Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение средняя общеобразовательная школа №2 п.Нарышкино Урицкого района Орловской области

**Экономический проект**

**«Я - предприниматель»**

**(Агробизнес)**

**Номинация «Мой выбор профессии»**

Автор: Черкасова Диана

8б класс МБОУ СОШ №2

п.Нарышкино

Руководитель:

Картамышева Ольга Николаевна

Учитель географии

МБОУ СОШ №1 п.Нарышкино

**2019**

**Оглавление.**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.Введение. Актуальность………………………………………………3 |  |
| 2.Описание проекта…………………………………………………… 5 |  |
| 2.1. Предпринимательство и агробизнес: сущность, цели, задачи…………………………………………………………………….5 |  |
| 2.2. Предприниматель – главное действующее лицо в агробизнесе… ……………………………………………………………6 |  |
| 3. Бизнес – план . Теоретическая основа………………………………6  4.Бизнес – план. Практическая основа…………………………………9 |  |
| 5. Заключение………………………………………………………… 22 |  |
| 6.Вывод……………………………………………………………………24 |  |
| 7.Литература………………………………………………………………24 |  |

**1.Введение. Актуальность**

**Обоснование проекта.**

Трансгенные продукты соседствуют на полках магазинов со своими натуральными братьями. Но отличить их друг от друга непросто. Покупатели не достаточно информированы, где искать информацию о наличии пищевых добавок в продуктах, многие не понимают, зачем ее вообще искать.  
Опознать трансгенные продукты на глазок невозможно. "Поэтому любой ГМ-продукт должен быть обозначен, - сказал Геннадий Онищенко, главный санитарный врач РФ. - Но поставщики сырья не ставят производителя в известность о наличии в сырье ГМО, в результате продукт продается без специальной маркировки". А еще поставщики могут сослаться на постоянные изменения в законодательстве, касающиеся применения трансгенных растений в пищевой промышленности. Несколько лет назад надо было заявлять о наличии ГМО, если их содержание превышало 5%, потом порог снизили до 0,9%.  
А вот цитата из документа уже этого года, а именно письма Роспотребнадзора российским санврачам: "Содержание в пищевом продукте 0,9% или менее компонентов из генно-инженерно-модифицированных (трансгенных) растений и животных рассматривается как случайное попадание или технически неустранимая примесь, продукт считается не содержащим генно-инженерно-модифицированных организмов и маркировке не подлежит". То есть ГМО есть, но его как бы и нет? Но предоставлять информацию потребителям ведь надо? Мы сами выберем, что покупать. По данным Роспотребнадзора, в прошлом году из почти 19 тыс проб пищевых продуктов 7,6% оказались с компонентами ГМО. То есть 1/6 всех мясных изделий, представленных в ассортименте магазинов, содержит ГМО. Вы знали об этом? Конечно, нет, ведь на упаковках ничего не написано. Сведения об этом присутствуют в документах, которые обычный покупатель никогда не увидит.  
Персонал в зале магазинов вряд ли ответит на вопрос о ГМО, единственное, что посоветуют покупателю, - внимательно изучить этикетку, ведь именно производитель должен позаботиться об информировании потребителя.

В лаборатории по изучению новых источников пищевых веществ НИИ питания РАМН:

- Сегодня зарегистрировано: 14 видов пищевой продукции, полученной с помощью трансгенных технологий: 3 линии сои, 6 линий кукурузы, 3 картофеля, 1 линия риса и еще одна сахарной свеклы для производства сахара.

**Актуальность проблемы**  обусловлена необходимостью разрешения противоречий между:

1) потребностью современного общества в употреблении качественных продуктов для сохранения и улучшения здоровья и недостаточностью системных знаний о генетически модифицированных организмов и пищевых добавках, реализовать поставленную задачу о здоровом питании;

2) активным стремлением СМИ обеспечить противоречивую информацию о ГМО и пищевых добавках.

3)возможностью выпускать продукты без применения ГМО и пищевых добавок.

**Новизна проекта.**

Развивающемуся обществу нужны современные, образованные, предприимчивые люди, которые могут самостоятельно принимать ответственные решения, способные к сотрудничеству, отличающиеся мобильностью, обладающие чувством ответственности. Создание агробизнеса – это творческая деятельность, которая дает возможность получить практический опыт в области предпринимательства, реализовать поставленные задачи.

Развитие АПК во многом определяется физико-географическими факторами, важнейшими из которых являются агроклиматические и почвенные условия, а также рельеф территории. Природно-географические условия Орловщины являются благоприятными для развития сельскохозяйственного производства: умеренно-континентальный климат, всхолмленно - равнинный рельеф, зона переходных почв от дерново-подзолистых к преимущественно выщелоченным и оподзоленным черноземам. Выгодное транспортно - экономико географическое положение. Все это вместе обеспечивает устойчивое ведение сельского хозяйства, дает возможность само обеспечения в основных продуктах питания, а также осуществления крупных поставок части сельскохозяйственной продукции за пределы области.

Орловская область по сельскохозяйственным угодьям, приходящимся на одного жителя, занимает одно из ведущих мест в группе регионов Европейской части России. Это обстоятельство, одновременно с благоприятными природно – географическими условиями, предопределяет значительный вес аграрного сектора в хозяйственном комплексе Орловщины. Аграрная направленность экономики прослеживается в силу высоких потенциальных возможностей производства основных видов сельскохозяйственной продукции в расчете на одного жителя, превышает аналогичные показатели в целом по России. Развитие агробизнеса в области имеет все предпосылки. Однако в системе АПК необходимо учитывать иные социально-экономические отношения. Агробизнес должен основываться на предпринимательской деятельности, предопределяя развитие производства, сферы переработки, хранения , транспортировки и доведения до конечного потребителя сельскохозяйственной продукции. Таким образом, актуальность экономического проекта состоит в том, что развитие агробизнеса выступает как основной фактор рыночных преобразований в АПК, возрастает роль агробизнеса как определяющей в формировании высоко конкурентного продовольственного рынка, решается проблема занятости населения, обеспечения области качественными продуктами питания.

