

МБОУ «Югюлятская общеобразовательная средняя школа»

Муниципальный район «Вилуйский улус (район)»

Республика Саха (Якутия)



---

# «ДАРЫ ТЮНГА»

---

Разработали:

Ученик 8 класса Николаев Богдан Семенович,

ученик 8 класса Гоголев Данил Семенович

Руководитель проекта: Кузнецова Лидия Николаевна



2018 г.

С. КЮБЯИНГДЕ

## Оглавление

Оглавление.....	1
1. Резюме.....	2
2. Средства для осуществления проекта.....	3
2.1. Описание вида деятельности.....	8
2.2 Описание товара.....	10
2.3. Рынок.....	11
3. Конкуренция.....	12
4. Маркетинг.....	13
5. План производства.....	15
6. Организационный план.....	16
7. Финансовый план.....	18
8. Экономическая эффективность.....	18
9. Анализ рисков.....	20
Заключение.....	21
Приложение 1.....	23

## 1. Резюме

Проект «Дары Тюнга» разработан в рамках Республиканской инновационной площадки «Школа молодого предпринимателя». Основная идея проекта: теоретическое обучение школьников основам предпринимательской деятельности. В практической части обучающиеся разрабатывают маркетинговую стратегию малого предприятия, в том числе с ними прорабатывались следующие вопросы:

- определение целевого рынка;
- определение конкурентов;
- сколько будет стоить конечный продукт;
- способы доставки;
- способы приема оплаты;
- организация партнерской программы.

**Цель проекта:** Привитие навыков предпринимательской деятельности

### **Задачи:**

- Организация мини – цеха «Дары Тюнга»
- Формирование навыков бухгалтерского учета;
- Воспитание навыков самоорганизации;
- Формирование коммуникации;

## 2. Средства для осуществления проекта

Организационный блок включает подбор помещения-проект размещен в школьном буфете. В помещении включены пищеблок, раздевалка для верхней одежды, умывальники. В проекте «Дары Тунга» участвуют ученики 8 и 9 класса.

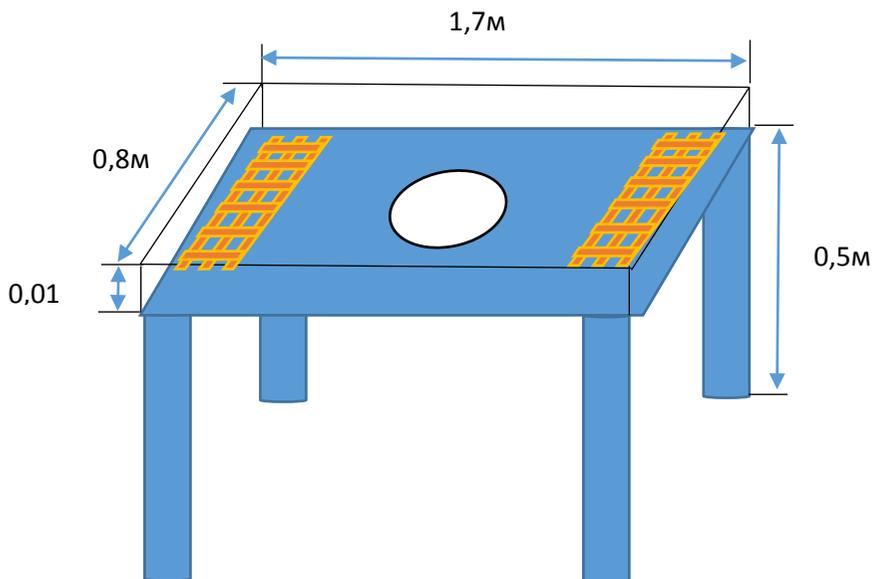
Технологическое оборудование:

№	Наименование	Количество
1.	Стол для разделки рыбы	2 шт.
2.	Морозильник	2 шт.
3.	Мясорубка электрическая	1 шт.

Описание технологического оборудования:

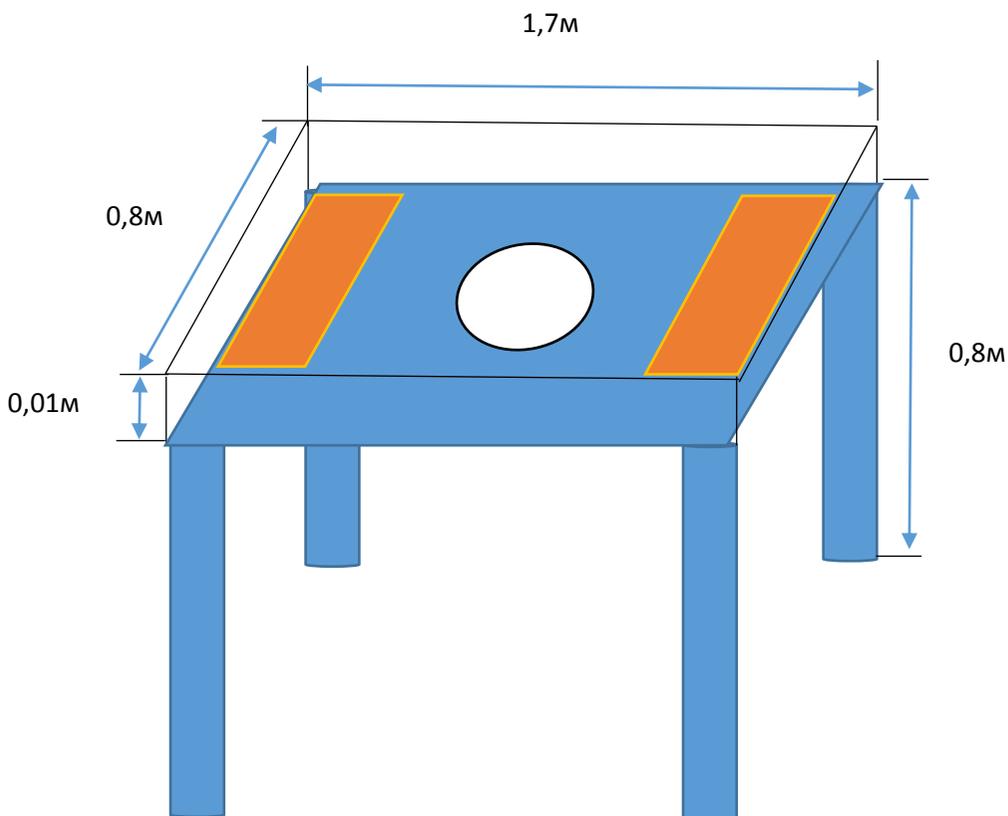
*Стол №1* Для снятия чешуи замороженной рыбы.

Стол состоит из ножек и столешницы размер 1,7х0,8м высота от пола до верхней поверхности столешницы 0,5 м., по периметру столешницы имеет бортик из металла высотой 10 см. столешница покрыта нержавеющей металлом. В центре имеется круглое отверстие для вывалки чешуи. По короткому краю должно оборудоваться съемной деревянной решеткой размером 0,8х0,3 м. размеры ячеек решеток по внутреннему периметру не должны превышать 4,5х4,5см.



*Стол №2* Для изъятия внутренностей, отрезания головы, плавников, хвоста рыбы.

Стол состоит из ножек и столешницы размер 1,7х0,8м высота от пола до верхней поверхности столешницы 0,8 м., по периметру столешницы имеет бортик из металла высотой 10 см. столешница покрыта нержавеющей металлом. В центре имеется круглое отверстие для вывалки чешуи. По короткому краю должно оборудоваться съёмной деревянной разделочной доской размером 0,8х0,3 м. Изготавливается в школьной мастерской.



### *Морозильная камера.*

Морозильная камера глубокой заморозки должна быть объёмом не менее 200 л. Тип: Ларь. (Примерная цена: 30000)

### *Мясорубка электрическая.*

Мясорубка электрическая промышленная производительностью не менее от 120 до 150 кг.ч. мощностью 0,5 кВт. (Примерная цена: 45000 руб.)

