

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ім. адмірала Макарова
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ МОРЯ
КАФЕДРА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ



«Допустити до захисту»

в.о. зав. кафедри

к.е.н. доцент Корнієнко О.П.

15» січня 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

на тему:

«Розробка та обґартування бізнес-плану створення нового підприємства
у виробничій сфері»

Виконала: студентка 5 курсу, групи 5412з
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»

Колесова Лілія Вікторівна

Керівник: к.е.н., доцент Корнієнко Оксана
Петрівна

Миколаїв – 2024 р.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КОРАБЛЕБУДУВАННЯ ІМЕНІ АДМІРАЛА
МАКАРОВА**

Факультет економіки моря
Кафедра інтелектуальної цифрової економіки
Освітній рівень – перший
(бакалаврський)
Галузь знань 07 «Управління та
адміністрування»
Спеціальність 076 «Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність»
Освітня програма – «Економіка підприємства»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Гарант освітньої програми

Корнієнко О.П.



**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»**

Студентці: Колесовій Лілії Вікторівні

Тема роботи: «Розробка та обґартування бізнес-плану створення нового підприємства у виробничій сфері»

Керівник роботи: к.е.н., доцент Корнієнко О.П.

Затверджені наказом ректора № 1501-уч від «27» 12 2023 року

1. Термін подання роботи: 16 січня 2024р.

2. Вихідні дані по роботі:

інформаційними джерелами для написання кваліфікаційної роботи стали законодавчі акти, що регулюють сферу підприємницької діяльності, правові норми щодо організації бухгалтерського обліку та фінансової звітності, а також національні стандарти, джерела інтернет.

3. Перелік питань, що належать до розробки (найменування розділів)

1. Підприємництво як первинна ланка економіки
2. Дослідження ринку й обґрунтування бізнес-ідеї
3. Бізнес-план створення нового підприємства
4. Охорона праці

4. Перелік презентаційних матеріалів

1. Зображення механізму планування діяльності підприємства
2. Відсоткове споживання грибів за країнами у 2022 р.
3. Зображення динаміки росту виробництва печериць в Україні
4. Бюджет рекламної компанії «Ukrainian mushrooms» в Інтернеті на місяць
5. Вартість обладнання проекту з вирощування печериць
6. Перелік витрат на відкриття бізнесу
7. Прогноз економічної ефективності створення бізнесу по вирощуванню печериць
8. Перелік ризиків при виробництві печериць

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1. Охорона праці	<i>Мозговий А.М.</i>	01.09.2023	01.12.2023

АНОТАЦІЯ

Колесова Л.В. «Розробка та обґартування бізнес-плану створення нового підприємства у виробничій сфері» – бакалаврська робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр». – Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Миколаїв, 2024.

У кваліфікаційній роботі розглянуті теоретичні засади створення та діяльності підприємства, роль планування у підприємницькій діяльності. Виконано аналіз ринку грибів та обрано організаційно-правову форму підприємства, що створюється. У практичній частині розроблено бізнес-план створення підприємства «Ukrainian mushrooms», який довів високу ефективність проєкту.

Ключові слова: підприємство, планування, бізнес-план, економічна ефективність, реклама.

ANNOTATION

Kolesova L.V. "Development of a business plan for establishing a new enterprise in the manufacturing sector" – bachelor's thesis for obtaining the degree of higher education "bachelor". – Admiral Makarov National Shipbuilding University, Mykolaiv, 2024.

The qualification paper considers the theoretical foundations of the creation and operation of an enterprise, the role of planning in entrepreneurial activity. The analysis of the mushroom market and the reverse organizational and legal form of the enterprise that is being created are performed. In the practical part, a business plan for the creation of the enterprise "Ukrainian mushrooms" was developed, which proved the high efficiency of the project.

Keywords: enterprise, planning, business plan, economic efficiency, advertising.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Номер	Назва етапів роботи	Терміни виконання етапів роботи
1	Визначення наукового керівника роботи	01.09.2023р. – 05.09.2023р.
2	Вибір теми роботи та її узгодження з науковим керівником	05.09.2023р. – 10.09.2023р.
3	Вивчення друкованих та електронних джерел, економічних реалій, методичних та наукових видань з теми роботи	10.09.2023 р. – 26.09.2023 р.
4	Складання попереднього плану роботи, узгодження його з науковим керівником	26.09.2023р. – 01.10.2023 р.
5	Збір статистичної інформації в термін проходження практики на базовому підприємстві (установі, організації)	01.10.2023 р. – 17.10.2023 р.
6	Розробка теоретичного розділу	17.10.2023р. – 01.10.2023 р.
7	Розробка аналітичного розділу	01.10.2023р. – 20.11.2023р.
8	Розробка проектного розділу	20.11.2023р. – 05.12.2023р.
9	Розробка вступу, висновків, списку використаної літератури та додатків	05.12.2023 р. – 15.12.2023 р.
10	Редагування рукопису кваліфікаційної роботи та ознайомлення з ним наукового керівника	15.12.2023 р. – 06.01.2024 р.
11	Усунення зауважень наукового керівника та завершення роботи	07.01.2024 р. – 12.01.2024 р.
12	Подання рукопису кваліфікаційної роботи для перевірки на виявлення збігів / ідентичності / схожості роботи	16.01.2024 р.
13	Подання рукопису кваліфікаційної роботи на попередній захист	17.01.2024 р.
14	Усунення зауважень кафедрального захисту та результатів перевірки на виявлення збігів / ідентичності / схожості роботи	17.01.2024 р.
15	Розробка проекту демонстраційного матеріалу та доповіді	13.01.2024 р. – 14.01.2024 р.
16	Подання роботи рецензенту та отримання рецензії	15.01.2024 р.
17	Захист роботи перед АК	19.01.2024 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ПІДПРИЄМСТВО ЯК ПЕРВИННА ЛАНКА ЕКОНОМІКИ	9
1.1. Соціально-економічна природа підприємства та його основні функції	9
1.2. Роль планування у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності.....	17
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ Й ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ	25
2.1. Аналіз ринку грибів	25
2.2. Обґрунтування бізнес-ідеї й організаційно-правові форми підприємства..	38
РОЗДІЛ 3. БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ НОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	44
3.1. Резюме	44
3.2. Опис продукту	46
3.3. Маркетинговий план.....	50
3.4. План реалізації товару.....	53
3.5. Організаційний план	56
3.6. Фінансовий план	60
3.7. Оцінка ризиків	63
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ	66
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	77
ДОДАТКИ.....	80