**Обоснование деятельности.**

Данным видом деятельности я хочу заняться с целью развития предпринимательских способностей, выдвигать предпринимательскую идею, способствовать её реализации, достичь положительного результата своей деятельности. Научиться сотрудничать, вести деловые переговоры, умение грамотно выходить из конфликтных ситуаций. Возможно, в будущем я смогу внести вклад в развитие экономики страны, создавая свои предприятия, способствуя снижению уровня безработицы, увеличению занятости населения, самое главное обеспечить область качественными продуктами питания.

**Цель проекта:** развитие предпринимательской деятельности в сфере агробизнеса.

**Задачи проекта:**

* Выделить проблему и соотнести с ней фактический материал.
* Осуществлять поиск необходимой информации.
* Углубленное изучение основ рыночной экономики.
* Знакомство с основами менеджмента и маркетинга.
* Проанализировать теоретические основы предпринимательства в сфере агробизнеса
* Обозначить основные направления развития агробизнеса.
* Определить сферу деятельности будущей профессии .

**2.Описание проекта.**

**2.1.Предприниматель и агробизнес.**

Если рассматривать в узком смысле, то предпринимательство – это создание фирм за счет собственных или заемных средств, для производства и реализации товаров или услуг и получение на этой основе дохода. Что заставляет работать такой сложный механизм как рыночная экономика? Именно предпринимателю предстоит осуществить смелые, трудные проекты по соединению в различной комбинации факторов производства в единое целое. Поэтому, он должен быть решительным, смелым, инициативным, способным реализовать свою идею, не бояться риска. А это по плечу молодым, начинающим свой жизненный и трудовой путь людям. Предприниматель не должен бояться рисковать, зная, что возможны неудачи. Главное в предпринимательстве – возможность самореализации, свобода действий, успех творческой мысли. Динамизм, инициатива, смелость обращают в реальность многие интересные идеи. Претворение своих идей в жизнь, самореализация возможны при свободном предпринимательстве, частной собственности, конкуренции и системе свободного ценообразования. Предпринимательство следует понимать не как стремление получить большие доходы, а как способ мышления инициативного человека, который быстро мобилизует имеющиеся у него ресурсы на организацию производства в какой – либо сфере. Эта деятельность ориентирована на прогноз будущего повышения спроса. Предпринимательство способствует решению следующих задач:

* Увеличению числа рабочих мест.
* Внедрению в производство достижений науки.
* Разработке и внедрению новых технологий.
* Улучшению социального положения общества.
* Созданию качественной продукции без применения пищевых добавок и ГМО.

**2.2.Предприниматель – главное действующее лицо в агробизнесе.**

Предприниматель - это новая социальная фигура, без которой рыночная экономика будет малоэффективной. Деловые качества предпринимателя:

* Работать прибыльно, прежде чем браться за дело, он должен все рассчитать, проанализировать несколько вариантов и выбрать тот , который позволит работать прибыльно.
* Обеспечивать ликвидность своего предприятия , платёжеспособность.
* Любить потребителя; цель предпринимателя – получить прибыль, но её он сможет иметь тогда, когда удовлетворяет запросы потребителя т.к. он дает оценку товару.
* Уважать своего партнера; цивилизованный предприниматель не будет строить свою выгоду на невыгоде других, т.к. конкуренция способствует прогрессу общества.

Основными качествами предпринимателя являются его способность и готовность: мыслить творчески, проявлять инициативу, принимать неординарные решения, рисковать, понимать условия рынка, стремиться к нововведениям.

Предприниматель - это коммерческий человек, который:

* Понимает цели и задачи предпринимательской деятельности.
* Знает информационные технологии, может применять их в своей деятельности.
* Осуществляет умелое использование ресурсов.
* Способен прогнозировать и планировать деятельность.
* Умеет осуществлять финансово-экономические операции и производить хозяйственный анализ своего производства.
* Быть профессионалом в своей сфере деятельности.

**3. Бизнес – план . Теоретическая основа.**

Бизнес – план – документ, содержащий обоснование основных шагов, которые намечается осуществлять для реализации коммерческого проекта или создания новой фирмы. Достижение успеха в агробизнесе зависит от решения следующих задач:

* Понимания общего состояния дел на данный момент.
* Представление того уровня, который стремитесь достичь.

Бизнес-план помогает сосредоточиться на вопросах будущего роста бизнеса; сформировать цели и задачи как на ближайшее время, так и на перспективу, дать характеристику текущему моменту, выявить сильные и слабые стороны предпринимательской деятельности , оценить ресурсы , необходимые для достижения намеченной цели в условиях конкуренции. Он поможет обнаружить и предупредить возникающие многие неизбежные проблемы; контролировать и управлять своим бизнесом, помогает во многом разобраться и многое предвидеть. Этот план позволяет сделать анализ предпринимательской деятельности. Он поможет ответить на вопрос: «Стоит ли заниматься этим делом, вкладывать в него деньги? Будет ли доход от этой деятельности? И стоит ли рисковать?». В результате составления бизнес-плана можно заранее увидеть будущие проблемы и продумать пути их преодоления. Бизнес – план поможет решить основные задачи:

1. Изучить емкость и перспективы развития будущего рынка сбыта.
2. Реально оценить затраты, определить потенциальную прибыль.
3. Предвидеть проблемы , возникающие в результате деятельности.
4. Определить показатели для анализа состояния и отчётности дела.

Составляя бизнес- план необходимо доказать, что выбранное дело очень важно и необходимо для потребителя, что оно будет пользоваться спросом. И это необходимо предвидеть на много лет вперед. Не разработав бизнес-план, предприниматель оказывается не подготовленным к будущим испытаниям, которые придется решать самостоятельно и рисковать вложенным капиталом.

4.Учредительный договор.

5. Устав.

6.Описание сферы деятельности.

Основная цель: бизнесом я занялась с целью развития предпринимательских способностей, научиться выдвигать предпринимательскую идею, способствовать её реализации, достичь положительного результата своей деятельности. Научиться сотрудничать, вести деловые переговоры, умение грамотно выходить из конфликтных ситуаций. Возможно, в будущем я внесу вклад в развитие экономики страны, создавая свои предприятия снизить уровень безработицы, увеличить ВВП страны. Агробизнес направлен на производство мясо - молочной продукции. Предприятие использует собственное сырье. Осуществляется постадийная специализация предприятий. Агробизнес имеет следующую структуру:

1. Поля, где выращивается зерновые и кормовые культуры.

2.Животноводческий комплекс.

3.Предприятия по производству готовой продукции.

4.Административный отдел.

5.Финансовый отдел.

6.Маркетинговый отдел.

Рынком сбыта продукции являются предприятия оптовой и розничной торговли, предприятия общественного питания г. Орла, Орловской области, а также собственная торговая сеть фирмы.

Конкурентоспособность фирмы обеспечивается низкими внутрипроизводственными издержками вследствие организации производства фирмы по замкнутому технологическому циклу- от самостоятельного получения сырья до переработки и реализации продуктов сельхозпроизводства через собственную торговую сеть.

**2. Общее описание компании.**

Предметом и цепью деятельности АПК "Агробизнес" является содействие наиболее полному удовлетворению потребностей народного хозяйства в продуктах питания и сельхозпродукции, в товарах народного потребления, а также более полного эффективного использования местных сырьевых и трудовых ресурсов.

В указанных выше целях АПК "Агробизнес" осуществляет:

* производство и реализацию продуктов питания и сельхозпродукции;
* организацию и строительство различных комплексов и предприятий по производству этих продуктов.

В состав АПК "Агробизнес" входят следующие основные подразделения:

• птицефабрика;

• свино-откормочный комплекс;

• мельница;

• поля;

• магазины;

• сеть общественного питания;

1. Продукция сельского хозяйства:

• мясо птицы;

• свиное мясо;

• фрукты и овощи.

2. Продукция пищевой промышленности:

• подсолнечное масло;

• колбаса;

• соки;

• консервы;

• детское питание;

* хлебобулочные, макаронные изделия;
* молочная продукция.

АПК «Агробизнес» - современное и динамично развивающееся предприятие, оснащённое новейшим оборудованием передовых российских и европейских фирм. Основная сфера деятельности мясо - молочное производство. Для производства продуктов используется экологически чистое сырье, которое подвергается обязательному входному лабораторному контролю. С помощью собственных лабораторий, аккредитованных государственными органами, проводится постоянная микробиологический, физико-химический и радиологический контроль готовой продукции. На наших предприятиях осуществляется строгий санитарный контроль на каждом этапе производства, тщательно отлаженная система мойки и очистки помещений и оборудования гарантирует пищевую безопасность всей продукции.

**3. Описание продукции.**

Структура ассортимента выбрана не случайно: действительно качественные молочные и мясопродукты, в подавляющем своем большинстве, отличаются высокой ценой реализации , а самая дешевая продукция имеют чрезвычайно низкие вкусовые качества. Поэтому потребность в относительно дешевых, но качественных продуктах - особенно высока. В связи с этим именно они составляют основу ассортимента АПК "Агробизнес".

Продукция обладает следующими свойствами, выгодно отличающими ее от продукции остальных производителей.

1. Высокий уровень вкусовых качеств. Закупаемая технологическая линия является современным высоко-производительным оборудованием, что предполагает строгий контроль за качеством исходного сырья, гарантирует использование прогрессивной технологии производства, только правильно сбалансированных рецептур.

Таким образом, качество планируемой к выпуску продукции будет соответствовать мировым стандартам, причем вкус будет адаптирован именно к запросам местного рынка.

2. Качество и привлекательность упаковки. Продукция упаковывается в поставляемую производителем оборудования высококачественную упаковочный материал, используемую многими производителями .

3. Доступная цена. В результате организации своего производства по замкнутому технологическому циклу и значительного снижения внутрипроизводственных издержек себестоимость производимой продукции на 10 - 15% ниже, чем в среднем по отрасли. Поэтому фирма имеет возможность установить отпускные цены своей продукции на 10- 15% ниже среднерыночных - при том, что ее качество будет неизменно высоким. Соответственно, основной стратегией маркетинга будет ценовая конкуренция.

Именно эти три основополагающих фактора (из которых последний является решающим) будут являться залогом высокой конкурентоспособности продукции АПК "Агробизнес ".

**4.Бизнес – план. Практическая основа.**

**1. Резюме.** Основная цель: бизнесом я занялась с целью развития предпринимательских способностей, научиться выдвигать предпринимательскую идею, способствовать её реализации, достичь положительного результата своей деятельности. Научиться сотрудничать, вести деловые переговоры, умение грамотно выходить из конфликтных ситуаций. Возможно, в будущем я внесу вклад в развитие экономики страны, создавая свои предприятия снизить уровень безработицы, увеличить ВВП страны. Агробизнес направлен на производство мясо - молочной продукции. Предприятие использует собственное сырье. Осуществляется постадийная специализация предприятий. Агробизнес имеет следующую структуру:

1. Поля, где выращивается зерновые и кормовые культуры.

2.Животноводческий комплекс.

3.Предприятия по производству готовой продукции.

4.Административный отдел.

5.Финансовый отдел.

6.Маркетинговый отдел.

Рынком сбыта продукции являются предприятия оптовой и розничной торговли, предприятия общественного питания г. Орла, Орловской области, а также собственная торговая сеть фирмы.

Общая стоимость проекта по введению в строй мясоперерабатывающего цеха 4 млн. руб., которые планируется привлечь извне.

Персонал фирмы укомплектован высококвалифицированными специалистами, занятыми выращиванием сельскохозяйственных культур, переработкой сельхозпродукции и ее реализацией. Общая численность персонала - 500 человек.

Конкурентоспособность фирмы обеспечивается низкими внутрипроизводственными издержками вследствие организации производства фирмы по замкнутому технологическому циклу - от самостоятельного выращивания кормов и зерна до переработки иреализации продуктов сельхозпроизводства через собственную Торговую сеть. Срок окупаемости кредитных средств на проектируемый агропромышленный комплекс - менее трех лет.

**2. Общее описание компании.**

Предметом и цепью деятельности АПК "Агробизнес" является содействие наиболее полному удовлетворению потребностей народного хозяйства в продуктах питания и сельхозпродукции, в товарах народного потребления, а также более полного эффективного использования местных сырьевых и трудовых ресурсов.

В указанных выше целях АПК "Агробизнес" осуществляет:

* производство и реализацию продуктов питания и сельхозпродукции;
* организацию и строительство различных комплексов и предприятий по производству этих продуктов.

В состав АПК "Агробизнес" входят следующие основные подразделения:

• птицефабрика;

• свино-откормочный совхоз;

• мельница;

• корпус переработки маслосемян;

• холодильники;

• два магазина площадью 2500 кв. м;

• сеть общественного питания (два кафе);

• прочие здания и сооружения.

В настоящее время в штате состоит около 500 человек, которые являются специалистами в области сельского хозяйства. Штат находится в составе комплектации, ведется профессиональный отбор сотрудников, разрабатываются планы и программы подготовки персонала.

1. Продукция сельского хозяйства:

• мясо птицы;

• свиное мясо;

• фрукты и овощи.

2. Продукция пищевой промышленности:

• подсолнечное масло;

• колбаса;

• минеральная вода;

• соки;

• консервы;

• детское питание;

АПК «Агробизнес» - современное и динамично развивающееся предприятие, оснащённое новейшим оборудованием передовых российских и европейских фирм. Основная сфера деятельности мясо - молочное производство. Все линии производства автоматизированы, производственные цеха, складские помещения и административный корпус оборудованы по последнему слову технического прогресса. Предприятия оснащены собственным электропитанием и теплообеспечением, имеются установки обеззараживания воздуха, все помещения снабжены современной системой вентиляции и кондиционирования, собственная система сооружений по очистке ливневых и производственных сточных вод, соответствующие самым строгим экологическим требованиям. Предприятие оборудовано собственной артезианской скважиной , глубиной 290м. Полученная из скважин вода очищается на собственной станции обезжелезивания с использованием ультрафиолета. Для производства продуктов используется экологически чистое сырье, которое подвергается обязательному входному лабораторному контролю. С помощью собственных лабораторий, аккредитованных государственными органами, проводится постоянная микробиологический, физико-химический и радиологический контроль готовой продукции. На наших предприятиях осуществляется строгий санитарный контроль на каждом этапе производства, тщательно отлаженная система мойки и очистки помещений и оборудования гарантирует пищевую безопасность всей продукции.

**3. Описание продукции.**

Структура ассортимента выбрана не случайно: действительно качественные молочные и мясопродукты, в подавляющем своем большинстве, отличаются высокой ценой реализации , а самая дешевая продукция имеют чрезвычайно низкие вкусовые качества. Поэтому потребность в относительно дешевых, но качественных продуктах - особенно высока. В связи с этим именно они составляют основу ассортимента АПК "Агробизнес".

Продукция обладает следующими свойствами, выгодно отличающими ее от продукции остальных производителей.

1. Высокий уровень вкусовых качеств. Закупаемая технологическая линия является современным высоко-производительным оборудованием, что предполагает строгий контроль за качеством исходного сырья, гарантирует использование прогрессивной технологии производства, только правильно сбалансированных рецептур.

Таким образом, качество планируемой к выпуску продукции будет соответствовать мировым стандартам, причем вкус будет адаптирован именно к запросам местного рынка.

2. Качество и привлекательность упаковки. Продукция упаковывается в поставляемую производителем оборудования высококачественную упаковочный материал, используемую многими производителями .

3. Доступная цена. В результате организации своего производства по замкнутому технологическому циклу и значительного снижения внутрипроизводственных издержек себестоимость производимой продукции на 10 - 15% ниже, чем в среднем по отрасли. Поэтому фирма имеет возможность установить отпускные цены своей продукции на 10- 15% ниже среднерыночных - при том, что ее качество будет неизменно высоким. Соответственно, основной стратегией маркетинга будет ценовая конкуренция.

Именно эти три основополагающих фактора (из которых последний является решающим) будут являться залогом высокой конкурентоспособности продукции АПК "Агробизнес ".

**4.Рынок.**

Таблица **Сравнительный анализ конкурентов**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Характеристики конкурентов | | ИП «Меркурий» | СП "МИГ" | СП "ЛАЗУРЬ" | АПК "Агробизнес" |
| 1 | Качество продукции | выше среднего | среднее | среднее | высокое |
| 2 | Качество упаковки | среднее | выше среднего | выше среднего | высокое |
| 3 | Объем продаж, т/год | 458 | 84 | 36 | 350 |
| 4 | Уровень цен | средние | высокие | высокие | ниже средних |
| 5 | Стабильность продаж | высокая | средняя | Низкая | высокая |

Была произведена сравнительная характеристика отпускных цен вышеуказанных предприятий (см. табл. ), а также сделан тщательный анализ технико-экономических показателей основного конкурента, превышающего годовые объемы производства мясных продуктов АПК "Агробизнес" . Результаты анализа показали, что как со стороны ИП "Меркурий" , так и со стороны других субъектов рынка невозможна серьезная ценовая конкуренция.

