

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ПРОИЗВОДСТВА ГРИБОВ

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
очной формы обучения, группы 05001422
Абрамова Егора Юрьевича

Научный руководитель
к.э.н., доцент
Маматова Н.А.

БЕЛГОРОД 2018

Оглавление

Введение	3
Глава 1 Теоретические аспекты бизнес-планирования	5
1.1 Сущность бизнес-планирования и его задачи.....	5
1.2 Структура бизнес-плана	7
Глава 2 Анализ рынка производства грибов в городе Курск	12
2.1 Общий анализ рынка в Курской области	12
2.2 Рекомендации по организации модели бизнеса производства грибов	15
Глава 3 Планирование организации производства грибов в г. Курск	22
3.1 Описание продукта предприятия	22
3.2 Производственный план	23
3.3 Описание организационной структуры	28
3.4 Финансовый план	30
3.5 Анализ рисков организации производства грибов	34
Заключение.....	38
Список литературы	40

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что выращивание грибов в России – довольно молодое направление предпринимательской деятельности.

Промышленное культивирование грибов очень долго было доступно только крупным хозяйствам, так как для их выращивания необходимо дорогое климатическое оборудование.

Однако в последнее время ситуация изменилась. Появились методики выращивания позволяющие выращивать грибы в подвалах, либо теплицах. На рынке можно приобрести целые компостные блоки, заряженные мицелием, что значительно упрощает технологию выращивания грибов и не требует от предпринимателя больших инвестиций.

Основные преимущества грибной фермы:

1. Минимальный риск по потере урожайности;
2. Низкий уровень начальных вложений;
3. Цикличность производства;
4. Небольшой штат сотрудников.

Также огромным плюсом данного производства в городе Курск будет то, что рынок сбыта не заполнен. Сегодня в Курске существует лишь одна компания («Грибная радуга» существует с 2015 года), которая занимается выращиванием и продажей грибов.

Объект исследования – ИП по производству грибов.

Предмет исследования – экономические, производственно-хозяйственные отношения, возникающие в процессе организации индивидуального предприятия по культивированию грибов.

Цель исследования – разработка бизнес-плана производства грибов в г. Курск.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть структуру и содержание бизнес-плана;

2. Провести анализ производства грибов в городе Курске;
3. Разработать бизнес-план создания предприятия, оценить экономическую эффективность проекта и предложить рекомендации по минимизации рисков, а также рассмотреть перспективу развития предприятия.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют труды отечественных и зарубежных авторов по бизнес-планированию, экономике предприятия, финансам, планированию, бухгалтерскому учету и финансовому анализу: Т.С. Атаманчук, З.И. Босчаева, Д.Г. Бэнгэ, М.В. Виноградова, Э.М. Гайнутдинов, Л.М. Дробижева, И.П. Кондраков, Э.В. Крум, И.С. Ларионова, М.И. Макаров, В.Д. Маркова, А.А. Набоких, М.Л. Саксонова, А.П. Сергеев, Л.Ф. Сухова, А.Д. Тищенко, Е.Ф. Чеберко, В.З. Черняк, Д.А. Шевчук и многих других.

Эмпирической базой исследования послужили документы, регламентирующие деятельность предприятия в области бухгалтерского учета, налогообложения.

Методы, применяемые при анализе: системный подход, методы логического обобщения материалов, статистический анализ.

Практическая значимость заключается в том, что результаты, полученные в ходе исследования могут быть в дальнейшем использованы для создания реального бизнеса в сфере производства грибов в городе Курск.

Структура выпускной квалификационной работы включает в себя: введение, три главы, заключение и список литературы.

Глава 1 Теоретические аспекты бизнес-планирования

1.1 Сущность бизнес-планирования и его задачи

В связи с современными тенденциями бизнес-план является одним из ключевых аспектов, который необходим для предпринимательской деятельности. Владение базовыми навыками бизнес-планирования сегодня актуально в предпринимательской среде. Прежде чем приступить к раскрытию сущности бизнес-планирования, необходимо дать определение бизнес-плану.

Бизнес-план – четкий анализ всех возможных рисков и проблем, а также стратегическое моделирование путей развития будущей организации в процессе достижения целей организации [26, с. 209].

Бизнес-план – система менеджмента (комплексный документ), имеющая направленность на модернизацию работы фирмы, независимо от сферы ее деятельности [17, с. 65].

Исходя из предложенных определений, можно утверждать, что бизнес-план подразумевает под собой детальный анализ экономических, управленческих, логистических аспектов. При помощи бизнес-плана руководитель может определить стратегические цели, получить кредит, привлечь инвестиции. Именно бизнес-план помогает выстроить тщательное представление на перспективу развития в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, а также помогает сформулировать четкое видение о получении этих ресурсов.

Бизнес-план – прежде всего комплексное исследование. Он помогает соизмерить свои желания с реальностью, а также рассмотреть все ограничения и барьеры. Это поможет миновать потенциальные ошибки [12, с. 190].

Бизнес-планирование решает следующие проблемы:

1. Проблему привлечения внимания инвесторов;

2. Проблему определения стелы устойчивости и конкурентоспособности будущего (либо уже существующего) предприятия;
3. Проблему определения прибыльности;
4. Проблему отсутствия опыта (так как в ходе разработки бизнес-плана мы минимизируем риски) [11, с. 140].

Функции бизнес-плана:

1. Функция обоснования стратегического и тактического развития предприятия;
2. Функция контроль и оценки процесса развития состояния дел на предприятие;
3. Функция инструментария. Благодаря данной функции фирма может спрогнозировать и дать оценку показателям деятельности за определенный период;
4. Функция обоснованности эффективности инвестиций;
5. Функция концепции бизнеса на перспективу;
6. Функция инструментария реализации стратегии предприятия.

Принципы бизнес-планирования:

1. Принцип непрерывности. Деятельность бизнес-планирования направлена на снижение рисков. Отсутствие данного принципа ведет к ударам по репутации компании, дополнительным расходам, снижению прибыли, ликвидации компании;
2. Принцип гибкости. Приспособление первоначальных планов к изменяющимся условиям осуществляется путем: введение плановых резервов по основным показателям; использования оперативных планов для учёта возникающих изменений среды; использования альтернативных планов;
3. Принцип точности и детализации. Любой бизнес-план должен быть точно составлен;
4. Принцип экономичности. Потраченные ресурсы должны соизмеряться с полученными выгодами;

5. Принцип оптимальности. Данный принцип выражается в оптимизации прибыли [7, с. 42].

Существует две формы бизнес-планирования:

1. Бизнес-планирование на внешних рынках;
2. Внутрифирменное бизнес-планирование.

Бизнес-план несет основные цели:

1. Дает ответ инвесторы на вопрос вклада инвестиций;
2. Несет регламентирующую информацию для людей, реализующих проект.

1.2 Структура бизнес-плана

Структура бизнес-плана определяется спецификой деятельности, размером фирмы, целью разработки бизнес-плана. Чем крупнее организация, тем сложнее ее финансовая деятельность. Следовательно, что тем полнее и обоснованнее должна быть разработка разделов бизнес-плана. Также структуру и состав бизнес-плана определяются от размера рынка сбыта, конкурентной среды и перспектив роста [4, с. 61].

Однако, можно выделить основные компоненты бизнес-плана:

– Маркетинг-план:

В маркетинг-плане, обозначаются основные рыночные цели, поставленные перед организацией и описаны методы по их достижению.

– Система производства:

Система производства характеризует организационную структуру, оборудование и механизмы, обеспечивающие функционирование предприятия.

– Финансовый план:

Финансовый план описывает экономическую эффективность предприятия в денежном выражении. Для расчета финансовых показателей предприятия, в дальнейшем будут использоваться следующие формулы:

1. Валовая прибыль

$$\text{ВП} = \text{В} - \text{СП} \quad (1)$$

В – выручка от продаж

СП – себестоимость продукции

Валовая прибыль предприятия представляет собой выручку от доходов предприятия, уменьшенную на себестоимость сырья.

2. Прибыль от продаж

$$\text{ПР} = \text{ВП} - \text{КР} - \text{УР} \quad (2)$$

КР – коммерческие расходы

УР – управленческие расходы

Прибыль от продаж это итоговый показатель торговой деятельности фирмы.

3. Прибыль до налогообложения

$$\text{П}_{\text{до н/о}} = \text{ПР} + \text{ПрД} - \text{ПрР} \quad (3)$$

ПрД – прочие доходы

ПрР – прочие расходы

Прибыль до налогообложения это прибыль от продаж с учетом прочих расходов и доходов.

4. Чистая прибыль

$$\text{ЧП} = \text{П}_{\text{до н/о}} - \text{Те} \quad (4)$$

Те – налоги

Чистая прибыль представляет собой норму прибыли предприятия, который остается после выплаты всех затрат.

5. Маржинальный доход

$$\text{MR} = \text{В} - \text{З}_{\text{пер}} \quad (5)$$

$\text{З}_{\text{пер}}$ – переменные затраты

Маржинальный доход это разница между валовой прибылью и переменными затратами.

6. Коэффициент маржинального дохода

$$\text{KMR} = \frac{\text{Маржинальный доход}}{\text{Доход от продаж}} \quad (6)$$

Коэффициент маржинального дохода показывает долю постоянных затрат и прибыли в выручке от реализации продукции.

7. Точка безубыточности

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{AVC}} \quad (7)$$

FC – постоянные издержки

P – цена продукции

AVC – средние переменные издержки

Точка безубыточности отражает уровень деятельности, обеспечивающий организации нулевой финансовый результат [33, с. 22].

Данные компоненты связаны между собой организационным планом, соответствующим просчетом риском. Эти ключевые компоненты заложены в фундамент российских стандартов формирования бизнес-планов.

При разработке бизнес-плана, необходимо учитывать, что достижение целей любого предприятия зависит от трех основных факторов: стратегии, организационной структуры и функционировании этой структуры [20, с. 17].

Организационная структура маркетинговой деятельности на предприятия может быть определена как совокупность служб, отделов, подразделений, занимающиеся той или иной деятельностью.

Маркетинговая структура решает успешность реализации концепции маркетинга. Для маркетинга не существует универсальной схемы. Так как маркетинг охватывает широкий спектр работ и функций.

Особое место в бизнес-планировании уделяется стратегии ценообразования.

Цель финансового планирования заключается в обеспечении предприятия необходимыми финансовыми ресурсами производственной, инвестиционной и финансовой деятельности.

Основные задачи финансового планирование:

1. Обеспечение воспроизводственного процесса необходимыми ресурсами инвестиционной, финансовой и производственной деятельности;
2. Соблюдение интересов инвесторов и акционеров;
3. Гарантия выполнения обязательств;
4. Выявление резервов и мобилизации ресурсов;
5. Контроль финансового состояния (платежеспособность, кредитоспособности) [8, с. 83].

Цель финансового планирования состоит в увязке доходов с расходами.

При планировании финансовых показателей могут применяться следующие методы:

1. Нормативный метод;
2. Расчетно-аналитический метод;
3. Балансовый метод;
4. Метод совершенствования плановых решений;
5. Экономико-математическое моделирование.

Также в работе с бизнес-планом необходимо учитывать стандартные виды рисков: производственные, коммерческие и финансовые. Так как риск – неотъемлемый элемент экономической, политической и социальной жизни общества. И неизбежно сопровождает все направления деятельности любой организации, которая функционирует в рыночных условиях.

Таким образом, можно сделать вывод, что бизнес-план помогает менеджеру определить направления будущей деятельности предприятия, структуру рынка, место проекта на этом рынке, а также учесть все возможные риски при помощи глубокого анализа.

При помощи бизнес-плана можно провести анализ готовых сценариев бизнеса и разработать новые варианты. А также бизнес-план открывает возможность отслеживать ситуацию за различные промежутки времени.

Глава 2 Анализ производства грибов в городе Курск

2.1 Общий анализ рынка в Курской области

В 2014 году, в ответ на экономические санкции, наложенные Европейским союзом, Россия ввела торговое эмбарго на ввоз импортной, продуктовой продукции, среди которой есть и грибы – шампиньоны.

До введения эмбарго в 2014 году, грибной рынок России полностью состоял из импортной продукции. В связи с подобными ограничениями на ввоз импортных грибов, на сегодняшний день, внутренний рынок грибов является не заполненным, а востребованность в грибах остается прежней. Это стимулирует спрос на отечественную продукцию с повышением цен на саму продукцию, не снижая при этом спрос. Так, к примеру, польские грибы, попавшие под запрет, занимали до 90% грибного рынка [22, с. 72]. Согласно последним данным, опубликованным в журнале «Школа грибоводства» за 2015 год, производство грибов в России выросло на 17%, однако этого не хватает, чтобы охватить весь потребительский рынок. В 2017 году, объем рынка грибов в России составлял около 60 тыс. тонн, а для покрытия импортозамещения необходимо примерно 160 тыс. тонн. В 2010 году объем потребления шампиньонов в России составил приблизительно 600 тыс. тонн. Если пересчитать на человека, то выходит, что в среднем каждый россиянин съедает в год 3 килограмма грибов [3, с. 38]. При таких объемах потребления, увеличение объема производства грибов в РФ стабильно и естественно.

Изначально в пищу зачастую употреблялись в основном лесные грибы, собранные грибниками любителями. Однако на сегодняшний день, население отдает большее предпочтение грибам, культивируемым на специализированных фермах. Связано это с тем, что гриб по своей природе является осмотрфом, и все необходимые для своего роста вещества он поглощает из почвы и воздуха. В следствии загрязнения окружающей среды, дикорастущие грибы становятся вредными для человека, накапливая

радионуклиды, соли тяжелых металлов и прочие химические вещества, способные сильно навредить здоровью.

Другим фактором, влияющим на спрос грибов, является развитие отрасли грибоводства в России. В настоящее время существует огромное разнообразие видов грибов, выращиваемых в промышленном масштабе. К ним относятся: шиитаке, шампиньон двухспоровый, вольвариелла, вешенка обыкновенная, строфария, опенок зимний, намеко и многие другие. Наибольшую популярность на российском рынке среди культивируемых грибов получил шампиньон двухспоровый. Их доля среди всех производимых грибов в России составляет около 80%. На втором месте по популярности располагаются вешенки [10, с. 55].

Спрос на грибы растет гораздо быстрее, чем предложение. Во-первых этому способствует пропаганда здорового образа жизни и питания, а во-вторых, увеличение доходов среди населения. Уровень потребления грибов растет в сторону увеличения доли свежих грибов, так как культивируемые свежие грибы являются экологически чистым, полезным, не содержащим консервантов продуктом. Таким образом, развитие отрасли производства именно свежих грибов обладает наибольшим потенциалом для роста.

Целевая аудитория, интересующаяся появлением на Курском рынке экологически чистых шампиньонов – это как и физические лица от 20 лет, стремящиеся поддерживать здоровое питание, так и крупные предприятия, среди которых:

1. Магазины розничной торговли, супермаркеты;
2. Рестораны и кафе, продвигающие идею здорового питания, готовые формировать специальные предложения и кухню под запросы рынка.

В странах СНГ, на сегодняшний день, возрастает спрос на грибы и в целом наблюдается позитивная тенденция на потребление промышленных грибов, с ежегодным увеличением уровня потребления в среднем на 25% [19, с. 253]. Тем не менее, потребление грибов в РФ в несколько раз ниже, чем в

Европе и США. Тенденция к положительному росту заключается в полезности шампиньонов, которые являются весьма питательным продуктом, не уступающем в полезных свойствах другим субститутам.

Основным поставщиком грибов на курском рынке является: ООО «Грибная радуга».

Фирма действует в Курске на протяжении 3 лет и планирует стать лидером российского грибного рынка. На сегодняшний момент, фирма производит до 4 тыс. т грибов в год [29, с. 312]. Преимуществом компании является полный цикл выращивания грибов, от производства компоста, до упаковки готовой продукции. Однако, если рассмотреть европейский опыт выращивания шампиньонов, на примере лидеров рынка польских и голландских ферм-производителей, можно наблюдать разделение циклов производства компоста и грибов. Другим достоинством компании, является её крупный инвестиционный фонд, на строительство предприятия было вложено инвестировано 300 млн. руб. собственных средств и 850 млн. руб. кредита, предоставленного «Альфа-банком». В связи с тем, что компания очень крупная, реализация продукции осуществляется через крупные розничные сети, игнорируя интересы небольших сетей. Для соблюдения технологического процесса, были приглашены специалисты из Польши. Обучение других ключевых специалистов проводилось в специализированных школах грибоводства. Масштабы «Грибной радуги» также являются причиной множества недостатков.

Среди слабых сторон предприятия можно выделить следующие:

1. Длинная цепь доставки продукции на рынок. Продукция проступает на логистические центры крупных торговых компаний, где ожидает поступления на прилавки. В процессе ожидания требуется большая площадь складского помещения со специальными режимами условий хранения, включающие в себя поддержание температурного режима и влажности. Процесс доставки, хранения и работы логистического центра торговых сетей увеличивает себестоимость продукции.

2. Проблема персонала предприятия. Крупное производство грибной фермы нуждается в большом количестве высококвалифицированного персонала, в том числе рабочий персонал, задействованный на сборе урожая грибов. Это требует оплаты обучения рабочих и в следствии высокой оплаты их труда для того, чтобы сократить утечку кадров. Также, при большом количестве персонала, существует необходимость планирования естественного движения персонала (больничные, выход на пенсию, отпуск в связи с учебой, декретный отпуск и т.д. [31, с. 150].

3. Некачественная работа персонала управления. Проведя мониторинг сайтов по подбору персонала, можно отметить высокую текучесть кадров на предприятии. Также компания «Грибная радуга» часто фигурирует в «черном списке» работодателей города Курска.

2.2 Рекомендации по организации модели бизнеса производства грибов

Анализ Курского грибного рынка показал наличие больших перспектив для открытия собственного производства. На данный момент в городе Курск существует лишь одна компания «Грибная радуга», занимающаяся поставкой грибной продукции в городе Курск. «Грибная радуга» реализует свою продукцию через логистические центры, ориентируясь на крупные предприятия розничной торговли, игнорируя при этом сферу общественного питания и небольшие магазины. Исходя из этого, можно сделать вывод, что курский рынок остается не заполненным.

На проведенный анализ, предлагается следующий проект, направленный на организацию грибной фирмы в городе Курск.

Для организации небольшой грибной фермы предлагается использовать голландскую систему выращивания грибов, которая представляет собой три отдельных камеры со стеллажами для

проращивания урожая. Данный концепт проекта удобен, так как требует маленький штат сотрудников, а также минимизирует затраты на хранение продукции.

В качестве помещения под производство, был выбран склад, находящийся в черте города, что сокращает расходы на доставку продукции клиентам.

Курская область предлагает программу для развития малого бизнеса, которая заключается в выдаче молодым предпринимателям до 300 тыс. рублей на развитие бизнеса. Остальные финансовые средства, будут взяты в качестве кредита. Общая сумма необходимая для реализации проекта составляет приблизительно 2 млн. рублей. Высокие доходы с реализации продукции позволят окупить средства, вложенные в проект через полтора года.

Цена оптовой продажи одного килограмма грибов у конкурентов составляет 220 рублей, следовательно, стоит просчитать возможность предложения более низкой цены на этапе запуска производства и её постепенного повышения в перспективе.

Опираясь на данную концепцию проекта ниже предложена бизнес-модель грибной фермы.

– Сегменты потребителей:

Шампиньоны имеют постоянный спрос на рынке как в свежем, так сушеном и законсервированном виде. Наибольший интерес вызывает именно свежая продукция, так как на неё существует постоянный спрос в сфере общественного питания. Компании конкуренты занимаются поставками в крупные торговые сети через логистические компании, игнорируя небольшие магазины и рестораны. Поэтому сфера общественного питания и небольшие магазины розничной торговли станут основными потребителями готовой продукции, а сравнительная дешевизна продукции позволит конкурировать с другими поставщиками. Перед доставкой продукция не имеет какой-либо предпродажной подготовки за исключением

стандартных: мытья и упаковки в ящики по 5 кг, после чего будет выполняться доставка раз в два дня по заказчикам.

– Взаимоотношения с клиентами:

Со всеми потребителями будут сохраняться партнерские взаимоотношения, нацеленное на долгосрочное сотрудничество и увеличение сбыта. Возможна также демонстрация грибов непосредственно на самом производстве для клиентов с целью привлечения внимания к качеству продукции и привлечению большего числа партнеров. Продукция и услуги также будут демонстрироваться через интернет сайт, целью которого будет привлечение новых партнеров.

– Ключевые ценности:

Основными ключевыми ценностями предлагаемой продукции является её дешевизна, в сравнении с конкурентами, экологическая чистота и отсутствие химикатов в производстве и доставка напрямую к клиентам. Для персонала работающего на предприятии будут созданы хорошие условия работы, удобный рабочий график и высокая зарплата к которой будет выделяться дополнительная премия в качестве мотивации. Это будет способствовать сохранению как и ценных кадров на производстве, так и рабочей атмосферы.

– Ключевые действия:

Для достижения необходимых результатов, необходимо разбить процесс организации проекта на ключевые аспекты и определить маркетинговую политику предприятия. Фазы развития представлены на рисунке 2.2.1.

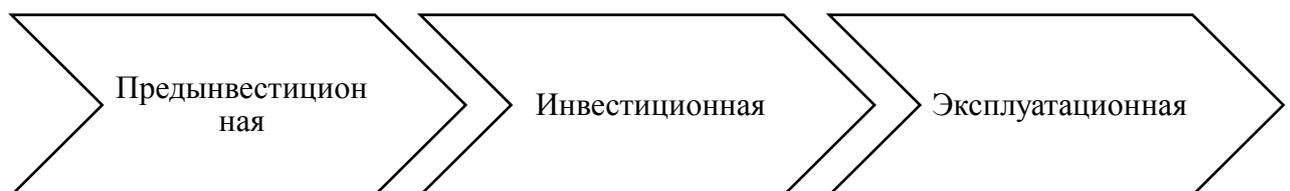


Рисунок 2.2.1 – Фазы развития проекта грибной фермы

Проект по созданию грибной фермы разделен на 3 фазы

1. Предынвестиционная фаза включает в себя:
 - Формирование бизнес-плана и технико-экономическое обоснование;
 - Поиск инвестиций для финансирования проекта;
 - Юридическое оформление проекта (регистрация ИП);
 - Заключение договора с арендодателем.
2. Инвестиционная фаза включает:
 - Разработка ТУ;
 - Проведение ремонтных работ в арендуемом помещении;
 - Заказ необходимого для производства оборудования;
 - Монтаж оборудования;
 - Найм и обучение персонала предприятия.
3. Завершающая, эксплуатационная фаза включает:
 - Выход проекта на самоокупаемость;
 - Модернизация и внесение изменений, неучтенных ранее.

Цель маркетинга – проведение услуги на рынок и получение прибыли от её реализации [26, с. 116].

При реализации грибной продукции, предприятие будет основываться на следующих принципах:

1. Приспособление производства к изменениям рынка, означает изучение потребительского спроса на продукцию и его изменение в перспективе;
2. Воздействие на рынок и поиск клиентов и партнеров через СМИ и интернет сайт;
3. Понимать потребителей, основываясь на учете потребностей и изменении рыночной конъюнктуры.

Для выполнения данных целей, предприятие будет основываться на следующих маркетинговых стратегиях:

1. Захват рыночной доли и её расширение до необходимых показателей, которые смогут обеспечивать рентабельность бизнеса;
2. Формирование новых потребностей у клиентов, таких как качество и свежесть грибов;
3. Снижение производственных издержек, через внедрение на производство инновационных технологий. Ключевые ресурсы указаны в таблице 2.2.1.

