненко М.Г. Оценка недвижимости. Оценка рыночной стоимости зданий и земельных участков. Учебное пособие Часть 3. / Кубан. гос. технол. ун-т. – Краснодар.: Изд. ФГБОУ ВПО «КубГТУ», 2013 -354с.
3. Априамашвили М.Г. Управление развитием территории в крупных городах // Проблемы теории и практики управления. 2008. № 2. С. 44-56.
4. <http://upr-proektom.ru/biznes-planirovanie-v-stroitelstve>
5. <https://studfiles.net/preview/1866918/page:13/>

Шилов А.И., Крылов В.Е.

Анализ рынка автомобилей среднего ценового сегмента

*ФГБОУ ВПО «Владимирский Государственный Университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых» (ВлГУ)
(Россия, Владимир)*

doi: 10.18411/sr-10-12-2018-57

idsp: sciencerrussia-10-12-2018-57

Сегодня в век высоких технологий человек должен быть мобильным. Порой использовать общественный транспорт нам неудобно, а заказывать каждый день такси все таки не очень дешево. Сейчас довольно сложно представить себе жизнь без автомобиля: поездка на работу, покупки в магазинах, прогулки за городом – во всем этом нам поможет автомобиль. По подсчетам аналитического агентства «Автостат» на территории России зарегистрировано 42,4 миллиона легковых автомобилей.

Все легковые автомобили в России можно разделить на три больших группы: