Международный конкурс исследовательских работ школьников

«Research start»

Направление: гуманитарные дисциплины

Предметная область: литература, обществознание (экономика)

Проект

Бизнес-план для Коробочки

Автор проекта: Ларионова Людмила Александровна, 11 класс

МАОУ лицей №135, г. Екатеринбург

Руководители проекта: Сатарова Александра Юрьевна,

учитель литературы МАОУ лицея №135;

Кузьмина Ольга Анатольевна,

учитель обществознания МАОУ лицея №135

2022

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3
Глава 1. Теоретические основы создания бизнес-плана 5
Глава 2. Бизнес-план фирмы «Коробочка в деле» 13
Заключение 23
Список литературы 25
Приложение 26

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данного проекта заключается в том, что многие люди в современном мире заинтересованы в открытии своего личного бизнеса, однако не осведомлены о том, как правильно нужно его вести, чтобы не попасть в беду. Ознакомление с тем, как необходимо составлять бизнес-план, а также с тем, как можно спасти своё дело даже в самый трудный период, будет очень важным аспектом для всех людей, интересующихся финансовой грамотностью и тем, как правильно вести бизнес. Хотелось бы добавить, что финансовая грамотность очень важна для людей XXI века, потому обладать даже самыми минимальными базовыми знаниями о бизнес-планировании будет полезно каждому.

Мой выбор пал именно на Коробочку, так как этот персонаж является представителем типичного помещика XIX века, и я хотела бросить некий вызов себе и попробовать создать такой бизнес-план, который смог бы возвысить её хозяйство. Однако звучит довольно абсурдно, что я решаюсь рассматривать персонажа из XIX века, но в тоже время говорю об актуальности в XXI, но стоит помнить, что произведение «Мёртвые души» является классическим, а значит, описанные в нём проблемы имеют место быть и в настоящее время.

Объектом исследования является хозяйство помещицы Коробочки – персонажа произведения Н.В. Гоголя «Мертвые души». **Предмет** исследования: бизнес-план.

Целью исследовательского проекта является создание эффективного бизнес-плана для помещицы Коробочки.

Задачи проекта:

— проанализировать текст произведения Н.В. Гоголя «Мёртвые души» (глава 3);

— определить сильные и слабые стороны способа ведения хозяйства помещицы Коробочки;

— изучить структуру современного бизнес-плана;

— создать эффективный бизнес-план для помещицы.

В работе были использованы такие методы как анализ художественного текста (самого персонажа и хозяйственного уклада помещицы) и материалов по экономике; синтез (разработка бизнес-плана).

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНА

В своём проекте я задействовала два предмета: литература и обществознание. Для начала мне необходимо охарактеризовать литературного персонажа по имени Коробочка, для определения дальнейших действий в области экономики.

Коробочка – это очень хозяйственная помещица, которая серьёзно относится к ведению своего хозяйства. Она заботится о крестьянах (знает почти всех наизусть, не ведёт никаких записей), управляет поместьем так, что у неё остаются на продажу излишки муки, мёда, крупы и т.п., что потом продаётся купцам и перекупщика.

Черты её характера и привычки: бережлива, скупа, деловита, самостоятельна, хорошая хозяйка, упряма, недоверчива, любит прибедняться и жаловаться на жизнь, во всем помещица пытается найти выгоду (например, заметив у Чичикова гербовую бумагу, просит у него «листик подарить»), суеверна (в грозу перед иконкой ставит свечку, молится, пугается, когда Чичиков упоминает черта в разговоре), не слишком умна, подозрительна, боится прогадать или продешевить.

Настасья Петровна ограничена, она живет в своеобразной «коробочке», поэтому фамилия героини оказывается говорящей. Она зациклена на получении прибыли, именно с этой целью она и ведет хозяйство. Как пишет автор, если Коробочка зарубила что-то себе на носу, то уж это «ничем не пересилишь» [7 с. 41]. У неё нет никаких духовных запросов, она не желает знать о том, что выходит за пределы её хозяйственных забот. Она просто знает, что нужно взращивать, продавать и покупать (действует по одной и той же схеме, не желая чего-то менять). Мышление этой помещицы ограничено, как и замкнутый круг её жизни. Перед читателем предстаёт мелочная, скупая, «дубинноголовая» помещица, которая «вся переселилась в хозяйственную жизнь». Коробочка является типичным для того времени персонажем. Писатель не зря дает такое краткое описание внешности героини, для него было важно подчеркнуть

типичность этого образа. Черты её характера были присущи и реальным людям (чиновникам, госслужащим). Автор пишет про таких людей, что вроде бы видишь почтенного и государственного человека, а на деле оказывается «совершенная Коробочка». Николай Васильевич Гоголь знаменит использованием в своих произведениях говорящих фамилий, так в поэме «Мёртвые души» он вводит персонажа с фамилией Коробочка. Впервые мы узнаём о данной помещице из третьей главы. Автор описывает героиню, как хорошую хозяйку. Она бережливо относится ко всему, что её окружает, поддерживает чистоту и порядок, и даже при условии того, что её поместье старое и многое пора бы поменять, Коробочку всё устраивает, да и люди её не жалуются. Она вполне справляется со своими задачами и является неплохим руководителем, но ведь непросто так главный герой называет её глупой, и непросто так Гоголь даёт своему персонажу такую фамилию. Всё дело в том, что смысл жизнь Коробочки заключается в неменяющейся рутине. Она делают одно и то же, и не стремится расширять те рамки, в которых она привыкла жить. Коробочка жадная, но копит деньги она бесцельно. Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что её способ ведения хозяйства имеет свои плюсы и минусы.

Плюсы:

— постоянный доход;

— отсутствие конфликтов с работниками, в связи с тем, что и они привыкли к такой жизни.

Минусы:

— отсутствие возможности выращивания и продажи других культур (получения дополнительной прибыли) из-за нежелания выходить за грани привычного;

— возможность упадка хозяйства из-за его неактуальности, по причине ограниченного мышления хозяйки;

— неиспользованные финансы (те деньги, что есть у героини, она могла потратить на усовершенствование и развитие своего поместья, но наяву её накопления не находятся в «обороте»);

— непонимание потребностей рынка (в связи с образом жизни «по накатанной»).

Определив следующие недостатки и достоинства хозяйства Коробочки, я могу приступать к основной части своего проекта – составлению бизнес-плана.

В общем понимании финансовая грамотность – это уровень знаний в области финансов и личных сбережений, который позволяет здраво оценивать экономическую ситуацию и принимать разумные решения, а именно: вести учет доходов и расходов, избегать излишней задолженности, планировать личный бюджет, создавать сбережения, и использовать накопительные инструменты.

От уровня финансовой грамотности населения страны во многом зависит ее экономическое развитие. При низком уровне таких знаний страдают не только потребители, но и общество в целом. Именно поэтому я решила в своей работе затронуть данную тему, и показать, как можно качественно руководить бюджетом, создавая собственный бизнес.

Создать бизнес – только первый шаг в трудном и долгом деле его развития. Однако невозможно надеяться на успех предприятия без правильно сформулированного и продуманного бизнес-плана. Хорошо сформулированный бизнес-план позволит вам понять, в какой период вам следует прибегнуть к тратам, когда вы начнёте получать доходы, какие товары будете производить и в каком количестве, требуются ли ваши товары рынку и т.п.

Рассмотрим структуру бизнес-плана, но стоит помнить, что описанная структура не является жёстко заданной. В процессе работы структурирование бизнес-плана по своему усмотрению даже необходимо, ведь таким образом можно лучше понять, что стоит изменить. Главное, чтобы разработанный документ давал ясные ответы на следующие вопросы: что вы будете производить, кто будет потребителем, какие затраты вам потребуются, чтобы начать своё дело, откуда вы возьмёте деньги на запуск бизнеса, какие затраты потребуются в ходе его функционирования, на каком этапе и в каком объёме вы начнёте получать доходы, в какой момент времени окупятся ваши затраты на ведение бизнеса. Бизнес-план разрабатывается в долгосрочной перспективе (как правило, от 3 до 5

лет), но период планирования может изменяться от года к году. В своем проекте я решила создать примерный бизнес-план, который также требует дальнейшей разработки. Обычно для первого года рекомендуют осуществлять планирование по месяцам. Для второго года планирование можно ограничить уже кварталами. С третьего года достаточно рассчитывать годовые плановые показатели. Важно понимать, что данный вариант разбивки сроков планирования не является жёстко заданным. В зависимости от ситуации вам могут больше подойти месячные планы на протяжении всех 5 лет, либо другие варианты по вашему выбору. Расчётный срок бизнес-плана должен быть достаточным для выхода на проектную мощность, либо для выяснения срока окупаемости вашего проекта. Под сроком окупаемости понимают период, по истечении которого накопленная прибыль от осуществления деятельности по проекту превысит совокупные инвестиционные затраты [3 с. 44].

Процессу бизнес-планирования предшествует подготовительный этап. На этом этапе необходимо провести определённую работу.

1. Собрать информацию о том товаре, который вы намерены производить (или услуге, которую будете оказывать). Предположим, вы собираетесь открыть своё туристическое агентство. В таком случае вы должны чётко знать все подробности оказываемых туристических услуг. Если вы собираетесь реализовывать путёвки в Египет, Грецию или Таиланд, вы должны хорошо разбираться в особенностях предлагаемых туров, условиях проживания в отелях, в организации чартерных авиаперевозок, возможностях визовой поддержки и т.п. Эти знания необходимы вам для того, чтобы реалистично оценить свои затраты на выполнение обязательств перед клиентами, а также понимать, какие сложности могут подстерегать вас на каждом этапе обслуживания клиентов.

2. Собрать информацию о рынке сбыта товаров или услуг фирмы. Также очень важный пункт. Следует хорошо знать своих конкурентов, перечень тех товаров и услуг, которые ими предоставляются. Пронаблюдаем данный пункт на рассматриваемом примере с туристическим агентством. Если вы собираетесь продавать туристические услуги, то должны хорошо ознакомиться с фирмами,

которые составляют вам конкуренцию. Вы должны знать все услуги, которые они оказывают, и уровень цен, которые они устанавливают на свои путёвки. Вы должны знать неудачные сезоны на рынке, когда спроса на путёвки нет, и время наступления удачной поры, когда путёвки начинают раскупаться очень быстро. Необходимо, чтобы вы видели перспективы рынка, понимали, чего ожидать в будущем, и с чем это будет связано, умели анализировать рынок.

3. Изучить сильные стороны своей фирмы и её возможности ведения успешной борьбы с конкурентами на рынке. Например, вы уже имеете опыт работы в туристическом агентстве. Вашим преимуществом может стать наработанная клиентская база (определенный список клиентов, которым понравилось ваше обслуживание, и которые поэтому готовы воспользоваться вашими услугами ещё раз). Ещё одним преимуществом может стать наличие особых условий покупки туров у туроператоров, которые могут сделать вам хорошие скидки. Это позволит немного удешевить ваши предложения для клиентов и, следовательно, получить преимущество в ценовой борьбе.

4. Рассчитать необходимые финансовые затраты для организации своего бизнеса и выяснить, из каких источников вы можете привлечь такие средства. Предположим, что для организации своего туристического бизнеса вам необходимо 300 тыс. руб. Эти затраты включают в себя аренду помещения под офис, покупку необходимой техники, печать визиток и различных демонстрационных материалов, необходимых для рекламы, создание своего сайта в Интернете, заработную плату сотрудникам, налоги и т.д. Если у вас есть вся сумма для начала ведения бизнеса и вы готовы рискнуть ею и вложить в раскрутку фирмы, то можете легко начать собственное дело за счёт собственных средств. Если у вас таких денег нет, то вам придётся, либо занять их (у родителей, у друзей, в банке), либо пригласить кого-то в учредители. Также необходимо спланировать и масштаб деятельности вашей фирмы, понять, готовы ли выходить на большой рынок или будете двигаться в узкой специализации.

5. Разработать организационную структуру своей фирмы. Очень важно определить количество сотрудников в агентстве и их должностные обязанности.

Это позволит хорошо понимать, кто из сотрудников за что отвечает и, следовательно, выполнение каких работ вы имеете право от них требовать. Допустим, что вы наймёте менеджера по продажам, но не предусмотрите в структуре уборщицу. Если и договор на уборку помещений с арендатором у вас тоже не будет заключён, то вам придётся как-то выходить из этой ситуации: либо прописывать обязанности по уборке помещений в должностных обязанностях менеджера, либо убирать помещение самому. После того как вы собрали всю предварительную информацию, можете приступать к составлению бизнес-плана.

Сам бизнес-план состоит из нескольких разделов:

1. Резюме

Целью этого раздела является описание идеи для бизнес-плана. Здесь необходимо рассказать о целях своего бизнеса, описать, каким образом можно реализовать свою бизнес-идею, перечислить преимущества своей фирмы по сравнению с другими компаниями, рассчитать предполагаемые первоначальные вложения и возможные результаты деятельности. Поскольку сам бизнес-план – это большой документ, на изучение которого требуется затратить определённое количество времени, цель – показать в резюме все преимущества идеи и убедить читателя, что изучение данного документа не окажется бесполезным. Этот раздел не должен содержать слишком много информации. Она должна быть минимальной, но при этом необходимо заинтересовать потенциального читателя (если бизнес-план будет представлен банку или потенциальному инвестору). Качественное резюме – залог успешных и долгих отношений с кредиторами и инвесторами.

2. Цель деятельности будущей фирмы и стратегии по её достижению

Цель деятельности – ориентир развития организации, а стратегия – план движения к этому ориентиру. После изучения раздела читатель должен понять, ради чего вы работаете и что вы предпринимаете, чтобы этого достичь [5 с. 5].

3. Описание продукции (товаров или услуг) будущей фирмы

В этом разделе следует описать назначение и область применения вашей продукции, прогнозируемый уровень цен и затрат на производство, причины

почему именно ваш товар – лучший на рынке. После изучения этого раздела должно быть ясно, что вы производите и из чего вы это производите, а также чем то, что вы производите, отличается от продукции конкурентов и сколько в связи с этим ваша продукция будет стоить.

4. Организационная структура будущей фирмы

В данном разделе необходимо описать организационно-правовую форму своего бизнеса, порядок принятия решений, а также структурные подразделения вашей фирмы. По результатам изучения этого раздела должно быть понятно, каковы риски, обусловленные организационно-правовой формой вашей будущей компании, и кто за что отвечает (кто в фирме принимает решения, кто отвечает за производство, а кто учитывает доходы).

5. План маркетинга

Этот раздел очень важен, так как стоит продумать, как будет продвигаться товар на рынке. Здесь нужно описать рынок, на котором вы собираетесь реализовывать товар, потенциальных клиентов, конкурентов, объёмы продаж на рынке, диапазон цен. Вы также должны придумать рекламу, которая будет использоваться для продвижения товара (услуги), привести прогнозы продаж, порядок вывода продукции на рынок. Необходимо рассчитать объём средств, которые потребуются для реализации маркетингового плана.

6. Описание производственного процесса (или оказания услуги)

В результате прочтения этого раздела читателю должно быть понятно, у кого вы собираетесь покупать комплектующие и сырьё, какие этапы производства предусматриваете, какие результаты получите на выходе и сколько этапов вам для этого понадобится [8 с. 50].

7. Финансовый план

Это, по сути, самый важный раздел всего документа. Именно его придирчиво будут изучать кредиторы и ваши партнёры, чтобы понять, когда будет получена первая прибыль и когда бизнес окупится. Финансовый план содержит обобщённую информацию о доходах и расходах фирмы, о первоначальных затратах, которые вы понесёте при её создании и запуске.

Расчёты финансового плана позволяют увидеть финансовые результаты каждого периода реализации проекта, оценить, какая часть финансовых поступлений уйдёт на расчёты по кредитам и каким будет срок окупаемости всего проекта [4 с. 255].

Грамотно составленный финансовый план позволяет чётко отслеживать график его исполнения, своевременно выявлять расхождения фактических данных с запланированными. Бизнес-план содержит данные разделы: резюме, описание цели деятельности фирмы и её стратегии, описание продукции (товаров или услуг) фирмы, описание организационной структуры, план маркетинга, описание производственного процесса или оказания услуги, финансовый план. Поскольку финансовая часть очень важна, необходимо будет прописать финансовый план.

Таким образом, корректно разработанный бизнес-план позволяет создать обоснованную модель бизнеса, которая будет учитывать все ключевые элементы его развития: организационную структуру, производство, финансовую деятельность и механизм развития. Бизнес-план является необходимым элементом в открытии и ведении бизнеса.

ГЛАВА 2. БИЗНЕС-ПЛАН ФИРМЫ «КОРОБОЧКА В ДЕЛЕ»

Резюме

Целью создания данного бизнес-плана является получение прибыли от продажи зерновых культур, а также заполнение ниш мирового рынка.

Основные задачи:

- приведение в порядок земельные угодья размером 1200 гектаров (1098 десятин);
- приобретение сырья зерновых культур: пшеницы и ячменя;
- выращивание зерновых культур;
- организация поставок зерновых культур на внутренний и внешний рынок.

Денежные средства для освоения бизнес-плана можно взять из трёх основных источников: личные сбережения, земельный кредит, а также инвестиционное вложение со стороны. Настасья Петровна зациклена на получении прибыли, именно с этой целью она и ведет хозяйство. Данную характеристику хозяйки поместья можно прочитать в произведении «Мертвые души» Н.В. Гоголя, поэтому в настоящем бизнес-плане будут использованы лишь личные сбережения помещицы Коробочки.

Предприятие характеризуется следующим образом. Выращивание зерновых культур, последующая их реализация на внутреннем и внешнем рынках. Закупочная цена пуда пшеницы оценивается в 46 рублей, а ячменя – 27 рублей. На рынках сбыта цена пшеницы составляет 52 руб. и 30 руб. ячменя.

Следовательно, при благоприятных условия развития бизнеса фирмы «Коробочка в деле» прибыль обеспечена в размере 1 382 571 рублей.

В связи с тенденциями в Российской Империи, рост цен на зерновые культуры будет расти, и потреблением странами импортёрами также. Можно проследить некую стабильность в закупках и определённую постоянную зависимость рынка от этой продукции. Помещица Коробочка предлагает надёжный вклад своих средств, с последующим получением прибыли.

Описание фирмы и отрасли

Отрасль очень зависит от погодных условий, но находится в области постоянного спроса. Различные риски может покрыть государственный банк.

Цены 1830-1881 гг. на хлебную продукцию росли, хоть прирост был и не самым большим, но он был стабильным на протяжении нескольких десятков лет. Особо крупные помещики, которые имеют более 50000 крепостных, хоть и составляют потенциальную угрозу бизнеса, но всё же их заработок намного больше и сильной конкуренции в первые годы составлять не должны.

Компания является самостоятельным хозяйствующим субъектом. Фирма «Коробочка в деле» осуществляет свою производственно-хозяйственную деятельность с целью получения прибыли, отвечает за результаты своей деятельности и выполнение обязательств перед поставщиками, потребителями, бюджетом, банками, реализует продукцию, выполняет работы и оказывает услуги, обеспечивает потребности населения в продукции с высокими потребительскими свойствами и качеством.

Существует несколько неблагоприятных факторов, которые могут сказаться на бизнесе Коробочки, например, засуха, смена политической обстановки между странами экспортёрами и странами импортёрами, забастовки крестьян. В ближайшие годы в Российской Империи не наблюдалось засух, а также народное движение не было явно выраженным, поэтому угрозы для бизнеса не было.

Основной вид деятельности

Основным видом деятельности фирмы является выращивание зерновых культур. Прочий вид деятельности фирмы – реализация соломы пшеницы и ячменя. Но, помимо этого, производится подготовка поля, заготовка семян, сбор урожая и транспортировка.

Угодья расположены в южно-Европейской части России, в Полтавской Губернии.

Планируется поставлять зерно вагонами по железной дороге в Германию, Польшу, а также по морю в Великобританию.

Основным социальным эффектом бизнес-плана может стать развитие инфраструктуры муниципального города.

Характеристика товаров

Компания «Коробочка в деле», расположенная в Полтавской губернии предлагает следующие товары: пшеница и ячмень, а также солома с их производства.

Производство пшеницы и ячменя первого сорта, а также возможность его приобретения. Основными отличиями от остального товара рынка являются: качественный подход к каждому пункту производства от заготовки до доставки, расчётливость логистического плана, выращивание и хранение в только экологических условиях.

Зерно высшего сорта ценится в хлебопекарном производстве. Отличная сохранность, без мусора и соломы при доставке.

Они используются потребителями благодаря хорошему качеству и оптимальной цене, а также быстрой доставке и постоянством поставок.

Спрос и сбыт товара

Оценивая мировой рынок можно прийти к выводу, что спрос на данный товар определённо растёт и будет расти. Благодаря развитию промышленности и транспортных связей, а также торговых отношений со странами Европы, можно определить рынок сбыта. Это те страны-импортеры, которые в связи с экономическими причинами не имеют возможности покрыть потребности в хлебе, в своей стране, но могут обеспечить его оплату по рыночным ценам. Конечными потребителями являются все слои населения без исключения. Аналогичный товар продаётся в пределе цен 50-56 рублей за пуд зерна и 24-30 рублей за пуд ячменя. В долгосрочной перспективе цена будет только расти. Предполагаемый рост цен 10 лет. Для привлечения покупателей на первоначальном этапе фирма «Коробочка в деле» будет придерживаться методов ценовой конкуренции.

В рамках воздействия на рынок поставщиков основной целью предприятия будет являться повышение заинтересованности во взаимном сотрудничестве с

постоянными поставщиками и привлечение к сотрудничеству на взаимовыгодных условиях новых поставщиков и потребителей.

В целях активизации и стимулирования продаж фирма планирует использовать рекламу, связи с общественностью и др.

Рыночные исследования и анализ сбыта

Паровая система земледелия могла иметь двупольный и трехпольный севооборот. При трёхполье одно поле засевалось весной (ярь), второе в конце лета – начале осени (озимь), третье в течение года отдыхало. В результате площадь посева увеличивалась до 100% площади пашни. За год невозможно вытеснение сорняков естественным путём и восстановление прежней структуры почвы. В связи с этим паровой клин требовал более тщательной обработки. Трёхкратной вспашки для озимых (сразу же после уборки урожая, весной, когда только – только появится растительность, и перед посевом) и двукратной – для яровых (после уборки и перед посевом). За год земля не могла также естественным путём восстановить плодородие, поэтому её необходимо было удобрять.

Применение навоза в удобрении. В середине XIX в. существовало мнение, что для «слабого» удобрения десятины пашни требуется 1200 пудов навоза, для «хорошего» – 1950, для «сильного» – 2400. Количество удобрения на десятину земли от 65 возов на десятину удобряемого пара до 264 возов. Если принять среднюю грузоёмкость крестьянской повозки в пределах 15 пуд., в первом случае это даст около 1 000 пуд., а во втором — почти 4 000. В нашей губернии нормой считается – 1800.

План маркетинга

На рынке существует несколько конкурентов. Это компании «Рос. Земля», «Дело Строгановой», «Русская хлебная рука». Эти компании также поставляют зерновые культуры за границу, но у каждой есть свои возможности и недостатки.

Если разбить по цене, то есть компании, которые продают зерновые культуры по высокой цене, в больших масштабах и хотят стать монополистами. В противовес им есть производители с низкой ценой, но у них страдает качество. Компания «Коробочка в деле» собирается вступить в рыночные отношения с

оптимальной ценой и хорошим качеством зерновых культур, а также компания несёт ответственность за его доставку до конечного места.

Как уже говорилось выше, потребителями продукта являются все слои населения. Так как это жизненно необходимый продукт, то его закупка может снизиться по нескольким причинам:

- снижение экономики стран импортёров;
- разрыв экономических отношений со странами импортёрами;
- появление новых конкурентов.

Проведем SWOT- анализ фирмы «Коробочка в деле» в таблице 1.

Таблица 1. **SWOT - анализ фирмы «Коробочка в деле»**

Сильные стороны	***Слабые стороны***
• Наличие посевных площадей • Наличие необходимого оборудования • Наличие технологии обработки земли • Качественная продукция • Постоянные поставки • Отличное качество продукции	• Новая компания на рынке • Небольшая клиентская база • Несформировавшееся полное преставление потребителей • Транспортная логистика имеет непредсказуемые ситуации
Возможности	***Угрозы***
• Расширение угодий • Улучшение оборудования • Освоение новых технологий • Увеличение количества наёмных работников	• Конкуренция • Экономическая нестабильность • Не застрахованность бизнеса • Плохие погодные условия (например, засуха) • Распространение болезни среди наёмных и крепостных крестьян

В будущем возможен рост цен на хлебобулочные изделия из пшеничной муки в связи с повышением качества жизни жителей страны. Если будет расти экономика страны, будет расти и потребительский спрос, следовательно, в конечном итоге спрос на сырьё также возрастёт. Возможны изменения и в сторону другой зерновой культуры, но, во-первых, она маловероятно будет резкой и тогда посевные площади можно сократить для одной культуры и увеличить для другой, во-вторых, современные тенденции пока развиваются в сторону использования пшеницы и ячменя.

При проведении рекламных кампаний будут использоваться в основном недорогостоящие источники информации, устные консультации, реклама в прессе. Предельный размер расходов на рекламу будет ограничен 1% от получаемых валовых доходов, но с обязательным соизмерением понесенных затрат с получаемым результатом.

Объём продаж

В среднем с десятины земли, засеянного пшеницей, получают 60 пудов зерна. В первый год планируется засеять поле площадью 549 десятин. Проведя несложные арифметические вычисления, можно смело сказать, что пшеницы удастся собрать 32 940 пудов. Также у нас имеется столько же площадей под ячмень. Он является более плодородным и не привередливым, но по цене уступает пшенице. Средняя урожайность ячменя с 1-й десятины земли составляет 48 пудов. Общая урожайность всех посевных площадей составляет 26352 пуда.

Товар – зерновые культуры на телегах поставляется на погрузочные станции железной дороги. Государственные железные дороги дают в аренду вагоны и зерно в места сбыта, к покупателю. В страны, которые находятся за океаном товар поступает через порты на кораблях. Зерновые культуры оплачиваются на берегу, заказчик сам доставляет зерно от порта страны экспортёра до пункта назначения.

Торговый процесс не должен вызвать никаких трудностей, так как свободный вход в рынок не ставит никаких преград для вступления. Небольшие пороги трудностей могут составить конкуренты, но капитал фирмы позволяет их преодолеть. Процесс зависит от погодных условий, но фирма старается привести урожай к максимальному доходу, используя современные методы обработки и удобрения земли.

Необходимое техническое оснащение

- Для обработки: соха, вёдра, вилы, грабли, косы, тяпки, лопаты, удобрение.
- Для транспортировки: лошади, воз.
- Для хранения амбары.
- Зерно для посева.

В среднем, один крестьянин может обрабатывать 3 десятины земли. Наша цель – 1098 десятин земли. Используя паровую систему обработки, сначала засеем 100% разрабатываемой почвы, позже будем попеременно давать отдыхать её разным участкам.

Зерно закупим на рынке по цене 46 рублей за пуд пшеницы и 27 рублей за пуд ячменя. В среднем на одну десятину земли требуется 11 пуда зерна пшеницы. Умножим это на посевную площадь, получим 6039 пуда, что равно 277 794 рублей. Площадь под засев ячменя у нас такая же, а количество ячменя на одну десятину земли требуется 12,36 пудов. Следовательно, получаем 6785,64 пудов зерна. При найме работников будем исходить из того, что у каждого есть лошади и необходимое оборудование.

Оплата труда в то время уже было хорошим показателем для крестьян, которые могли прокормить себя на эту сумму.

У крестьян будем закупать навоз для удобрения. Возьмём цену за пуд навоза 0,33 рубля. В нашей губернии нормой считается – 1800. Если будем засыпать каждую десятину 1800 пудами навоза, то у нас выйдет на сумму 326 106 рублей.

Средняя заработная плата одного крестьянина составляет 77 рублей. Требуется 366 крестьян, которые обрабатывали бы нашу землю. Итого в месяц их зарплата составит 31000 рублей. За увеличение объема обрабатываемой земли заработную плату крестьянина можно повысить на 10%, что составить 84 руб.70 коп. в месяц.

При необходимости дополнительной покупки оборудования существуют такие цены: амбар – 230 рублей, сани – 5,2 рубля, телега – 23,75 рублей, замок – 0,5 рубля. Предполагается, что необходимое оборудование имеется у крестьян, а необходимые места хранения у фирмы «Коробочка в деле».

Расчёт затрат на производство

Необходимо провести расчёт затрат на производство зерновых культур фирмы «Коробочка в деле».

Рассмотрим два случая, при которых наши расходы будут наименьшими и наибольшими.

Таблица 2. **Расчет минимальных и максимальных расходов**

Минимальные расходы (549 десятин)			Максимальные расходы (1098 десятин)		
Расходы	Количество	Стоимость, руб.	Расходы	Количество	Стоимость, руб.
Пшеница	6039 пуд	46 *6033 = 277 794	Пшеница	12078 пуд	46 *12078 = 555 588
Ячмень	6785,64 пуд	6785,64* 27 = 183 212	Ячмень	13571 пуд	13571* 27 = 366 417
Навоз	988200 пуд	988200*0,33 = 326 106	Навоз	1976400 пуд	1976400*0,33 = 652 212
Оплата труда, руб.	366 чел.	77•366•12 = 338 184	Оплата труда, руб.	366 чел.	84,7•366•12 = 372 002,4
			Телеги	100 шт.	23,75*100 = 2375
			Амбары	16 шт.	230*16 = 3860
			Замки	16 шт.	0,5*16 = 8
			Освещение	16 шт.	2,5*16 = 40
			Лопаты	150 шт.	150*0,4 = 60
			Грабли	150 шт.	150*0,4 = 60
			Соха	150 шт.	150*1 = 150
			Земля	1098 дес.	1098 • 31 = 34 038
Итого		1 125 296			1 986 810,4

Себестоимость продукции

Себестоимость продукции складывается из стоимости закупки сырья. Берутся цены на рынке по розничной цене. Средняя рыночная стоимость сырья составляет: зерно пшеницы – 46 рублей за пуд, зерно ячменя – 27 рублей за пуд и др. Для производства зерна нам потребуются: крестьяне, их обеспечение; перевозка зерна, удобрения, строительство амбаров, закупка необходимого оборудования, охрана амбара, освещение амбаров. В случае приобретения необходимого оборудования при обработке 1098 десятин минимальные расходы составят 1131849 рублей.