Таблица 2.2.1 – Ключевые ресурсы грибной фермы

Вид ресурса	Описание
Нематериальные	Сертификат СЭС и другие сертификаты, подтверждающие качество продукции
Финансовые	Бюджетные субсидии, кредиты банка, доходы от продаж
Человеческие	Персонал предприятия
Сырье	Компост, покровная почва, ящики
Интеллектуальные	Техническое и программное обеспечение, культура труда

Ключевые партнеры. Для производства и последующей реализации продукции, необходимо обзавестись следующими ключевыми партнерами:

1. ООО «Школа грибоводства» (Предоставляет консультацию и помощь в организации производства и подборе оборудования, предоставляет сертификацию продукции, является поставщиком мицелия, предоставляет услуги по повышению квалификации персонала);
2. ООО «АБВ-АГРО» (Занимается производством компоста для выращивания белых шампиньонов фазы 1, фазы 2 в брикетах и его доставкой);
3. ГК «Деловые линии» (Транспортная компания, занимающаяся доставкой продукции к потребителям);
4. Интернет сайт «reg.ru» (Интернет ресурс предоставляющий домен и базу для хранения информационных ресурсов);

5. Арендодатель (Предоставляет помещение для производства на своей территории с охраной).

Основными расходами на предприятии являются закупка сырья и зарплата сотрудников. В таблице 2.2.2 описаны основные ежемесячные расходы на момент начала деятельности предприятия.

Таблица 2.2.2 – Описание финальной модели грибной фермы

Статьи расхода	Сумма ежемесячно в рублях	
I Постоянные расходы		
1. Арендная плата	20 000	
2. Заработная плата работников	125 000	
3. Отчисления из заработной платы	50 000	
4. Плата за телефон	300	
5. Амортизационные отчисления	6 000	
Итого	201 300	
II Переменные расходы		
1. Расходы на закупку сырья	341 000	
2. Выплата банковского процента	28 559	
3. Содержание сайта	70	
4. Налог на прибыль	12 460	
Итого	382 089	
III Первоначальные выплаты		
1. Ремонт помещения	899	0
2. Стоимость оборудования	355 000	
Итого	1 254 000	

В заключении главы 2 можно сделать следующие выводы:

На сегодняшний день наблюдается рост спроса на грибную продукцию, так как пропагандируется здоровый образ жизни. Целевая аудитория покупателей грибов – физические лица от 20 лет, а также крупные предприятия (магазины розничной торговли, супермаркеты, рестораны, кафе). На основе анализа грибного рынка было выявлено, что в г. Курск существует лишь один поставщик грибной продукции (ООО «Грибная радуга»), который не может удовлетворить все запросы рынка. Исходя из этого, можно сделать выводы, что рынок сбыта не заполнен и создание грибной фермы будет актуальным.

Глава 3 Планирование организации производства грибов в городе Курск

3.1 Описание продукта предприятия

Производимый продукт компании – гриб, двухспоровый шампиньон, сорта портобелло заслуживший огромную гастрономическую популярность в мире, и не являющийся прихотливым в культивировании. Шампиньон является диетической продукцией, содержащей всего 27 кКал на 100г, при этом в его состав входит большое количество полезных веществ, включая в себя и растительные и животные белки, а также более 20 видов аминокислот [37, с. 67]. Эти грибы богаты витаминами и микроэлементами, благодаря чему улучшают состав крови и иммунную систему. Данный вид грибов, также способствует выводу из организма токсинов, которые усложняют нормальный обмен веществ.

Сорт портобелло, выбранный для производства, представляет собой вид шампиньонов, для которого характерными признаками являются крупная, раскрывшаяся шляпка и коричневый оттенок. Мякоть гриба мясистая и более плотная по своей структуре [15, с. 13]. Польза сорта портобелло неоценима для организма, так как продукт содержит в себе витамины и минералы группы В, а также витамины А, С, Д, и при этом не содержит натрия, что позволяет включать его различные диеты для здорового питания [21, с. 138]. Регулярное употребление шампиньонов в пищу снижает также риск заболевания сердечно-сосудистой системы.

Энергетическая ценность сорта портобелло:

Белки: 2.11 г.

Жиры: 0.35 г.

Углеводы: 2.57 г.

Продукция будет выращена в специализированной питательной среде (субстрате), так называемом компосте. Преимуществом данного способа выращивания, является экологичность производства, которая не допускает

попадания в продукцию вредных веществ и бактерий, которые грибы поглощают в случае, если они не выращены в искусственных условиях. Сложность данного бизнеса заключается в том, что совмещает в себе ботанику, микробиологию, а также биохимию, и требует соблюдения технологических и санитарных норм. Грибы в природной среде, для своего роста, впитывают любые вещества, как из почвы, так из воздуха, что нередко является причиной их токсичности, и покупатели зачастую пренебрегают такой продукцией. Также, в связи с возможностью надзора за качеством производства, как со стороны производителя, так и со стороны органов государственного надзора, покупатель получает уверенность в безопасности приобретённой им продукции.

Для упрощения технологии производства, компост не будет производиться на самом предприятии, а будет закупаться у фирм поставщиков. Благодаря этому, нейтрализуется необходимость в собственном компостном цехе, что сделает процедуру производства товара намного проще, а отработанный компост, оставшийся после шампиньонов, охотно приобретается местными фермерами в качестве удобрения, что позволяет и решить проблему с отходами, и получить дополнительную прибыль.

Продукция будет поступать в точки продаж, упакованной и не замороженной. Необходимо также запросить сертификацию продукции и производства у СЭС.

3.2 Производственный план

Первым шагом к началу производства является регистрация компании в налоговой инспекции по месту жительства в качестве индивидуального предпринимателя.

В качестве помещения под проект, был выбран склад в г. Курск ул. 50 лет Октября 133, с арендной платой 100 руб за м². Размер помещения- 200м²

Перед началом установки оборудования и налаживания производства, в помещении будет проведен ремонт на общую сумму в 899 000 руб. Также, необходима покупка комплекта оборудования, необходимого для старта производства общей суммой затрат в 459 900 рублей.

Для начала эксплуатации производственного помещения, необходимо провести ремонтные работы, включающие в себя, строительство камер для выращивания продукции, устройство комнаты отдыха и санузла, построение помещения для хранения готово продукции, а также установка дополнительного оборудования согласно существующим технологическим нормам и регламенту. В арендуемом помещении уже есть в наличии необходимые коммуникации, такие как электричество, вода, газ и канализация, что способствует сокращению расходов на ремонт. Подробная структура финансовых расходов на ремонт помещения представлена в таблице 3.2.1.

Таблица 3.2.1 – Затраты на ремонт арендуемого помещения

Наименование	Цена		Количество		Сумма (рублей)
Сэндвич панель	1500	Руб/м ²	192	м ²	288 000
Герметичные двери	5800	шт	7		406 000
Пол	400	Руб/м ²	200	м ²	80 000
Покрытие пола	400	Руб/м ²	200	м ²	80 000
Мебель	25000	-	-	-	25 000
Сантехника	15000	-	-	-	15 000
Канцелярия	5000	-	-	-	5000
Итого					899 000

Следующим этапом после проведения всех строительных работ, будет закупка необходимого для производства оборудования. К числу такого оборудования относятся: климатическое оборудование, электрооборудование, оборудования для полива и различные

вспомогательные средства. Структура и расходы на оборудование для производства представлены в таблице 3.2.2.

Таблица 3.2.2 – Стартовое оборудование (затраты на оборудование)

Наименование	Цена, руб.	Кол-во, шт.	Сумма руб.
Климатическое оборудование			
Рекуператор	26 200	3	78 600
Трубопроводы вентиляции и отопления	-	-	8000
Термогигрометр	900	3	1800
Электрооборудование			
Парогенератор	120000	1	120000
Туман для увлажнения	15500	3	46000
Радиатор теплообменника	4500	2	9000
Фильтры	1400	3	4200
Система освещения	-	-	20000
Оборудование для полива			
Бочка для полива 1000 л	11000	1	11000
Вертикальная система полива	16 700	1	16 700
Вспомогательное оборудование			
Спец. одежда	-	-	13 500
Стеллажи	-	-	120000
Весы	2200	1	2200
Тачка садовая	900	1	900
Ручные инструменты	-	-	2000
Холодильная камера	35000	1	35000
Итого			355 000

Работа на данном рынке сопряжена с наличием барьеров для входа. Сложность технического исполнения проекта заключается в необходимости приобретения дорогостоящего климатического и технологического оборудования.