Поэтому в своей маркетинговой политике АПК планирует методом ценовой конкуренции занять этот сегмент и закрепиться на нем.

Таким образом, сбыт планируемой к выпуску продукции экономически обоснован и гарантирован.

Таблица Схема размещения товаров на рынке

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Рынки сбыта | Объем продаж, кг | | |
|  |  | 2010 | 2012 | 2013 |
| 1 | Предприятия оптовой торговли | 263 718 | 602821 | 602 821 |
| 2 | Предприятия розничной торговли (собственные продовольственные магазин) | 233964 | 660117 | 660117 |
| 3 | Предприятия общественного питания (собственные кафе и ресторан) | 5760 | 13166 | 13166 |
| 4 | Автолавки | 177 800 | 269 592 | 269 592 |
|  | Всего | 676 242 | 1545 696 | 1545696 |

Основными потребителями на перспективу остаются собственные предприятия розничной торговли и автолавки (52,5% от общего объема реализации). Данная продукция ориентирована на группу покупательских возможностей среднего уровня доходности населения.

**5.Маркетинг.**

**Плана маркетинга**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Мероприятие | Срок | Критерии оценки степени достижения поставленных целей | Ответственный исполнитель |
| 1 | *Меры по активизации сбыта продукции* |  | *Увеличение объема сбыта* |  |
| 2 | Стратегии развития предприятия |  |  | Руководитель |
| 3 | Исследования рынков |  |  | Руководитель маркетинга |
| 4 | *Меры по  ориентации предприятия на Потребителя.* |  | *Число повторных заказов от Потребителей.* |  |
| 5 | Провести анализ спроса. |  |  | Руководитель маркетинга. |
| 6 | Подбор персонал |  |  | Ответственный по персоналу |
| 7 | Создание эффективной технологии обслуживания Потребителей |  |  | Руководитель |
| 8 | *Мероприятия по сбору коммерческой информации* |  | *Проведен анализ емкости рынка, потребителей, конкурентов* |  |
| 9 | Произвести оценку потенциальной емкости рынка. Проводить сегментацию по потребительскому уровню |  |  | Руководитель маркетинга. |
| 10 | Сбор информации по потребителям продукции |  |  | Руководитель маркетинга. |
| 11 | Сбор информации по конкурентам |  |  | Руководитель маркетинга. |
| 12 | *Мероприятия по подготовке аналитических материалов по анализу наиболее перспективных сегментов рынка* |  | *Созданы базы данных по Потребителям,, поставщикам и конкурентам, позволяющие реально оценивать возможности на рынке* |  |
| 13 | Проанализировать Потребителей предприятия с выделением наиболее приоритетных Потребителей  по таким параметрам. |  |  | Руководитель маркетинга. |
| 14 | Пересмотр порядка обмена маркетинговой информации внутри предприятия. |  |  | Руководитель маркетинга. |
| 15 | Создание структуры и ведение компьютерной базы данных |  |  | Руководитель маркетинга. |
| 16 | *Предложения по ценообразованию* |  | *Разработана ценовая политика* |  |
| 17 | Приведение цен  предприятия в соответствие с требованиями рынка .Для этого необходимо изучение цен конкурентов, изучение желания Потребителей заплатить ту или иную цену и анализ издержек |  |  | Руководитель маркетинга.  Руководитель ШЭК |
| 18 | *Предложения по ассортименту выпускаемой продукции* |  | *Разработана ассортиментная политика* |  |
| 19 | Формирование плана производства | Раз в месяц |  | Ответственный за производство производству |
| 20 | Разработка системы по выбору ассортимента |  |  | Руководитель маркетинга. |
| 21 | *Предложения по рекламе и отношениям с общественностью* |  | *Разработана рекламная стратегия предприятия* |  |
| 22 | Разработка стиля |  |  | Руководитель маркетинга. |
| 23 | Разработка рекламных текстов для печатной продукции, рекламных плакатов, стенгазет |  |  | Руководитель маркетинга. |
| 24 | Разработка концепции участия в ярмарках и выставках районных |  |  | Руководитель маркетинга. |
| 25 | Выявление наиболее эффективных средств рекламы . |  |  | Руководитель маркетинга. |
| 26 | Мониторинг рекламы основных Конкурентов, выявление ее сильных и слабых сторон. |  |  | Руководитель маркетинга. |
| 27 | Оценка эффективности использования рекламных средств | раз в полгода |  | Руководитель маркетинга. |

Характеристика потребителей продукции. В качестве рынка сбыта продукции АПК "Агробизнес" выступают оптовые и розничные торгующие организации (в т. ч. два собственных продовольственных магазин), собственная сеть общественного питания (кафе и ресторан), а также непосредственно население через автолавки . Оптовая продажа занимает 40% от общего объема реализации продуктов. Охват общего рынка осуществляется путем прямых контактов с потенциальными покупателями.

**6.Управление и организационная структура.**

Совет директоров АПК "Агробизнес" состоит из двух человек: Президента и Генерального Директора. Они имеют значительный стаж работы не только в сфере управления, но и непосредственно на рабочих местах в торговой и производственной сферах, где приобрели большой профессиональный опыт, продвигаясь вперед по ступеням карьеры.

На предприятии существует линейно-функциональная структура управления, когда руководство фирмой осуществляется не только из центра, но и непосредственно на местах: в каждом хозяйственном подразделении действует тщательно подобранный управленческий персонал, координирующий работу конкретного субъекта управления в соответствии с генеральной стратегией фирмы. Руководителей хозяйственных объектов характеризует большой опыт работы в своей сфере деятельности и глубокое знание специфики конкретного объекта.