Итого на организацию нашего проекта потребуется:

№	Наименование	цена	кол	Итого
1	Морозильная камера глубокой заморозки (Тип: ларь)	30000	2	60000
2	Мясорубка профессиональная	45000	1	45000
3	Стол	-	2	0
				105000

В начале проект «Дары Тюнга» будет иметь уставный капитал в размере 10.000 руб. на приобретение сырья. Он образовался в результате вложения ссуды с каждого участника проекта. Перед каждым занятием дети проходят инструктаж ТБ и ПБ;

На приобретение первоначального сырья будет затрачено 10.000 рублей.

№	Наименование	Сумма
1	электронные весы для развеса фарша	650рб
3	Упаковочный пакет	100 шт.
3	материал для пошива формы	-
4	Рыба для изготовление полуфабрикатов	8000 руб.
5	Крупа рисовая	700 руб.
6	Специи	300 руб.

На 6.500 рублей покупаем рыбу для полуфабрикатов. В одном мешке рыбы в среднем 40 кг рыбы. Цена 1 кг рыбы 100 руб.

## 2.1 Описание вида деятельности

*Вид деятельности:*

### 2.1.1.Подготовка рыбы:

Удаляют голову с грудными плавниками и плечевыми костями двумя косыми срезами вдоль жаберных крышек или прямыми срезом поперек тела рыбы позади жаберных крышек в зависимости от вида рыбы и способа разделки; грудные плавники отделяют так, чтобы в теле рыбы не осталось их оснований; хвостовой плавник отрезают по прямой линии перпендикулярно позвоночнику на уровне

начала лучей; спинной, брюшные и анальные плавники удаляют по линии их основания в уровень с кожей; снимают кожу; отделяют позвоночник и крупные рёберные кости.

## 2.2.2 Изготовление фарша:

2.2.2.1 Разделанную рыбу режут на куски размер учитывается с производственной мощностью мясорубки. Пропускаем через мясорубку. Получаем чистый фарш. Солим.

2.2.2.2 Далее готовим рис. Рис солим и варим до состояния готовности.

2.2.2.3 Следующим этапом является перемешивание готового фарша и риса в пропорции 3:1. Солим, добавляем секретный ингредиент.

2.2.2.4 Далее идет процесс изготовления котлет. В форме блина в диаметре 7 см. и толщина 1,0-1,5 см. по 50 грамм каждая.

2.2.2.5 Готовые изделия замораживаем и упаковываем в целлофановые фасовочные пакеты по 10 шт.

*Положительные стороны данной отрасли:* небольшие вложения на открытие этого бизнеса; небольшая конкуренция в выбранном нами месте; постоянная нужда общества в данном продукте, так как село находится в 240 км от районного центра.

*Маркетинговые шаги:* Реклама – печатная: Это раздача листовок на близлежащей территории, расклейка объявлений; распространение рекламного слогана по сети ватсап, акции-продажи; «сарафанное радио» -передача информации через покупателей из уст в уста.

Для дальнейшего процветания планируется и другие виды переработки рыбной продукции.

Наш ассортимент поначалу будет не особенно широк, однако это никак не отразится на качестве изделий. Рыбные котлеты приготавливаются только из натуральных продуктов. Полуфабрикат рыбы - это его оригинальность и всегда свежесть. Основными покупателями наших изделий будут школьники, работники МБОУ «Югюлятская СОШ».

Наш проект «Дары Тунга» намерена расширять свою деятельность, открыть со временем филиал, создать выезды в близь лежащие села. Людям понравятся предлагаемые нами изделия. Или предоставлять услуги по переработке рыбы местных заготовщиков по умеренной цене. На наш взгляд это повысит конкурентоспособность местной рыбной продукции.

Суть проекта заключается в том, что обучающиеся на практике учатся применять метод построения дерева решений для принятия управленческих решений в предпринимательской деятельности.

## **2.2 Описание товара**

Наш проект «Дары Тунга» производит котлеты из рыб. Рыбные котлеты изготавливаются по разной рецептуре, различны по вкусу. Рыбные котлеты сделаны фарша из рыбы, риса, яйца, соль. Большую часть ассортимента составляют котлеты. Ассортимент может ежедневно увеличиваться или совсем меняться, все зависит от начинки. При продаже котлеток упаковываются в специальные целлофановые пакеты.