Процесс выращивания шампиньонов состоит из двух основных стадий: Производство компоста и непосредственно выращивание грибов.

Оборудование для производства компоста, а также сам технологический процесс является трудоемким и дорогостоящим. Поэтому в случае производства небольшого объема, необходимо рассматривать возможность приобретения готового компоста у специализированных производителей. Компост закупается в уже готовых брикетах и доставляется на предприятие.

Следующим этапом производства является внесение мицелия в компост. Мицелий для производства закупается у фирм поставщиков по оптовой цене [14, с. 145].

Вторым этапом в процессе производства, является плодообразование. Выращивание шампиньонов происходит в специально установленных для этого стеллажах. Среди бонусов данного вида выращивания можно выделить:

1. Максимально используемая площадь помещения;
2. Низкие капиталовложения;
3. Возможность организации роста грибов в несколько потоков, что весьма важно для бесперебойных поставок продукции потребителям.

Третий этап включает в себя плодоношение и сбор шампиньонов. Урожай вырастает через 45 дней с момента заполнения камер стеллажей компостом.

Средняя урожайность производства: 180-250 кг/т, это не предел, так как урожайность может вырасти до 300 кг/т. и выше. На стадии сбора шампиньонов должна поддерживаться определенная температура 17-18°C. Всего будет установлено 3 камеры (цеха), для циклического сбора урожая,

которые будут засеиваться мицелием, согласно графику. Сбор грибов производится через 35 дней с момента укладки компоста в каждой из камер. На каждую камеру будет приходиться 5 т компоста, следовательно, необходимо организовать поставки 5 т компоста раз в неделю. На одном квадратном метре компоста толщиной около 19 см может вырасти до 30 кг шампиньонов. Качество собранного продукта определяется содержанием в нем сухого вещества, оно должно быть не выше 8%, в ином случае срок хранения шампиньонов сокращается до 2-х дней. Сбор урожая производится с соблюдением гигиенических норм.

Чтобы предприятие давало постоянный урожай, необходимо разделить производство на 3 различные камеры, с разным графиком засеивания соответственно [39, с. 145]. Это позволяет организовать несколько различных волн плодоношения. Также на ферме будет проводиться ежедневная, комплексная дезинфекция, включающая в себя как и уборку камер и помещений, так и дезинфекция инструментов персонала.

Для реализации продукции будет использоваться прямой канал сбыта, которой позволит исключить затраты за длительное хранение продукции и на обработку. Для доставки собранного урожая грибов, будет привлекаться компании, предоставляющие услуги по доставке.

В течение каждого месяца, необходимо контролировать поставку ресурсов, необходимых для производства грибов и рассчитывать расходы на коммунальные услуги. Структура подобных затрат выражена в таблице 3.2.3:

Таблица 3.2.3 – Структура переменных затрат

№	Статьи затрат	Цена ресурса		Количество		Стоимость ресурса в рублях ежемесячно
1	Компост с доставкой	15000	руб/тонна	15	тонн	225000
2	Покровная почва	4000	м ³	5	м ³	20000
3	Ящики	60	Руб/шт	1000	руб	60000

Продолжение таблицы 3.2.3

4	Доставка урожая	1000	руб	15		15000
5	Электроэнергия	6	руб/кВт/час	3000	кВт/час	18000
6	Вода	40	руб/м ³	75	М ³	3000
7	Итого затрат на 5 тонн грибов					341 000
8	Затраты на 1 кг					68

Общая сумма затрат, необходимая для реализации бизнес плана составляет: 1 790 000 рублей, из которых 300 000 предоставляет государство в качестве льгот на открытие малого бизнеса, и 1 490 000 кредит от «Россельхозбанка» под 15% сроком на 7 лет. Себестоимость одной единицы товара равна 68 рублей. Грибы будут реализовываться по 135 рублей за кг, что при объеме производства в 5 тонн минимум принесет валовый доход в 675 000 рублей ежемесячно.

3.3 Описание организационной структуры

Организационно-правовая форма реализации проекта: Индивидуальное предпринимательство.

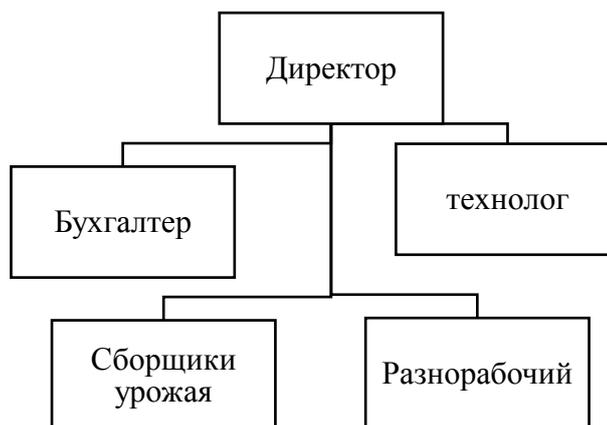
Для обеспечения работы грибной фермы, будут задействованы: один управляющий, в роли которого выступает собственник и учредитель предприятия, 3 сборщика урожая, 1 разнорабочий, бухгалтер и технолог. В обязанности управляющего входит прогнозирование будущей деятельности предприятия, выплаты денежных поощрений персоналу компании и составление графика засеивания и сбора грибов. Списочный состав персонала проекта по созданию грибной фермы, его заработная плата и обязанности описаны в таблице 3.3.1.

Сборщики урожая и разнорабочий не нуждаются в высокой квалификации перед приемом на работу и будут получать профессиональные навыки по мере прохождения стажировки и дальнейшей работы [6, с. 49].

Таблица 3.3.1 – Основные должности грибной фермы

Должность	Кол-во, чел.	ФОТ, руб.	Обязанности
Сборщик урожая	3	20000	Осуществляет надзор за процессом роста грибов и их сбором
Технолог	1	30000	Участвует в организации плана производства, осуществляет надзор над технологическими условиями производства
Разнорабочий	1	25000	Осуществляет погрузку/разгрузку продукции или сырья
Бухгалтер	1	10000	Ведет финансовую деятельность предприятия (по найму)
Итого		125000	
Отчисления		50000	
Итого с отчислениями		175000	

Структурный план предприятия представлен на рисунке 3.3.1:

**Рисунок 3.3.1 – Организационный план предприятия**

На предприятии действует линейно-функциональная структура управления, где за каждым участником рабочего процесса, будут закреплены

определенные обязанности. Всю ответственность берет на себя директор предприятия.

В дальнейшей перспективе, направленной на увеличение размеров грибной фермы и увеличение объемов производства за счет увеличения площади помещений и внедрений новых камер проращивания, возможно задействование дополнительного персонала по сбору грибов. Также в ближайшем будущем будет рассмотрен вариант приобретения грузового транспортного средства, для сокращения логистических издержек. Это позволит также полностью контролировать поставку продукции потребителям.

3.4 Финансовый план

Для финансовых расчетов организации используются формулы, приведенные в первой главе и данные по расходам из второй главы.