Учитывая, что АПК "Агробизнес" имеет чрезвычайно разветвленную производственную структуру, последнее немаловажно для эффективного управления таким сложным хозяйственным комплексом.

**7. Капитал и юридическая форма компании.**

Агропромышленное предприятие "Агробизнес" является акционерным обществом закрытого типа, сокращенное название АПК АОЗ"Агробизнес".

Предприятие создано 22 марта 2014 года путем преобразования и является правопреемником товарищества с ограниченной ответственностью "АГРО", основано на общей долевой форме собственности с уставным капиталом 60000 рублей.

Местонахождение и юридический адрес: 303900 пгт. Нарышкино.

Учредителями являются граждане Российской Федерации -физические лица: 30 человек.

8. Финансовый план

**8.1 Расчет доходов**

**Предполагаемый объем продаж мясокомбината за 1 месяц работы на полную мощность**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Вид продукции | Цена, руб. кг | Объем продаж, кг | Выручка, руб. |
| 1 | Копченые мясопродукты:  Опт  розница  общепит | 32  40  42 | 26114  40276  570 | 835,648  1,611,040  23,940 |
|  |  |  | 66960 |  |
| 2 | Вареные мясопродукты:  опт  розница  общепит | 26  34  52 | 13712  21150  298 | 356,512  719,100  15,496 |
|  |  |  | 35160 |  |
| 3 | Сырая колбаса (фарш):  Опт  розница  общепит | 19,2  24  46 | 10408  16054  226 26688 | 199,834  385,296  595526 |
|  | Итого | 32,4 | 128 808 | 4,185,116 |

**8.2. Расчет затрат**

Таблица 9.2.

Расчет себестоимости на год, руб. (июль - декабрь)

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Расчет затрат на сырье и материалы | Сумма |
| Затраты на сырье и материалы в месяц |  |
| Затраты на сырье и материалы в год: |  |
| 2. Затраты на оплату труда рабочих: |  |
| • численность персонала - 25 человек; |  |
| • среднемесячная зарплата рабочего |  |
| • фонд заработной платы в год |  |
| 3. Начисления на фонд зарплаты рабочих |  |
| 4. Амортизация производственного помещения |  |
| 5. Амортизационные отчисления на восстановление основного оборудования |  |
| 6. Расходы на электроэнергию |  |
| 7. Транспортные расходы |  |
| 8. Затраты на управление |  |
| • численность аппарата управления - 20 человек |  |
| • среднемесячная зарплата |  |

**Финансовый** **план проекта, руб.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование показателя | 2012 | 2013 |
| 1 | Поступление выручки от продажи | 10.985.930 | 25.110.696 |
| 2 | Платежи на сторону ВСЕГО: | 7.953.072 | 20.845.021 |
| 2.1  2.2  2.3  2.4  2.5 2.6  2.7 2.8  2.9. | В том числе:  Оплата счетов поставщиков Зарплата  (включая начисления)  Реклама  Страховка  Плата за кредит  Возврат кредитов Амортизация  Налоги и другие сборы:  НДС  налог на прибыль  Прочие расходы | 5.964.415  104.250  10.000  7.825  313.000  -  156.424  502.151  306.467  251.673 | 13.632.948  208.500  20.000  7.825  313.000  3.130.000  312.849  1.147.775  1.568.780  503.347 |
| 3 | Баланс платежей | +314.775 | +4.265.675 |

Анализ суммарных доходов и расходов в связи с проектом доказывает целесообразность его осуществления.

**8. Приложение бизнес - плана.**

**Обязанности и ответственность вице-президента по финансам.**

Как вице-президент по финансам Вы несете ответственность за ведение финансовых документов компании. Эти документы помогут Вам и другим членам руководства определить, в чем сильные и слабые стороны компании. Они также помогут Правлению принимать решения по таким вопросам, как: "Можем ли мы выплачивать более высокую зарплату или комиссионные?", "Следует ли проводить распродажу?", "Можем ли мы оказать благотворительную помощь кому-либо?". В качестве вице-президента по финансам у Вас есть некоторые специфические обязанности.

Ведение финансовой документации

Вы должны определить, получает ли компания прибыль или несет убытки. Финансовые документы являются исходными для этого определения. Будучи наиболее важным и полезным документом компании, Финансовый отчет реально отражает убытки и доходы компании. В результате важно, чтобы Вы:

• отражали все перемещения денежных средств в Финансовом отчете.

• регулярно проверяли правильность заполнения Финансового отчета и выверяли баланс наличных по кассовой книге.

На Вас лежит ответственность за денежные средства компании

Вы несете ответственность за денежные средства Вашей компании. В Ваши обязанности входит подготовка бюджета компании, ведение кассовой книги и получение выручки от продаж .

Вы также отвечаете за сохранность финансовых документов компании.

Составление финансовых отчетов

На заседании Общего собрания акционеров вице-президент по финансам делает отчет о финансовом состоянии компании. Он также участвует в составлении соответствующего раздела в годовом отчете. Вице-президент по финансам должен хорошо разбираться во всех аспектах деятельности компании. Лично зная о проблемах каждого отдела, работая совместно с другими должностными лицами и каждым членом компании над решением этих проблем, Вы поможете компании достичь поставленных целей.

В деле постановки целей компании и работы по их достижению Вы будете работать в тесном контакте с другими должностными лицами. Для более успешного руководства будет полезным проведение коротких еженедельных встреч с другими должностными лицами для обсуждения возможных проблем и путей их решения.

Вы можете и безусловно станете преуспевающим вице-президентом по финансам. Почувствуйте свою ответственность, развивайте свои способности как руководителя, чтобы наиболее эффективно справляться со своей работой, и используйте инициативу людей для лучшей работы компании.