Наш товар является товаром первой необходимости, так как мы заботимся о полноценном питании людей. И поэтому вы всегда сможете купить котлеты высокого качества, только свежие, вкусные и необычно ароматные.

В нашей столовой установлен режим работы таким образом, что ассортимент остается всегда очень разнообразным. Мы ценим время людей и обслуживаем покупателей качественно и быстро. Для удобства покупателей организуем также выездную торговлю в соседние села Кулятцы, Тылгыны, 2 Кулятцы.

Среди особенностей нашей продукции хотелось бы выделить следующее:

- оригинальный вкус;
- высокое качество;
- свежесть изделий;
- внешний вид.

Считаем, что, может быть, и не новинкой, но редкостью наши изделия еще долго будут на рынке, так как на сегодняшний момент в нашем селе нет рыбных полуфабрикатов.

### **2.3 Рынок**

«Дары Тунга» намерена осуществлять продажу рыбных котлеток высшего сорта. По мере роста полуфабриката мы будем постепенно менять соотношение между розничными и оптовыми продажами.

Основные потребители нашей продукции:

Работники МБОУ «Югюлятская СОШ»

Любые клиенты, желающие приобрести нашу продукцию.

Школьники.

Жители нашего села и улуса.

И все другие клиенты.

Критерии сегментации рынка для частных лиц:

Возраст от 14 до 65 лет:

Социальная принадлежность - рабочие, служащие, пенсионеры, школьники;

Уровень дохода - средний.

Наша цель - снабжение свежими и натуральными рыбными котлетами своих клиентов.

Полуфабрикат будет располагаться где конкуренты почти отсутствуют. Таким образом, наша продукция больше заинтересует покупателя, так как всегда свежие и натуральные изделия не часто увидишь в магазине. Тем более местного производства.

Интерес покупателя к товару мы рассчитываем привлечь за счет:

1. Прямых связей с оптовыми покупателями.
2. Рекламы в виде листовок.
3. Расположение «Дары Тюнга» в оживленном месте.
4. Высшего качества нашей продукции дружеской атмосферы обращения, открытости.

### **3. Конкуренция**

На рынке полуфабрикатов из рыбы местного производства у нас нет прямых конкурентов, ни в селе, ни в улусе. Но все равно надо и даже необходимо провести ряд мероприятий по улучшению продукции и завоеванию симпатий покупателей. Так, дизайн и качество могут быть улучшены, если выпускать котлеток в красивых, герметичных упаковках, не только предающих внешний вид изделиям, но и позволяющих надолго сохранить свежесть продуктов. Немаловажно, что

это нововведение лишь в незначительной мере повлияет на цену изделия. В дальнейшем возможно расширение ассортимента путем увеличения производственной мощности.

Вежливое, быстрое обслуживание, широкий ассортимент высококачественных изделий, несомненно завоевывает симпатии потребителей.

#### **4. Маркетинг**

Производимую продукцию мы планируем распространять в школе так как «Дарю Тюнга» размещен в школьном буфете. Мы предполагаем также продавать свои изделия в особо людных местах. Распространение нашей продукции будет, таким образом, производиться по следующим схемам:

1. Производитель - розничная торговля - конечный потребитель (основная схема).
2. Производитель - оптовая торговля - розничная торговля - конечный потребитель.

Самое трудное - привлечь покупателей и сделать так, чтобы они приходили к нам вновь и вновь. Приемы рекламы, применяемые мульти национальными корпорациями с их громкими фразами и изощренной агрессивностью, нам не пойдут.

Наш товар является товаром ежедневного потребления и в широкой рекламе не нуждается. Но, так как мы – новый полуфабрикат, то, чтобы привлечь возможно большее количество покупателей, в первое время можно выпустить красивые листовки и распространим их среди жителей нашего села.

Для нашей продукции можно и не проводить методы стимулирования продаж. Но можно попробовать привлечь покупателей с помощью новых товаров и пробных предложений, что входит в наши планы.

