

Понимание основных принципов того, как правильно составить бизнес-план, становится обязательным требованием к подготовке любого директора, владельца бизнеса, менеджера или управленца любого звена. Если разработать бизнес-план фирмы, то можно сделать свое предприятие намного более управляемым, эффективным и прибыльным, автоматически получить возможность прогнозировать ситуацию на будущее и быстро принимать решения.

Е.В. Хохлова, Р.Р. Темишев

Московский государственный строительный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДА ВЫБОРА ИСТОЧНИКОВ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА ПРИ РАЗВИТИИ ПРОИЗВОДСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

Развитие производства предприятий реального сектора экономики путем увеличения объемов выпуска требует авансирования дополнительных краткосрочных финансовых средств в пополнение оборотного капитала. В проведенной авторами научной работе развит метод оценки возможностей и условий роста прибыльности предприятия при росте объемов выпуска продукции, путем обеспечения его оборотного капитала собственными и заемными финансовыми средствами. Предлагаемый метод ориентирован на предприятия реального сектора экономики, имеющие недозагруженные производственные мощности и авансирующие собственные и заемные финансовые средства в развитие производства путем наращивания или восстановления объемов выпуска продукции. При вводе новой производственной мощности требуется стартовый оборотный капитал. При увеличении объема выпуска продукции на имеющейся производственной мощности (повышении степени ее использования) также требуются краткосрочные инвестиции в прирост оборотных средств (активов). В ситуации, при которой предприятие уже функционирует на проектной мощности, возможно замещение части собственных средств заемными, направляемыми на приобретение оборотных активов, с целью повышения показателей рентабельности.

Проанализированы особенности постоянной и переменной составляющих оборотного капитала, источников их покрытия и затрат по привлечению собственных и заемных средств, влияющих на прибыль и рентабельность предприятия. В качестве частных факторов рассмотрены: изменения составляющих производственных затрат, финансовых издержек по оплате кредитов, упущенная выгода, особенности современного налогообложения кредитных средств. выявляется по критериям.

Обоснованы критерии и ограничения: прибыль, экономическая рентабельность, рентабельность собственного капитала и степени финансового риска для выбора эффективной структуры оборотного капитала (соотношения собственных и заемных финансовых средств). Эти критерии исследованы как функции двух параметров: объема производства и доли заемного капитала в структуре источников покрытия затрат. В ходе аналитического решения оптимизационных задач определены условия эффективного увеличения производственной мощности и соответствующего соотношения собственного и заемного капитала, рассматриваемых в качестве источников покрытия затрат по приобретению оборотных средств предприятием.

М.А. Чащина, И.В. Ухлов

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ПОНЯТИЕ КОНКУРЕНЦИИ И ЕЕ ВИДЫ

Конкуренция – борьба участников рыночного хозяйства за ограниченные экономические ресурсы. Борьба за выживание и процветание – закон рыночных отношений. В зависимости от способов и состояния рынка, различают следующие виды конкуренции:

- ценовая конкуренция, конкурентная борьба за счет снижения цен до более низкого уровня относительно конкурентов;
- неценовая конкуренция, метод конкурентной борьбы, в основу которого положено не ценовое превосходство над конкурентами, а достижение более высокого качества, технического уровня, технологического совершенства;
- совершенная конкуренция, состояние рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют ее своим вкладом спроса и предложения;
- несовершенная конкуренция, состояние рынка, когда отдельные производители имеют возможность контролировать цены на продукцию, которую они производят.

Разные виды конкуренции зависят от следующих показателей состояния рынка:

- количество фирм;
- свобода вхождения предприятия на рынок и выхода из него;
- дифференциация товаров (придание определенному виду товара одного и того же назначения разных индивидуальных особенностей – по фабричной марке, качеству, цвету и др.);
- участие фирм в контроле над рыночной ценой.