Обязанности и ответственность вице-президента по производству. Как вице-президент по производству Вы и Ваши сотрудники будете заказывать сырье для изготовления продукции, разрабатывать производственную стратегию и управлять качеством выпускаемой продукции. К Вашим специфическим обязанностям относятся:

Закупка материалов и другого сырья

Вашим первым шагом в деле производства продукции или оказания услуг будет покупка высококачественного сырья у фирм, пользующихся доверием, и по приемлемой цене.

Ответственность за эффективность производства

Помогите разработать эффективный производственный процесс и постарайтесь предвидеть все аспекты этого процесса. Разработайте производственный план. Этот план включает в себя:

• стоимость материалов и трудозатраты;

• обучение производственной деятельности;

• производственные циклы и стадии;

• контроль за качеством продукции.

Разработка программы техники безопасности

Для любой компании чрезвычайно важны безопасные условия работы. Знайте, что соблюдение техники безопасности - это хороший бизнес. Опасные условия труда снижают производительность и, в результате, приводят к порче товаров.

Ведение производственных документов и составление отчетов

Ведите Производственный отчет и представляйте отчеты о состоянии производства на заседаниях Общего собрания акционеров.

Обеспечение эффективного руководства

В большинстве компаний Вы будете отвечать за обучение производственного персонала и наблюдение за его работой. В некоторых компаниях существует также должность менеджера по контролю за качеством и соблюдением правил безопасности производства.

Вам также отведена роль одного из руководителей компании. Члены компании не без основания будут полагать, что от Вас зависит улучшение эффективности и качества производства, а также решение других производственных проблем.

Ответственность перед другими должностными лицами

В деле постановки целей компании и работы по их достижению. Вы будете работать в тесном контакте с другими должностными лицами. Для более успешного руководства будет полезным проведение коротких еженедельных встреч с другими должностными лицами для обсуждения возможных проблем и путей их решения.

Используя систему периодической проверки качества продукции через определенные интервалы, Вы будете уверены в том, что готовая продукция будет соответствовать стандартам компании. Современные эксперты по контролю за качеством говорят, что каждый работник на производстве должен принять на себя ответственность за качество выпускаемой продукции. Производственный процесс начинается с определения качества поставленного сырья, и такой контроль продолжается далее в каждом периоде процесса, включая упаковку и наклеивание этикеток. Критерий качества должен включать.

ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ

Ваша работа заключается также в предотвращении несчастных случаев. Вы сможете добиться этого, помогая каждому осваивать технику безопасности. Контролируйте соблюдение техники безопасности и не допускайте возникновения опасных условий работы.

Проинструктируйте членов компании о важности соблюдения техники безопасности. Во время работы убедитесь, что соблюдаются все меры предосторожности.

При несчастном случае расследуйте его причину. Предпримите все необходимые действия для предотвращения подобного в дальнейшем.

Если Вы обнаружите опасную ситуацию или увидите опасные действия, немедленно решайте эту проблему.

Показывайте сами хороший пример! Будьте искренним и последовательным в деле внедрения безопасных стандартов.

**Определены обязанности и ответственность вице-президента по маркетингу.**

Вам выпала честь занять такой важный пост в Вашей компании. Поздравляем Вас! Теперь Вы несете ответственность за разработку и проведение в жизнь стратегии компании по маркетингу. Сюда входит обучение занятых продажей продукции и стимулирование их работы, хранение отчетов по продаже, разработка плана рекламной кампании.

Ваша работа как бы бросает вызов тем членам компании, которые относятся к торговле с робостью и застенчивостью. Ваш творческий подход, энтузиазм и личный пример помогут стимулировать продажу товара и гарантировать успех вашей компании. В качестве вице-президента по маркетингу у Вас будет несколько обязанностей, характерных только для Вашей должности.

А Разработка и осуществление плана торговли

Такой план торговли должен помочь Вам определить потенциальных покупателей, установить приемлемую цену на товар, разработать стратегию рекламирования и распространения товара, а также создать систему обучения и поощрения торгового персонала.

• Разработайте стратегию торговли. Ищите новые, лучшие методы продажи Вашей продукции.

• Проведите начальный курс обучения приемам торговли и повторные курсы для всех членов компании.

• Проводите кампанию по рекламированию вашего товара.

• Разработайте систему поощрения за успешную торговлю (конкурсы, премиальные и т.д.). Ведите график продаж.

• При необходимости назначьте заместителя .

А, Хранение готовых товаров и Отчет по продажам

Хранение готовой продукции подразумевает прием продукции на склад по мере ее поступления с производства.

Отчет по продажам Вы будете использовать для записи количества готовой продукции, учета ее продажи . Кроме этого:

• Сообщите вице-президенту по финансам сумму выручки от продаж.

• Регулярно отчитывайтесь перед Правлением и Общим собранием по вопросам маркетинга.

А Обеспечение эффективного руководства Вы будете управлять сотрудниками отдела маркетинга, исполнять обязанности президента во время его отсутствия.

Вероятно, более, чем любому другому руководителю, Вам важно показывать личный пример. Вам будет необходимо продемонстрировать другим желание и способность быть лидером в деле торговли, поскольку предполагается, что каждый член компании должен будет продать какое-то количество продукции.

В дополнение к этой деятельности, характерной только для Вашей должности, у Вас будет еще несколько общих, но также очень важных обязанностей.

А Ответственность перед компанией

Будучи вице-президентом по маркетингу. Вы должны в общих чертах разбираться во всех аспектах деятельности компании. Зная о проблемах каждого отдела, работая совместно с другими должностными лицами над решением этих проблем, Вы поможете компании достичь поставленных целей.

А Ответственность перед другими должностными лицами

В деле постановки целей компании и работы по их достижению Вы будете работать в тесном контакте с другими должностными лицами. Для более успешного руководства будет полезным проведение коротких еженедельных встреч для обсуждения возможных проблем и путей их решения.

