

РАЗРАБОТКА КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Антамошкина О.И., Каменская Н.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В статье описывается разработка коммерческого предложения, представлены ориентировочные расчеты емкости товаров на рынке регионов.

Ключевые слова: *коммерческое предложение, инвестор, целевая аудитория, бизнес, емкость рынка.*

ELABORATION OF COMMERCIAL OFFER

Antamoshkina O.I., Kamenskaya N.V.

Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia

The article describes the elaboration of commercial offer; indicative calculations of goods capacity in the local market are given.

Key words: *commercial offer, investor, target audience, business, market capacity.*

Для разработки коммерческого предложения по привлечению инвестора необходимо определить целевую аудиторию, на которую будет направлена информация о деятельности предприятия АПК.

Большеулуйский район включает 9 муниципальных образований. Население района около 8100 чел. по данным 2016 г. К целевой аудитории, потенциально относящейся к потенциальным покупателям предприятия АПК следует отнести сегмент рынка агропромышленного направления. В настоящее время на территории района функционирует порядка десяти предприятий малого бизнеса в сфере АПК. Именно на данные предприятия необходимо направить информацию о продаже предприятия, так как деятельность малого и среднего бизнеса на современном этапе приобретает важное значения для экономики России, а деятельность предприятий данного направления стимулируют финансовой поддержкой и грандами. Таким образом, большую часть предприятий АПК, расположенных на территории района, составляют мелкие и средние предприятия, работающие на рынке B2B. Наиболее приемлемым способом организации рекламной деятельности для таких предприятий является использование прямого маркетинга, который хорошо подходит для предприятий с ограниченным рекламным бюджетом [1, с. 178].

Для целей информирования широкой аудитории о деятельности МУП «Рассвет» и его имуществе, следует определить положительные стороны ведения бизнеса. К ним относятся возможности, определенные ранее на основе анализа внешней среды предприятия:

- Возможность получения кредитных средств по сниженным ставкам и финансовой поддержки государства в виде грандов, для оптимизации производственных возможностей.

- Спрос на продукцию АПК является неснижаемым, так как продукты питания - жизненно важный для потребителя товар.

- Развитие технологий производства, рост производственных мощностей, что способствует занятости населения района.

- Развитие бизнеса в сфере АПК приводит к увеличению налоговых вливаний в бюджет, что положительно влияет на развитие экономики региона.

Важным для реализации бизнеса является определение емкости рынка.

Такая информация необходимо инвестору для формирования банка знаний о приобретаемом предприятии. Емкость рынка - максимальный объем реализации, который может достичь предприятия в течение определенного периода. Емкость рынка является доступной, т.е. на его размер может претендовать предприятие с имеющимся у нее продуктами и услугами АПК, или уровень спроса, который способен удовлетворить население региона[3, с. 16]. Для определения потенциальной емкости рынка потребителей продукции

Большееулуйского района используем формулу (1):

$$E_p = Ч_n \times (1 - g_{нр}) \times g_{др} \times T \quad (1)$$

где $Ч_n$ - численность населения в Большееулуйском районе, человек;

$g_{нр}$ - доля лиц, не являющаяся потребителями продукции АПК;

$g_{др}$ - доля лиц в общем объеме, имеющая достаточный доход для приобретения продукции и услуг предприятия АПК;

T - число дней в году[2, с. 17].

Как показал анализ статистических источников, в Большееулуйском районе на начало 2016 г. (последние данные) проживало 8100 чел.

Ориентировочно, около 1/3 населения района не является потребителями продукции АПК (зерно, сено, и т.п.), что составляет 1700 чел. и долю в 21% ($1700 \times 100\% / 8100$). Доля лиц в общем объеме, имеющая достаточный доход для приобретения продукции АПК (мясо, молоко, костная мука, и т.д.) по ориентировочным меркам составит порядка доли порядка 90% (7290 чел.).

Отсюда: $8100 \times (1 - 21\%) \times 90\% \times 365 = 2102071$ единиц продукции.

Таким образом, при ориентировочных расчетах, емкость товаров на рынке региона в количественном выражении составляет 2102071 единиц в год.

Для достижения эффективности реализации предприятия следует разработать план реализации информации в различных медиа-источниках.

Литература

1. Артеменко, В. Г. Финансовый анализ [Текст] : учеб. пособие / В.Г. Артеменко, М.В. Беллендир. – Москва: Изд-во НГАЭ и У.- 2015. – с.256.
2. Бобылева, А.З. Финансовое оздоровление фирмы: теория и практика [Текст] : учеб. пособие / А.З. Бобылева. – М.: Дело.- 2015.- с.250.

3. Илясов, Г.Г. Как улучшить финансовое состояние предприятия [Текст] / Г.Г. Илясов // Финансы. 2016. - №10. – С.15-19.