

A NÖVÉNYTERMESZTÉSI ÁGAZATOK ÖKONÓMIÁJA

Az Agrármérnöki MSc szak tananyagfejlesztése
TÁMOP-4.1.2-08/1/A-2009-0010



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.

13. Előadás

Az üzleti terv készítés

A célok kitűzése és stratégia kialakítása

- A vállalat helyzetének elemzése
- A célok pontos megfogalmazása
- A célok számszerűsített meghatározása
- A stratégiai célok kitűzése

A célok megvalósításának jellemzői

- A célkitűzéseket a szervezeti alapegységek és a stratégiai üzlet egységesen valósítják meg
- Jellemzőik a saját üzleti szerepkör
- A külső piacon a konkurens cégekkel versenyeznek
- A saját üzletpolitikájuk kialakítása
- A marketing elképzelések felvázolása

A tervezés folyamata

- A célkitűzések megfogalmazása
- A rendelkezésre álló információk és a szaktudás alapján döntéshozás
- A tervek számszerűsítése
- A tervek értékelése

A tervezés főbb területei

- Termelés és beszerzés
- Termékfejlesztés
- Eszközök, épületek, berendezések és beruházások
- Szervezeti, személyzeti és adminisztratív tevékenységek
- Értékesítés és marketing

A tervezési munka részei

- A kiinduló pontoknak kapcsolódnia kell az üzleti vállalkozás alapvető céljaihoz
- A terv egyes részei azonos felfogásban készüljenek
- A részterületek alapos átvizsgálása után a részfeladatokból összeáll a terv

A beszerzés és a termelés kérdései

- Milyen mennyiségű árut akarunk előállítani egy meghatározott időszakban
- Ehhez mennyi nyersanyagra, félkész termékre, alkatrész mennyiségre van szükség
- Milyen költségeket igényel a termelés
- Mennyi a tervezett jövedelem

További tényezők

- A termelési folyamat milyen mértékben bővíthető korszerűsítéssel
- Hogyan növelhető a termelés a külső partnerek bevonásával vagy belső kapacitás-bővítéssel
- Mikor válik szükségessé a kapacitás-bővítés és az ehhez szükséges döntések meghozatala

Hogyan oldható meg a kapacitás-bővítés?

- Telephely bővítéssel
- Egyszerű vagy új telepek bővítésével
- A vállalkozás helyszíne alkalmas-e erre
- Elegendő tér és megfelelő géppark
- Hatékonyabb és költségkímélőbb lesz-e a termelés

A marketing terv elkészítésének lépései

- A jelenlegi és a jövőbeni termékek piaci helyzetének vizsgálata
- A vállalati célok és korlátok figyelembevétele
- A konkrét és mérhető marketingcélok kitűzése

A marketing stratégiák meghatározása

- A konkrét és mérhető célok kitűzése
- A marketing stratégiák meghatározása
- Akcióprogramok előkészítése
- A felelősök kijelölése
- A határidők meghatározása

A program értékelése a kitűzött célok függvényében

- A célok elérhetők a terv részletes kidolgozása
- A célok nem érhetők el új célok és programok kidolgozása nélkül

A marketing terv részletes összeállítása

- A program haladását ellenőrző kérdések
- A marketing stratégia költségvetésének elkészítése
- A programok megvalósíthatóságának értékelése
- A korlátok figyelembevétele

Döntési pontok

- A terv megvalósítható
- A célok és korlátok reálisak, elérhetőek
- A célok megvalósíthatók
- A marketing terv beterjesztése, jóváhagyása

A marketing stratégia rövid megfogalmazása

- Tudatos tevékenység a marketing céljainak elérésére
- Tartalmazza a piacelemzést
- A helyzetfelmérést
- A versenytársak ismeretét
- Ár- és költségkalkulációkat tartalmaz
- Ismeri az értékesítési és beszerzési lehetőségeket

A marketing mix meghatározása

- Termék- és árpolitika
- Az értékesítési módok
- Kommunikációs rendszer a vevőkkel

A termék politika ismérvei

- Termékszerkezet összetétele
- A termék életciklusára és bemutatására vonatkozó irányelvek
- A termékszerkezet vizsgálata vertikálisan és horizontálisan

A termék életciklus vizsgálata

- Idő, kereslet és értékesítés grafikonja

Szakaszok a következők:

- Kereslet megjelenése
- Gyorsuló növekedés, lassuló növekedés
- Telítődés
- Hanyatlás

Az árképzési stratégia lépései

- Az árpolitikai célok megválasztása
- A kereslet meghatározása
- A költség meghatározása
- A versenytársak ármagatartásának elemzése
- Az árképzés módszerének kiválasztása
- A végső ármeghatározás

Az árpolitikai célok kiválasztása

- Fontos döntési kritérium
- A túlélési lehetőségek (árcsökkentés)
- Profit maximalizálás
- A piaci részesedés növelése
- A piac lefölözési taktikája

Értékesítési politika

- Marketing csatorna fogalma
- A csatornák elemzése
- A fogyasztói igények ismerete
- A kiszolgálási szintek értékelése

A kommunikációs politika

Célja: a fogyasztók meggyőzése, információnyújtás

A promóció elemei

- A reklám
- A személyes eladás
- Az eladás ösztönzése
- PR (public relations) közönségkapcsolatok

A reklámok csoportosítása tulajdonságok alapján

- Területi hatáskör
- Termékek bemutatása (gyártók vagy forgalmazók)
- Reklámhordozók szerint (plakát, újság, televízió)
- Szponzorálás

ELŐADÁS ELLENŐRZŐ KÉRDÉSEI

- Milyen célokat és milyen stratégiát alakítsunk ki az üzleti terv elkészítésénél?
- Ismertesse a célkitűzéseket és a kialakítandó stratégiát az üzleti terv elkészítésénél!
- A beszerzés és termelés megtervezéséhez szükséges feltételek ismertetése.
- A marketing terv elkészítésének lépései (marketing stratégia, árpolitika, értékesítési és kommunikációs politika).

KÖSZÖNÖM FIGYELMÜKET

Következő előadás címe:

Banki hitelkérelem előkészítésének menete

- **Előadás anyagát készítették:**
 - Dr. Salamon Lajos egyetemi tanár
 - Dr. Tell Imre egyetemi docens
 - Dr. Hegyi Judit adjunktus
 - Dr. Kacz Károly adjunktus