План доходов и расходов:

На 2018 год

1. Валовая прибыль (рассчитывается с момента начала реализации продукции, с августа 2018 г.). Себестоимость 5 тонн грибов составляет 341 000 рублей, доход с продажи 5 тонн – 675 000 рублей (135 рублей за 1 кг). Для её расчета использовалась формула (1).

$$\text{ВП} = 3\,375\,000 - 1\,705\,000 = 1\,670\,000 \text{ рублей}$$

2. Прибыль от продаж составляет разность между валовой прибылью и операционными расходами. Используется формула (2).

$$\text{ПР} = 1\,670\,000 - 756\,850 = 913\,150 \text{ рублей}$$

3. Прибыль до налогообложения составляет разность между прибылью от продаж и суммой непроизводственных расходов. Чтобы её рассчитать, необходимо поставить имеющиеся данные в формулу (3).

$$\text{П}_{\text{до н/о}} = 913\,150 - 142\,795 = 770\,355$$

4. Чистой прибылью предприятия является прибыль, выплаты всех налоговых отчислений. Используется формула (4).

$$\text{ЧП} = 770\,355 - 312\,300 = 458\,055 \text{ рублей}$$

На 2019 год

$$1. \quad \text{ВП} = 8\,100\,000 - 4\,092\,000 = 4\,008\,000 \text{ рублей}$$

$$2. \quad \text{ПР} = 4\,008\,000 - 1\,816\,440 = 2\,191\,582 \text{ рублей}$$

$$3. \quad \text{П}_{\text{до н/о}} = 2\,191\,582 - 342\,708 = 1\,848\,874 \text{ рублей}$$

$$4. \quad \text{ЧП} = 1\,848\,874 - 749\,520 = 1\,099\,354 \text{ рублей}$$

На 2020 год

1. Валовая прибыль для 2020 года рассчитывается с учетом вычитания расходов на доставку, так как планируется покупка транспортного средства.

$$\text{ВП} = 8\,100\,000 - 3\,912\,000 = 4\,188\,000 \text{ рублей}$$

2. Прибыль от продаж рассчитывается с учетом покупки транспортного средства, стоимостью 500 000 рублей и с повышением амортизационных расходов.

$$\text{ПР} = 4\,188\,000 - 1\,960\,440 = 2\,227\,560 \text{ рублей}$$

$$3. \quad \text{П}_{\text{до н/о}} = 2\,227\,560 - 342\,708 = 1\,884\,852 \text{ рублей}$$

$$4. \quad \text{ЧП} = 1\,884\,852 - 749\,520 = 1\,135\,332 \text{ рублей}$$

Стоит отметить, что после покупки транспортного средства в 2020 году, показатель чистой прибыли не сильно увеличился, что связано с возрастанием расходов на содержание автомобиля. Однако подобное решение позволяет сократить риски, возможные при доставке продукции к клиентам и гарантировать своевременность доставки.

На рисунке 3.4.1 представлена графическая динамика показателей прибыли предприятия.

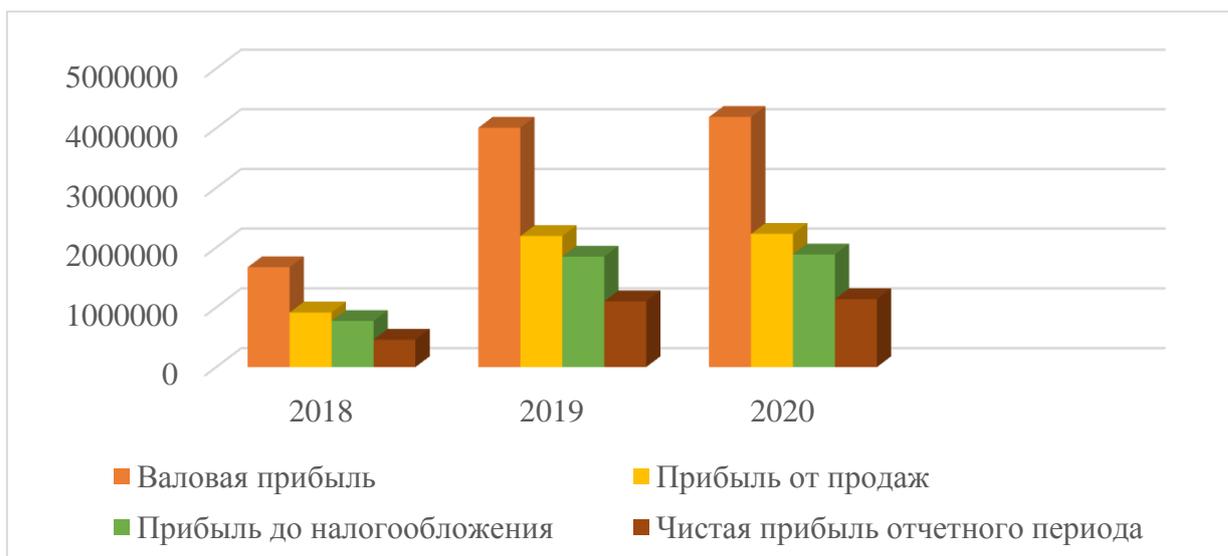


Рисунок 3.4.1 – Динамика показателей прибыли предприятия по производству грибов

Проанализировав данные, отметим, что показатель выручки по сравнению с базовым периодом возрос с 458 055 руб. на 31.12.2018 г. до 1 099 354 руб. на 31.12.2019 г., после чего вырос до 1 135 332 руб. на 31.12.2020 г.

Оценим динамику показателей рентабельности предприятия. Данные динамики показателей рентабельности представлены в таблице 3.4.1:

Таблица 3.4.1 – Динамика показателей рентабельности предприятия по производству грибов

Значение показателя	Год			Абсолютное отклонение показателя (+,-)		Относительное отклонение показателя (%)	
	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2019 г. / 2018 г.	2020 г. / 2018 г.	2019 г. / 2018 г.	2020 г. / 2018 г.
1	2	3	4	5	6	7	8
Показатель общей рентабельности, %	97	97,9	131	+0,7	+34	0,72	35
Показатель рентабельности продаж, %	120.6	120,6	113,6	0	-7	0	5,8

Маржинальный (MR) доход равен разнице между выручкой и переменными затратами. Определяется по формуле (5).

$$MR = 3\,375\,000 - 1\,897\,875 = 1\,477\,125 \text{ рублей}$$

Коэффициент маржинального дохода (KMR) вычисляется по формуле (6) и равен:

$$KMR = \frac{1\,477\,125}{3\,375\,000} = 0.43$$

Точка безубыточности (BEP) равна отношению постоянных затрат к себестоимости 1 ед. продукции. Чтобы найти точку безубыточности, необходимо использовать формулу (7).

$$BEP = \frac{222\,300}{68} = 3\,269 \text{ (кг)}$$

Таким образом, предприятие должно производить 3 269 килограмм грибов ежемесячно. Превышение данного показателя будет прибылью.

Построим график согласно полученным данным, Точка безубыточности будет находиться на пересечении выручки и валовых затрат, что изображено на рисунке 3.4.2.

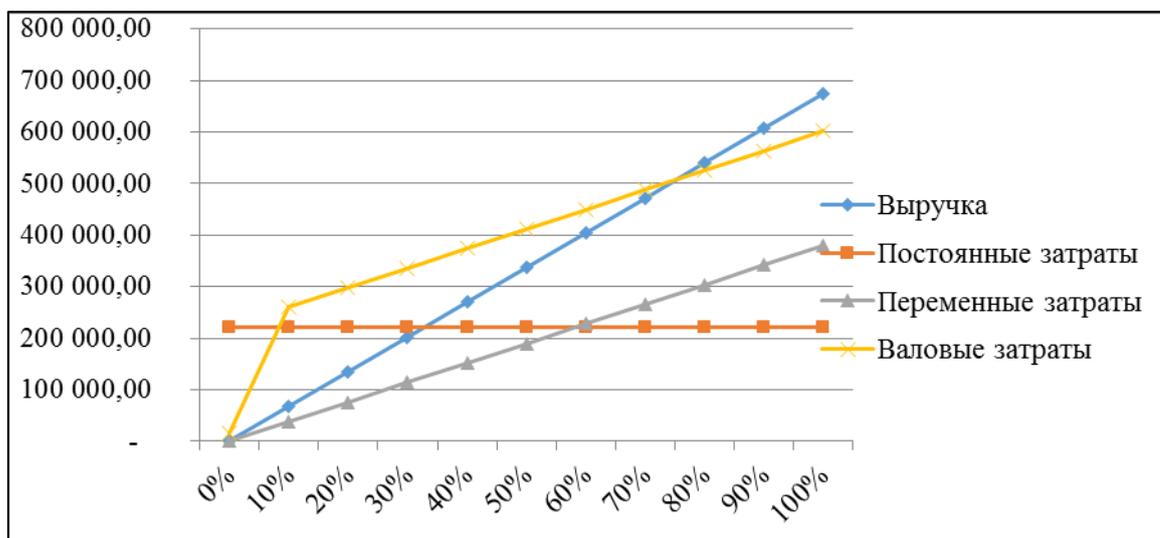


Рисунок 3.4.2 График точки безубыточности грибной фермы

Чтобы рассчитать срок окупаемости ($T_{оп}$) предприятия необходимо разделить сумму всех первоначальных инвестиций (I_n) на годовую прибыль (ЧП).

$$T_{оп} = \frac{1\,790\,000}{1\,099\,354} = 1.6 \text{ (года)}$$

Предприятия выйдет на самоокупаемость через 1.6 года.

