

## **БИЗНЕС-ПРОЕКТ СОЗДАНИЯ ФИРМЫ ПО ПРОДАЖЕ ЗАПАСНЫХ ЧАСТЕЙ К СПЕЦИАЛЬНОЙ ТЕХНИКЕ**

***Н.И. Зиатдинов, 4 курс, инженерный факультет  
Научный руководитель – к.э.н., доцент А. К. Субаева  
ФГОУ ВПО «Ульяновская ГСХА»***

С каждым годом в Ульяновске появляется все больше новых зданий, строений, строятся новые дороги и ремонтируются старые. Для такой интенсивной и тяжелой работы необходима современная специальная строительная и дорожная техника. Однако какой бы совершенной не была техника, она рано или поздно ломается и выходит из строя, что непосредственно сказывается на качестве и сроках работы.

Основная цель проекта – получение прибыли от реализации запасных частей для специальной техники. Краткосрочными целями являются создание головного офиса со складом в Заволжском районе г. Ульяновска. Следовательно, долгосрочные цели – это открытие филиалов в Ленинском и Засвияжском районах г. Ульяновска, а также привлечение максимально возможного количества клиентов.

В соответствии с заданной целью в научно-исследовательском проекте поставлены задачи:

- создать фирму по поставке и продаже запасных частей к специальной технике;
- обеспечить полную нагрузку по основному направлению деятельности на второй год работы;
- предоставить соответствующие услуги в области продажи запасных частей к специальной технике;
- постоянно совершенствовать процесс развития фирмы [1].

Фирма может быть основана в 2011 году и будет оказывать следующие услуги: поставка запасных частей гарантированного качества. Услуги позиционируются как услуги для юридических лиц. Закупка запасных частей будет производиться через компанию, оптового закупщика запасных частей. Закупочная цена запасных частей будет выше заводской на процент прибыли предприятия. Следовательно, учитывая транспортные расходы, цены на них будут не на много выше, чем при прямой закупке через завод, т.к. закупка будет производиться не штучно, а партиями.

Предприятие будет иметь офисное и складское помещение. Реализация запасных частей и сопутствующих товаров будет осуществляться через офис.

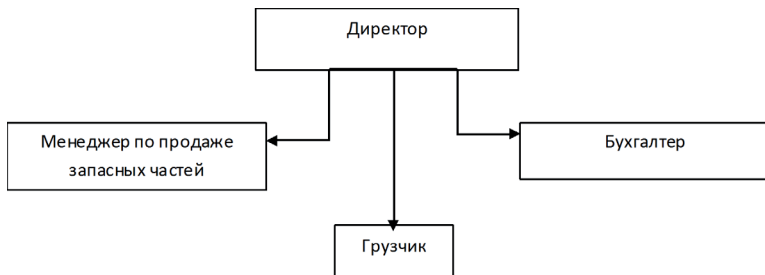
Дополнительные услуги, которые планируются оказывать в предприятии – поставка смазочных материалов, технологических жидкостей, а также расходных материалов для строительной, дорожной, коммунальной, лесозаготовительной, подъёмно-транспортной техники и промышленных агрегатов.

Ценовая политика в сочетании с удобным расположением – основное достоинство создаваемой фирмы. С учетом принадлежности потенциальных потребителей целесообразно использовать рекламу в периодических изданиях, рассылку рекламных материалов.

На данный момент рынок ощущает недостаток предложения именно каче-

ственных запасных частей, поэтому ожидается необходимый объем заказов даже при не слишком затратной рекламе.

Ниже на рис. 1 приведена примерная структура проектируемого предприятия.



**Рис. 1 – Структура предприятия**

План мероприятий и их основные сроки представлены в таблице 1.

**Таблица 1 – План мероприятий и их основные сроки**

Мероприятия	Порядковый номер месяца от начала работ
Заключение договоров на инженерное оборудование (энергетическое, отопление, водоснабжения и т.д.)	1 – 2
Запрос предложений от поставщиков. Выбор оптимальных предложений. Заключение договоров	1 – 2
Оснащение мебелью и оргтехникой	1
Монтаж компьютерной сети. Запуск программ. Обучение исполнителей.	1
Рекламная компания, направленная на привлечение клиентов	1 – 6

Программа маркетинга должна предусматривать усилия в следующих направлениях:

Привлечение клиентов:

- Продажа запасных частей надлежащего качества;
- Первоочередным обслуживанием без многодневного ожидания;
- Низкими ценами на запчасти и сопутствующие товары;

Программа торговли запасными частями и сопутствующими товарами должна быть направлена на привлечение покупателей:

- Из числа клиентов конкурентов;
- Из числа близко находящихся потенциальных клиентов;
- Из числа других клиентов, привлеченных рекламой.

---

Для того, чтобы определить направления совершенствования деятельности предприятия, помимо анализа на основе внутренних источников информации целесообразно обратиться к данным маркетингового исследования потребителей, которое выявило следующий ряд пожеланий:

- Прогнозирование потребности клиента;
- Выявлять услуги, пользующиеся наибольшим спросом;
- Улучшать взаимоотношения с потенциальным клиентом;
- Приобретать доверие клиентов за счет понимания их запросов;
- Понимать, чем руководствуется клиент, принимая решение о приобретении услуг;
- Вырабатывать соответствующую стратегию маркетинга и конкретные элементы наиболее эффективного комплекса маркетинга;
- Организовывать недели предпраздничных скидок (на наш взгляд, это возможно, если услуги отличаются высоким уровнем качества, эффект от которых способен перекрыть затраты на указанные мероприятия);
- Использовать разнообразные виды рекламы;
- Налаживать эффективную работу с клиентами в целом [2].

Основной задачей PR и рекламы на первый период деятельности является создание репутации предприятия с высоким качеством работ и приемлемым уровнем цен.

#### **Литература**

1. Орлова А., Мовилло В. Как организовать и привести к успеху предприятие. – М.: Альпина Бизнес Букс. – 2008. – 306 с.
2. Андреев Ю.И. Организация производства. – М.: АСТ; СПб.: Сова. – 2007. – 192 с.

УДК 336.74

## **ИСТОРИЯ БУМАЖНЫХ ДЕНЕГ В РОССИИ**

***А.И. Зотова, 1 курс, факультет трансферных специальностей  
ФГОУ ВПО «Ульяновский государственный университет»  
Научный руководитель – к.э.н., доцент Г.Г. Зотова  
ФГОУ ВПО «Ульяновская ГСХА»***

Деньги являются важнейшим элементом макроэкономической теории, экономической политики и повседневной жизни. Деньги – это совокупность финансовых активов, которые регулярно используются для сделок [6]. Деньги выполняют важнейшие функции: они выступают мерой стоимости, средством накопления и сбережения, а так же выполняют функцию обмена. Без денег экономика была бы едва возможна. В соответствии со ст. 27 Федерального закона «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», официальной денежной единицей (валютой) Российской Федерации является рубль [7]. Тема бумажных денег особенно актуальна, т. к. в связи с интенсивным развитием торговых отношений и компьютерных