Таблица 3. **Себестоимость продукции**

Расходы	Количество	Стоимость, руб.
Пшеница	6039 пуд	277 794
Ячмень	6785,64 пуд	183 212
Навоз	988200 пуд	326 106
Оплата труда	366 чел.	338 184
Телеги, шт.	100	2375

Амбары	16	3860
Замки	16	8
Освещение	16	40
Лопаты	150	60
Грабли	150	60
Соха	150	150
Итого		1 131 849

Организационный план

Руководство фирмой будет осуществлять помещица Коробочка.

Компании для осуществления своей работы необходимы наёмные и крепостные крестьяне.

Основные качества, по которым будет отбираться персонал следующие:

- ответственность;
- своевременное выполнение работ;
- частичное наличие оборудования;
- согласие на заключение договора на длительный срок;
- верность идеям фирмы.

В дальнейшем компания нуждается в расширении количества амбаров для хранения зерновых культур, а также в расширении мест хранения инвентаря.

Финансовый план

Для начала работы фирмы требуются финансовые вложения. Проведем расчет доходов хозяйственной деятельности фирмы «Коробочка в деле».

Таблица 4. **Расчет минимального и максимального дохода**

Доходы			
	Урожайность, пуд	Минимальный доход, руб.	Максимальный доход, руб.
Пшеница	60	549*60*52 = 1712880	1098•60•52 = 3425760
Ячмень	48	549*48*30 = 790560	1098•48•30 = 1581120
Солома с пшеницы	40	549*40*0,25 = 5490	1098•40•0,25 = 10980
Солома с ячменя	40	549*40*0,25 = 5490	1098•40•0,25 = 10980
Итого		2 514 420	5 028 840

Таким образом, после определения доходов и расходов фирмы «Коробочка в деле» рассчитаем финансовый результат от хозяйственной деятельности при разных условиях.

Таблица 5. **Расчет финансового результата**

Показатель	Сумма, руб.
Минимальный доход, руб.	2 514 420
Минимальные расходы, руб.	1 131 849
Финансовый результат, руб.	1 382 571
Максимальный доход, руб.	5 028 840
Максимальные расходы, руб.	1 986 810,4
Финансовый результат, руб.	3 042 029,6

Реклама среди помещиков привлечёт большие инвестиционные взносы, так как сами помещики давно знакомы с фирмой «Коробочка в деле», как надёжной и стабильной организацией. После этого начнётся вклад полученных средств в необходимую инфраструктуру и непосредственно обработку полей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Практический итог проекта – бизнес-план фирмы «Коробочка в деле», разработанный автором на основе анализа художественного текста и экономической литературы. Планирование – это, прежде всего, определение целей деятельности и развития организации, тактики и стратегии их достижения, индивидуальных действий каждого участника процесса управления. Для того, чтобы обеспечить поступательное развитие организации и постоянную корректировку намеченных планов в силу их вероятностных характеристик планирование должно быть непрерывным.

Структура бизнес-плана включает следующие элементы:

1. резюме проекта;
2. описание компании;
3. описание продукта или услуги;
4. план маркетинга;
5. организационный план;
6. финансовый план.

Целью создания бизнес-плана является получение прибыли от продажи зерновых культур, а также заполнение ниш мирового рынка; автором были учтены тенденции в экономике Российской Империи – рост цен на зерновые культуры. Можно проследить некую стабильность в закупках и определённую постоянную зависимость рынка от этой продукции. Помещица Коробочка предлагает надёжный вклад своих средств, с последующим получением прибыли.

Компания «Коробочка в деле» собирается вступить в рыночные отношения с оптимальной ценой и хорошим качеством зерновых культур, а также компания несёт ответственность за его доставку до конечного места.

Конечными потребителями являются все слои населения без исключения.

При проведении рекламных кампаний будут использоваться в основном недорогостоящие источники информации, устные консультации, реклама в прессе.

Зерно закупим на рынке по цене 46 рублей за пуд пшеницы и 27 рублей за пуд ячменя. У крестьян будем закупать навоз для удобрения.

Наша цель – 1098 десятин земли. Требуется 366 крестьян, которые обрабатывали бы нашу землю.

Минимальные расходы при обработке 1098 десятин составят 1131849 рублей.

Товар будем продавать по цене 52 рубля за пуд пшеницы и 30 рублей за пуд ячменя. Цена соломы пшеницы и ячменя составит 0,25 рубля.

При благоприятных условия развития бизнеса фирмы «Коробочка в деле» прибыль обеспечена в размере 1 382 571 рублей.

Работа имеет следующий потенциал практического использования:

Данный материал (прежде всего, бизнес-план) ориентирован на учащихся 9, 10 и 11-х классов. Он может быть использован не только на уроках литературы, но и на уроках истории , обществознания, экономики; кроме этого, на тематических классных часах по финансовой грамотности и иных мероприятиях образовательного, информационного или развлекательного характера в рамках Всероссийской недели финансовой грамотности для детей и молодежи. Цель мероприятия – заинтересовать школьников темой финансовой грамотности, мотивировать к повышению своего уровня знаний.

Бизнес-план на данный момент размещен в папке с материалами по финансовой грамотности, к которой есть доступ у 97 педагогов нашей образовательной организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. Учебно-методическое пособие. - М.; Финансы и статистика, 2019.

2. Баринов В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. - М.: Форум, 2018. - 144 с.