3.5 Анализ рисков организации производства грибов

Предприятие является инновационным по своему технологическому оснащению, однако в своей деятельности может столкнуться с различными рисками.

1. Низкая урожайность грибов. Подобный риск может быть вызван низким качеством компоста или мицелия, либо заболеваниями у грибов. В первом случае риск будет замечен на первой стадии произростания грибов, из-за неравномерности или же полного отсутствия роста. Большинство компаний, занимающихся производством и поставками субстрата, проводят химический и лабораторный анализ своего товара и гарантируют возврат денег, в случае, если их продукция оказалась некачественной. Однако нельзя не учитывать возникновение подобного риска и самостоятельно проверять качество субстрата при помощи химического анализа [38, с. 195]. Во втором случае опасность представляют различные болезни и плесень, возникающие при несоблюдении санитарных норм и способные погубить урожай, сделав его непригодным для реализации. Основными болезнями, которые представляют опасность для грибов, являются: нематоды, диалектиум, грибные клещи и зеленая плесень. Большинство из них имеют различные признаки, которые сигнализируют об инфицировании компоста или шампиньонов [16, с. 143]. При первом же появлении подобных признаков, необходимо немедленно принимать профилактические меры, чтобы избежать попадания заражений в другие камеры. Для предотвращения данного риска,

необходимо соблюдать санитарно-гигиенические нормы и поддерживать правильного климата и влажности в камерах проращивания.

2. Рост конкуренции на рынке. Риск может быть вызван увеличением производства у фирм конкурентов, или же появлением новых фирм-конкурентов. Экспансия производимого продукта на местный рынок со стороны зарубежного экспортера на сегодняшний день невозможна из-за санкций, запрещающих ввоз шампиньонов на рынок России из-за рубежа. Существующее уже на Курском рынке предприятие по производству грибов стремится увеличить количество продаж в другие регионы и крупные торговые сети, игнорируя малый бизнес. В случае же повышения конкуренции, можно будет рассмотреть расширение ассортимента продукции за счет других видов грибов или же реализация консервированной продукции [30, с. 57]. Также стоит следить за появлением новых технических средств, чтобы не отставать от конкурентов и повышать качество производства.

3. Повышение цен на сырье. Увеличение цен на закупочное сырье может быть вызвано тяжелой экономической ситуацией у предприятия поставщика, или же инфляцией валюты. В случае, если цена на закупку сырья будет неприемлемой для дальнейшего сотрудничества, будет рассматриваться вариант смены поставщика.

4. Форс мажор. В эту категорию входят риски связанные с затоплением и пожаром и пр. Чтобы предотвратить возникновение подобного риска, был выбран участок под производства, оборудованный противопожарной системой и находящийся под охраной в не затапливаемом районе [25, с. 214]. Чтобы избежать финансовых потерь от подобных рисков, можно рассмотреть вариант страхования бизнеса.

5. Кадровые проблемы. Одним из рисков, способных повлиять на качество и объем производимой продукции, является неквалифицированный персонал. Наличие неквалифицированных специалистов на предприятии, способно негативно сказаться на количестве собранных грибов, состоянию

аппаратуры, в следствие чего увеличению амортизационных отчислений, и несоблюдению санитарных норм [36, с. 251]. Для минимизации потерь от данного риска, необходимо разработать систему подбора высококвалифицированного персонала и в случае необходимости - повышение квалификации сотрудника в специализированных школах грибоводства. Для поднятия мотивации персонала, будут выплачиваться денежные премии.

Вероятность наступления негативных рисков на предприятии и оценка степени тяжести от их возникновения, а также ожидаемые последствия риска представлены в таблице 3.5.1:

Таблица 3.5.1 – Оценка рисков проекта

Риск	Вероятность наступления	Степень тяжести последствий	Ожидаемые последствия наступления риска	Меры по предотвращению	Действия в случае наступления риска
Низкая урожайность грибов	Средняя	Средняя	Низкий уровень дохода	Изучение компаний, занимающихся поставками сырья, лабораторный анализ компоста Соблюдение всех технологических условий	Удаление пораженных грибов и почвы до заражения всей продукции, замена субстрата
Рост конкуренции	Средняя	Средняя	Ослабление позиции на рынке	Расширение ассортимента грибов, переход на выпуск консервированных грибов и установка соответствующего оборудования	Поиск новых точек сбыта, расширение ассортимента

Продолжение таблицы 3.5.1

Повышение цен на сырье	Низкая	Низкая	Повышение затрат на производство	Поиск нового поставщика и закупка сырья по доступной цене	Выбор новых, более выгодных партнеров, повышение цен на грибы
ЧС/пожар	Низкая	Высокая	Ущерб оборудованию, помещению и урожаю	Установка пожарной сигнализации, страхование имущества	Сбор документов для получения страховых выплат
Кадровые проблемы	Средняя	Низкая	Нарушение технических условий	Правильный подбор персонала, высокий уровень контроля	Увольнение, штраф

Согласно представленной оценке, можно сделать вывод, что практически все риски можно предотвратить, соблюдая определенные меры по их предотвращению и технические условия на производстве.

В данной главе была рассмотрена структура бизнес-плана:

1. Было дано подробное описание продукта предприятия.
2. Рассмотрен производственный план.
3. Описана организационная структура управления предприятием.
4. Разработан финансовый план предприятия.
5. Проведен подробный анализ рисков организации производства.

Заключение

В последние годы наблюдается тенденция развития фермерского производства грибов, связанного с введением Россией торгового запрета на ввоз импортной продукции. Это дало толчок, который привел к увеличению спроса на грибы российского производства.

К тому же, сегодня, поддержка отечественного сельского хозяйства является приоритетным направлением развития страны, что дает уверенность начинающим фермерам в успехе нового бизнеса.

На потребительском рынке города Курска наблюдается повышенный спрос на грибы различных видов, при этом конкуренция практически отсутствует. В связи с этим в данной выпускной квалификационной работе была рассмотрена тема бизнес-планирования производства грибов в городе Курске.

Целью выпускной квалификационной работы являлась разработка бизнес-плана производства грибов в городе Курске. Так как в городе Курск, на сегодняшний день, не заполнен рынок сбыта, потому что функционирует лишь одна компания по производству грибов.

В рамках работы были изучены теоретические аспекты бизнес-планирования. Рассмотрена структура, принципы формы, функции бизнес-плана.

В первой главе было выявлено, что бизнес-план – детальный анализ экономических, логических, управленческих аспектов. При помощи бизнес-плана руководитель может определить стратегические цели и привлечь сторонние инвестиции. Также были выявлены основные компоненты бизнес-плана: финансовый план, маркетинг-план, система производства.

Было проведено планирование грибной фермы в городе Курск, в соответствии с выявленными компонентами в первой главе.

Во второй главе нами был проведен анализ рынка грибов в городе Курск. Была определена основная целевая аудитория клиентов, основными из которых являются небольшие магазины розничной торговли и сети общественного

питания. Проанализированы сильные и слабые стороны предприятия. Рассмотрены основные партнеры и ключевые ценности и предложения. Также предложена бизнес модель, которая идеально вписывается в конъюнктуру рынка города Курск.