А Вице-президент по персоналу отмечает присутствие сотрудников на производстве и заполняет Табели учета рабочего времени. Во многих компаниях должность вице-президента по персоналу совмещена с должностью секретаря компании. Секретарь ведет учет акционеров; протоколы заседаний правления и Общего собрания акционеров, а также осуществляет контроль за подготовкой годового отчета.

ДАЛЬНЕЙШАЯ ПОДГОТОВКА

Если торговые представители не справляются с поставленными задачами, рассмотрите еще раз план по маркетингу:

Цена - Не является ли она слишком высокой? Проверьте, какая цена у конкурентов. Управление - Заразили ли Вы всех своим энтузиазмом? Все ли члены компании хорошо подготовлены? Поощрение - Достаточно ли оно? Подумайте, не следует ли увеличить заработную плату или устроить конкурс на самую высокую недельную выручку. Много проблем может быть решено, если у торговых представителей есть желание торговать: напротив, если у них его нет, даже самый лучший товар покроется пылью.

КОНТРОЛЬ ЗА ХРАНЕНИЕМ ВЫПУЩЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Контроль за хранением выпущенной продукции. Объем готовой продукции часто превышает план компании по прибыли, поэтому относитесь к готовому товару как к наличности. Отчитайтесь за количество и местонахождение всей непроданной продукции. В деле решения этой задачи Отчет по продажам будет Вашим инструментом.

РЕКЛАМА, ПРОДАЖА, ПУТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА И ПРИВЛЕЧЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ВНИМАНИЯ

Реклама - создание и размещение информации о товаре с целью содействия его реализации. Рекламное объявление должно содержать следующие элементы: подход (привлеките внимание и возбудите интерес), представление (опишите общие черты, объясните преимущества, предупредите возможные возражения в доброжелательной форме) и окончание (попросите сделать заказ). Пути продвижения товара - все то, что может помочь реализовать продукцию. К этому могут относиться демонстрационный или рекламный материал (литература, образцы и др.), а также вывески или указания мест розничной торговли. Планирование путей продвижения товара - это хорошая работа для человека, обладающего воображением и артистическими способностями. Привлечение общественного внимания - свободное рекламирование в форме коротких сообщений о новинках. Вступите в контакт с местными газетами может быть, они сочтут ваш товар стоящим, чтобы о нем рассказать. Выясните, какие средства массовой информации поддерживают контакты с региональным центром .

Вы можете и безусловно станете преуспевающим вице-президентом по маркетингу. Проникнитесь Вашими обязанностями, развивайте свои способности руководителя, так необходимые для выполнения Вашей работы, и используйте инициативу людей для достижения целей. Будьте уверены, что все члены вашей компании верят, что они способствовали ее успеху.

**5.Заключение.**

Все ближе и ближе тот момент, когда за спиной останутся беззаботные школьные годы и жизнь поставит нас всех перед первым серьезным выбором. Каким будет наш дальнейший путь? Как найти свое место в жизни? Какую профессию выбрать? Уже сейчас мы начинаем задумываться над этими вопросами, и сделать выбор действительно не просто. В наше время так много интересных и нужных профессий! Все больше высших учебных заведений: институтов, университетов, академий готовят высококвалифицированных специалистов в различных областях знаний. «Кем ты мечтаешь стать, когда вырастешь?» - наверное, ни один вопрос мне никогда не задавали так часто, как этот, и ни на один из них я не давала столь разных ответов каждый раз. Помнится, еще в далеком детстве (мне тогда было четыре года) я гостила в деревне у бабушки, и поутру мы часто вдвоем с ней доили коз. Тогда я впервые попробовала доить самостоятельно (конечно же, под бабушкиным чутким руководством) и даже захотела стать дояркой! Где-то через год нас всей детсадовской группой повезли в цирк. Опытный и ловкий дрессировщик заставлял тигров прыгать через обручи, а маленьких собачек в разноцветных юбочках – ходить на задних лапах и танцевать «собачий вальс». Помню, мне так понравилось это выступление, что с тех пор когда меня спрашивали, кем же я хочу стать, когда я вырасту, я неизменно отвечала: «Конечно же, дрессировщицей!» Как-то раз я заболела, и меня положили в больницу. Скукота - лекарства, уколы, в общем, ничего приятного. Но как старалась наш лечащий врач Полина Романовна! У нее всегда находилось время, для того, чтобы нас подбодрить, выслушать. Именно тогда я поняла, что страстно мечтаю стать врачом, чтобы помогать людям. Прошло несколько лет. Многое с тех пор поменялось, поменялись и мои интересы. Вот и пришла пора призадуматься о выборе будущей профессии. Я уже не бросаюсь из крайности в крайность, а подхожу к выбору вполне осмысленно. Да, мне нравится немало профессий, но больше всего из них все-таки та, к которой действительно лежит моя душа, и имеются способности. Конечно, каждый должен выбирать профессию, которая соответствует его стремлениям, увлечениям, способностям. Я хочу стать предпринимателем в сфере агробизнеса. Как предприниматель я смогу реализовать себя в различных сферах деятельности.

**6.Вывод.**

Изучив необходимую литературу по данному вопросу, считаю возможным развитие агробизнеса в области, это может стать не только моей профессией, где я смогу проявить свой предпринимательский талант, но создав надёжную команду для решения и реализации поставленных задач, поможет решить не только вопросы трудоустройства многим специалистам, но и обеспечит область качественными продуктами.

**7.Литература.**

1.Симоненко В.Д. Основы предпринимательства. Издательство Брянского государственного педагогического института.- 1996г.

2.Власова В.М.Основы предпринимательской деятельности. 1995.

3.Казаков А.П.Школьнику о рыночной экономике Учебное пособие для старшеклассников.1993.

4.Райзберг Б.А. Основы экономики и предпринимательства. 1992.

5. Липсиц И.В. Экономика. 2001.