3. Бекетова О.Н. Бизнес-планирование. - М.: Т8, 2020. - 160 с.

4. Брехова Ю.В., Алмосов А.П., Завьялов Д.Ю. Финансовая грамотность: материалы для учащихся. 10 –11 классы общеобразоват. орг. - М.: ВАКО, 2018. - 344 с.

5. Буров В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учебное пособие / В.П. Буров, А.Л. Ломакин, В.А. Морошкин. - М.: Инфра-М, 2022. - 192 с.

6. Бухалков М. Внутрифирменное планирование. - М.: Дело и сервис, 2019.

7. Гоголь Н.В. Мертвые души/ Н.В. Гоголь. - Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 195 с. - (Памятники литературы). - ISBN 978-5-534-12161-2. - Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/476586.

8. Купцова Е. В. Бизнес-планирование. - М.: Юрайт, 2020. - 436 с.

9. Лопарева А. М. Бизнес-планирование. - М.: Юрайт, 2020. - 274 с.

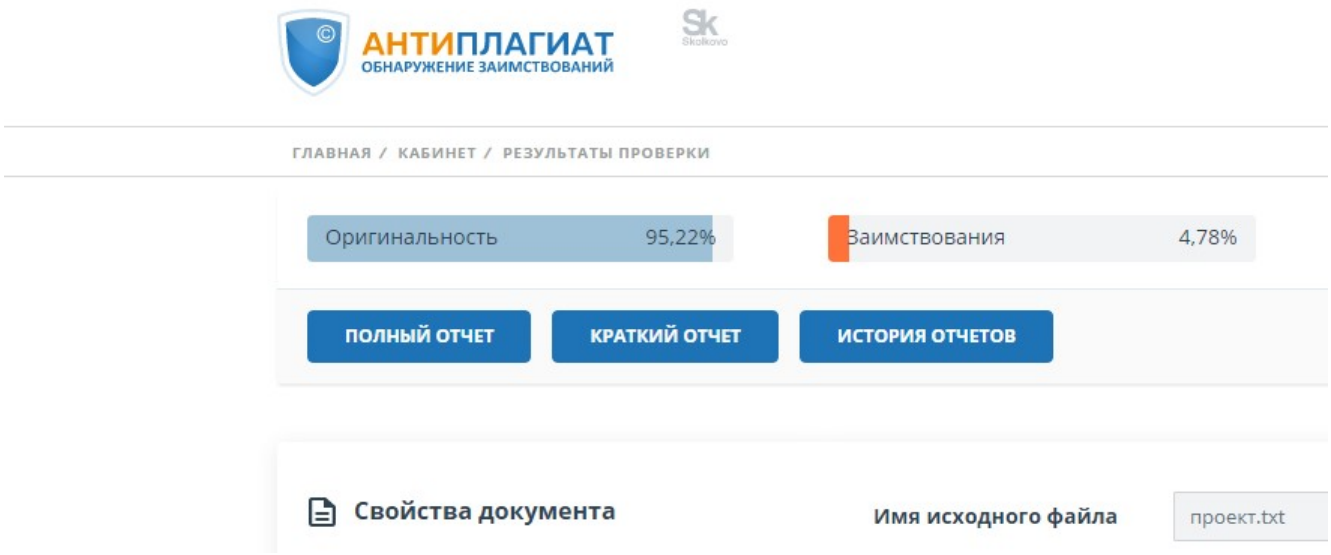
10. Петров К.Н. Бизнес-план на одной странице / К.Н. Петров. - М.: Диалектика, 2019. - 144 с.

11. Сергеев А. А. Бизнес-планирование. - М.: Юрайт, 2020. - 484 с.

12. Сайт проекта Центрального Банка РФ «Финансовая культура» https://fincult.info/article/s-chego-nachat-svoe-delo-biznes-plan/

Приложение 1

Бизнес-план для помещицы Коробочки

Фирма	«Коробочка в деле»
Руководство фирмы	помещица Коробочка
Цель создания данного бизнес-плана	получение прибыли от продажи зерновых культур, а также заполнение ниш мирового рынка
Основные задачи	▪ приведение в порядок земельные угодья размером 1200 гектаров (1098 десятин); ▪ приобретение сырья зерновых культур: пшеницы и ячменя; ▪ выращивание зерновых культур; ▪ организация поставок зерновых культур на внутренний и внешний рынок;
Основной вид деятельности фирмы	выращивание зерновых культур
Прочий вид деятельности фирмы	реализация соломы пшеницы и ячменя
Спрос и сбыт товара	конечными потребителями являются все слои населения без исключения
Объем продаж	средняя урожайность ячменя с 1-й десятины земли составляет 48 пудов, общая урожайность всех посевных площадей составляет 26352 пуда
Необходимое техническое оснащение	▪ для обработки: соха, вёдра, вилы, грабли, косы, тяпки, лопаты, удобрение; ▪ для транспортировки: лошади, возы; ▪ для хранения амбары; ▪ зерно для посева;
Минимальный доход, руб.	2 514 420
Минимальные расходы, руб.	1 131 849
Финансовый результат, руб.	1 382 571
Максимальный доход, руб.	5 028 840
Максимальные расходы, руб.	1 986 810,4
Финансовый результат, руб.	3 042 029,6

Приложение 2