Пробный метод. Мы хотим написать объявление, что в такой-то день будет производиться распродажа с такой-то скидкой, или же каждый сотый покупатель получит товар бесплатно.

Далее будет произведен анализ данного вида стимулирования и, если оно окажется успешным, то периодически будет повторяться и впредь.

Стимулирование можно производить также с помощью оформления витрины, скорее всего это будет красочная фотография, вызывающая аппетит, с соответствующей надписью (это планируется сделать в первый месяц).

Стоит отвести отдельное место общению с покупателями. В этом заключается искусство успешного маркетинга. Чем больше мы общаемся с людьми, тем больше узнаем их

гастрономические симпатии и предпочтения и можем научиться выпускать котлеты по прямому заказу. А это намного облегчит наш сбыт. Также нужно помнить, что наш бизнес, собственно, и состоит в установлении и поддержании добрых дружеских связей со своими лучшими клиентами. А уж они обеспечат нам самую лучшую и эффективную рекламу, что поможет развивать наш бизнес с наивысшей отдачей от вложенных средств. Все это сформирует общественное мнение о нашей булочной и характере ее продукции.

## 5. План производства

Производственный план:

### Расчет потребности в оборотных средствах

Вид сырья	Единица измерения	Норма расхода	Примерная цена
Рыбный фарш	кг	20	4000
Рис	кг	3	195
Лук	кг	1	45
Яйцо	шт	10	110
Соль	кг	0,5	20
Специи		0,5	100

Итого: 4370

### Примерный финансовый план в неделю и за месяц.

Наименование продукции	Цена за кг.	Количество изделий (кг.) в неделю	Оборот в неделю	Расход сырья	Прибыль в неделю	Прибыль в месяц (за 4 раза)
фарш	300	31	9300	4370	4930	19720
Субпродукты	50	20	1000	0	1000	4000
			10300	4370	5930	23720

Выручка от продажи изделий в месяц – 37200 рублей.

Ежемесячная выручка – 37200 рублей.

Чистая прибыль в месяц – 19720 рублей.

*Срок выхода на точку безубыточности без учета капитализации составит 1 месяц.*

## 6. Организационный план

В качестве организационно-правовой формы было выбрано общество с ограниченной ответственностью. Эта форма наиболее распространена и проста в осуществлении. Общество с ограниченной ответственностью имеет уставный капитал в размере 10000 руб. Он образуется в результате вложения денег учеников в производство и внешних инвестиций. *Дети* ведут всю финансовую деятельность (начисление и уплата налогов, распределение прибыли, расчет и выдача зарплаты). Выполняют обязанности контролировать деятельность по производству рыбных полуфабрикатов, обеспечивает непрерывность производственного процесса путем своевременных пополнений ресурсов, посещает выставки, конференции по обмену опытом.

Осуществляют поиск поставщиков сырья, заключают с ними договора на поставку, а также ведет переговоры по поводу продажи у них наших изделий.

### 7. Финансовый план за год.

Месяцы	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	<b>Итого:</b>
Объем производства	124 кг	124 кг	124 кг	124 кг	496
Выручка от продаж	41200	41200	41200	41200	164800
<b>Прямые расходы, в (руб.)</b>	16800	16800	16800	16800	67200
Чистая прибыль	24400	24400	24400	24400	97600
-зарплата	12000	12000	12000	12000	48000
<b>На расширение бизнеса</b>	12400	12400	12400	12400	49600

### 8. Экономическая эффективность

Экономическая эффективность функционирования предприятия определяется многими обстоятельствами. Среди них: правильность установления "что, сколько, какого

качества и к какому времени производить продукцию или оказывать услуги", с учетом спроса и предложения; выбор оптимальной технологии и организации производства; своевременное и рациональное ресурсное обеспечение; величина основного и оборотного капиталов; формы и методы реализации продукции и т.д. Решать задачу продвижения на рынке можно несколькими способами:

1. Договорённость о сбыте. Самый простой и наиболее надёжный способ. При нахождении клиентов на определённый объём и набор продукции – расчёт остальных показателей достаточно прост;
2. Нахождение свободной ниши. Т.е. проводя анализ рынка продукции, можно обнаружить недостаточное его наполнение определёнными видами продуктов. Существует риск ошибки — продукция может оказаться просто не востребована на этом рынке. Либо недостатки маркетинга;
3. Маркетинговая политика. Создание условий, продукции лучшей, чем у конкурентов. В общем случае требует наличия достаточно большой финансовой подушки безопасности;

4. Создание спроса на продукцию. Самый сложный путь. Требуется понимания социологии и психологии, либо привлечения соответствующих специалистов;
5. Интернет-магазин. Точка продажи, набирающая всё большую популярность. Требуется просчитывать. Как доставка готовой продукции, скорее всего, может оказаться нерентабельной.

## **9. Анализ рисков**

Возможные риски и источники их возникновения

Коммерческие риски:

- риск, связанный с реализацией товара,
- недостаточная информация о спросе на данный товар,
- недостаточный анализ рынка,
- недооценка своих конкурентов,
- падение спроса на данный товар.

### **Заключение**

В условиях рыночной системы хозяйствования диапазон использования этих факторов чрезвычайно большой. Поэтому каждое предприятие должно стремиться к их оптимальному сочетанию.

По данным можно сказать положительно о деятельности предприятия, показатели прибыли и прибыльности достаточны для того, чтобы стимулировать процесс производства, предприятие ищет новые пути своего развития, проводится анализ, и планирование деятельности, о чем говорят снижение себестоимости продукции, при увеличении объема производства.

Данный проект обеспечивает высокую привлекательность инвестиций. Идея, заложенная в продукте обеспечивает высокий потребительский спрос, отсутствие серьезных конкурентов и хорошую отдачу вложенных средств.

Детально проработанные расчеты планируемого производства и анализ экономических показателей позволяют вариативно подходить к производственному процессу в зависимости от внешних условий.

Малое количество сотрудников фирмы делает фирму удобной и легкой в управлении, что очень важно для слаженной работы организации в целом.

Удачно построенный производственный процесс работы и использование современного оборудования позволяет обеспечить ритмичный выпуск без особой утомляемости работников. Эффективная оплата труда также должна повысить заинтересованность в производительной работе.

По перспективе развития предприятия возможны и другие виды переработки рыбы местных заготовителей. Такие как производство: «Юкла» (Вяленая рыба без копчения). Производство «Юкола» это относительно простой способ переработки, но в то же время на наш взгляд, востребованный и прибыльный вид обработки. По возможности даже есть задумки по копчению и консервированию рыбы.

## Приложение 1

## Технологический эксперимент.

Нами в составе группы:

1. Николаева Богдана Семеновича
2. Гоголева Данила Семеновича
3. Кузнецова Василия Ильича – руководитель.

В рамках проекта «Дары Тюнга» произведен технологический эксперимент с целью выявления сколько рыбного фарша можно получить из рыбы. Для эксперимента была взята рыба щука пойманная в среднем течении реки Тюнг. В местности «Лоппа» это в 30 км. от с. Кюбяинде. Размеры рыбы составили: 57 см. в длину что является рыбой ниже средних размеров которые можно поймать в этой местности, и весом 1335 граммов. В ходе эксперимента с рыбы была выдрана чешуя, изъяты внутренности и отрезана голова, плавники и хвост (первичная обработка).

Эксперимент прошел в 3 этапа.

1. Контрольное взвешивание до первичной обработки рыбы.
2. Выдрана чешуя. Изъятие внутренностей. Отрезание головы, плавников, хвоста. (Первичная обработка)
3. Контрольное взвешивание после первичной обработки.

Данные по эксперименту:

	Вес до первичной обработки (грамм)	Вес после первичной обработки (грамм)	Процент соотношение филе от общего веса рыбы.
Щука	1335	788	59,6%
Суб продукты		547	40,4%

Таким образом выявлено из 1кг, щуки средних размеров можно получить чуть больше полу килограмма рыбного филе.

Фото отчет