В третьей главе было описано предприятие и продемонстрирована организационная модель. Исходя из анализа финансовых показателей, было выявлено, что для организации грибной фермы потребуются инвестиции размером 1 790 000 рублей, при этом полная окупаемость бизнеса возможна через полтора года, а среднегодовая прибыль выше 1 000 000 рублей.

Также был разработан производственный план и предложена бизнес-модель. Выбрана линейно-функциональная организационная структура управления предприятием.

Исследование показало, что для данного производства возможны невысокие риски: отсутствия урожая, в связи с болезнями и нарушением технических условий; проблема кадрового обеспечения; проблема роста конкуренции; повышение цен на сырье.

Были разработаны рекомендации по предупреждению рисков, прописаны контрольные точки реализации мер предупреждения рисков, а также сформулированы ключевые действия в случае наступления риска.

Список литературы

1. ГОСТ 13799-81 Продукция плодовая, ягодная, овощная и грибная консервированная. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение (с Изменениями N 1-5) [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: <http://docs.cntd.ru/document/1200022760> – Систем. требования: IBM PC, Internet Explorer.
2. ГОСТ 31916-2012 (ISO 7561:1984): Грибы. Шампиньоны культивируемые свежие. Руководство по хранению в холодильниках и транспортированию в рефрижераторах [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: <http://docs.cntd.ru/document/1200101741> – Систем. требования: IBM PC, Internet Explorer.
3. ГОСТ Р 56827-2015: Грибы шампиньоны свежие культивируемые. Технические условия [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: <https://fintender.ru/star/gost/r-56827-2015> – Систем. требования: IBM PC, Internet Explorer.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации от 16 июля 1998г. [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд.: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/ – Систем. требования: IBM PC, Internet Explorer.
5. Алиев, В.С. Практикум по бизнес-планированию: методическое пособие [Текст] / В.С. Алиев. – Москва : НИЦ ИНФРА, 2013. – 228 с.
6. Атаманчук, Т.С. Бизнес-планирование в малом предпринимательстве: методическое пособие [Текст] / Т.С. Атаманчук. – Минск : Право и экономика, 2010. – 213 с.
7. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: учебное пособие [Текст] / В.А. Баринов. – Москва : Форум, 2013. – 256 с.
8. Бейт, Н. Как определить экономический спад. План выживания в бизнесе: методическое пособие [Текст] / Н. Бейт. Москва : Олимп-Бизнес, 2009. – 208 с.

9. Босчаева, З.Н. Формула малого предпринимательства как основы развития региона: методическое пособие [Текст] / З.Н. Босчаева. – Москва : Экономика, 2012. – 254 с.
10. Бычков, В.П. Экономика предприятий и основы предпринимательства: методическое пособие [Текст] / В.П. Бычков. – Москва : ИНФРА-М, 2013. – 394 с.
11. Валдайцев, С.В. Антикризисное управление на основе инноваций: учебник для вузов [Текст] / С.В. Валдайцев. – Москва : Велби Проспект, 2005. – 143 с.
12. Виноградова, М.В. Бизнес-планирование. [Текст] / М.В. Виноградова. – Москва : Дашков, 2011. – 280 с.
13. Гайнутдинов, Э.М. Бизнес-планирование: методическое пособие [Текст] / Э.М. Гайнутдинов – Минск: Высшая школа, 2011. – 465 с.
14. Головань, С.И. Бизнес-планирование [Текст] / С.И. Головань. – Москва : Феникс, 2009. – 320с.
15. Добрынин, А. И. Человеческий капитал в транзитивной экономике : формирование, оценка, эффективность использования [Текст] / А. И. Добрынин, С. А. Дятлов, Е. Д. Цыренова. – Санкт-Петербург : Наука, 1999. – 308 с.
16. Дробижева, Л. М. Ценность здоровья и культура нездоровья в России [Текст] / Л. М. Дробижева. Москва : Безопасность Евразии, 2004. – № 1. – 29-36 с.
17. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: учебник для бакалавров: методическое пособие [Текст] / И.А. Дубровин. – Москва : Дашков, 2013. – 432 с.
18. Здоровый образ жизни как молодежная проблема: региональные аспекты [Текст] / Под. ред. Г. М. Грибова. – Минск : ИСПИ, 2002. – 140 с.
19. Картанов, Э. Внешние дифференциальные системы и их геометрические проблемы [Текст] / Э. Картанов. – Москва : Прогресс-Академия, 2017. – 176 с.

20. Кондраков, Н.П. Основы малого и среднего предпринимательства. [Текст] / Н.П. Кондраков. – Санкт-Петербург : НИЦ ИНФРА, 2013. – 394 с.
21. Круглова, Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства): учебное пособие [Текст] / Н.Ю. Круглова. – Москва : КноРус, 2013. – 440 с.
22. Крум, Э.В. Бизнес-планирование [Текст] / Э.В. Крум. – Минск : РИВШ, 2007. – 92 с.
23. Кузьмичев, А.Д. Отечественное предпринимательство [Текст] / А.Д. Кузьмичев. – Москва : Росстат, 2015. 189 с.
24. Куницына, Н.Н. Бизнес-планирование в коммерческом банке. [Текст] / Н.Н. Куницына. – Москва : Магистр, 2009. – 459 с.
25. Ларионова, И.С. Философия здоровья [Текст] методическое пособие / И.С. Ларионова. – Москва : Гардарики, 2007. – 222 с.
26. Макаров, С.И. Основы предпринимательства [Текст] методическое пособие / С.И. Макаров. – Санкт-Петербург : Наука, 2011. 567 с.
27. Манин, Ю.И. Итоги науки и технологии [Текст] научно-практическое пособие / Ю.И. Манин. – Москва : КолоС, 2015. – 311 с.
28. Морошкин, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие [Текст] / В.А. Морошкин. – Москва : ФОРУМ: ИНФРА, 2009. – 256 с.
29. Набоких, А.А. Значение кадрового обеспечения в грибоводстве [Текст] / А.А. Набоких. – Киров : Сборник материалов Всероссийской научно-технической конференции «Наука», 2004. – 272 с.
30. Никущин, В.В. Основы охранной деятельности в сфере предпринимательства [Текст] / В.В. Никущин. – Вологда : Инфра-Инженерия, 2016. – 128 с.
31. Саксонова, М.Л. Формирование и развитие конкурентной среды в России [Текст] / М.Л. Саксонова. – Киров: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции «Наука», 2007. – 311-322 с.
32. Сергеев, А.П. Основы бизнеса (для предпринимательства) [Текст] / А.П. Сергеев. – Москва : Кно-Рус, 2014. – 440 с.

33. Телешук, Г.Я. Бизнес-планирование: учебное пособие [Текст] / Г.Я. Телешук. – Минск : РИВШ, 2011. – 198 с.
34. Тищенко, А.Д. Зеленая плесень. [Текст] учебно-практическое пособие / А.Д. Тищенко. – Москва : Школа грибоводства, 2011. – 213 с.
35. Тищенко, А.Д. Субстратное производство в Павлово [Текст] / учебно-практическое пособие / А.Д. Тищенко. – Москва : Школа грибоводства, 2011. – 122 с
36. Уткин, Э.А Бизнес-план компании. [Текст] / Э.А. Уткин. – Москва : Наука, 2011. – 102 с.
37. Чеберко, Е.Ф. Основы предпринимательской деятельности. История предпринимательства [Текст] / Е.Ф. Чеберко. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 420 с.
38. Череданова, Л.Н. Основы экономики и предпринимательства [Текст] / Л.Н. Череданова. – Москва : ИЦ Академия, 2016. – 224 с.
39. Черняк, В.З. Бизнес-планирование: учебник для вузов. [Текст] / В.З. Черняк. – Москва: Юнит-дана, 2010. – 470 с.
40. Шевчук, Д.А. Бизнес-планирование. [Текст] / Д.А. Шевчук. – Ростов : Феникс, 2010. – 352 с.