ВСТУП

В умовах сучасної економіки діяльність будь-якого підприємства чи організації стає об'єктом уваги різноманітних учасників ринкових відносин, які цікавляться результатами його функціонування. Зміна оточення, в якому працює підприємство в умовах ринкової економіки, вимагає від нього адаптації до нових умов, тобто розробки власної стратегії. Важливість цієї теми полягає в тому, що розвиток підприємства тісно пов'язаний з вирішенням питань його перспективного росту. Уважно продумана стратегія дозволяє керівництву щодня вирішувати не лише поточні завдання розвитку бізнесу, але й ті, які сприяють досягненню основної мети та перспектив.

Успішна діяльність підприємства залежить від ретельно розробленої концепції, яку детально проаналізовано та оформлено у відповідному документі. Якщо підприємець не урахує ризики та не визначить перспективи розвитку своєї організації, це може призвести до фінансових втрат. Щоб уникнути подібних непорозумінь, необхідно створити бізнес-план проекту, який відобразить як сильні, так і слабкі сторони підприємства, а також сприятиме залученню інвестицій.

Оволодіння мистецтвом складання бізнес-планів на сьогоднішній день стає актуальним з кількох причин:

- економічні труднощі змушують досвідчених керівників переосмислювати свою стратегію та готуватися до викликів боротьби з конкурентами;
- для залучення інвестицій та стимулювання економіки важливо ефективно обґрунтовувати свої проекти та переконливо доводити інвесторам життєздатність і реалізованість своїх планів.

Усе це зумовлює актуальність та своєчасність розробки теми кваліфікаційної роботи.

Мета дослідження – огляд теоретичних положень щодо соціально-економічної природи підприємства, дослідження ринку печериць та розробка на

цій основі бізнес-плану щодо створення нового підприємства з виробництва печериць.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються такі завдання:

- визначення соціально-економічної природи підприємства та його основні функції;
- виявлення ролі планування у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності;
- дослідження ринку печериць й обґрунтування бізнес-ідеї;
- розробка бізнес-плану зі створення нового підприємства з виробництва печериць.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є господарська діяльність вітчизняних підприємств, а предметом дослідження – забезпечення ефективного розвитку нового підприємства шляхом упровадження бізнес-плану.

Інформаційними джерелами для написання кваліфікаційної роботи стали законодавчі акти, що регулюють сферу підприємницької діяльності, правові норми щодо організації бухгалтерського обліку та фінансової звітності, а також національні стандарти, джерела інтернет та ін.

Структурно кваліфікаційна робота складається з вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

У першому розділі розглянуті теоретичні аспекти соціально-економічної природи підприємства та його основні функції; виявлена роль планування у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності.

У другому розділі виконано аналіз ринку печериць, розглянуто вихідні передумови для створення нового підприємства з виробництва печериць.

У третьому розділі розроблено бізнес-план нового підприємства з виробництва печериць, проведено оцінку економічної ефективності запропонованого бізнес-плану та оцінку ризиків господарської діяльності.

Четвертий розділ присвячено питанням охорони праці на підприємстві.

Робота викладена на 82 сторінках друкованого тексту, містить 17 рисунків, 18 таблиць, 2 додатка. Список використаної літератури складається з 30 джерел.

РОЗДІЛ 1

ПІДПРИЄМСТВО ЯК ПЕРВИННА ЛАНКА ЕКОНОМІКИ

1.1. Соціально-економічна природа підприємства та його основні функції

Необхідна суспільству продукція виготовляється первинною ланкою господарства країни – підприємством. Підприємство представляє собою самостійну та організаційно відокремлену одиницю виробничої сфери економіки країни, яка спеціалізується на виробництві продукції, виконанні робіт та наданні послуг [18].

Для забезпечення ефективного господарювання підприємства керівництво має визначити цілі його створення та функціонування. Головну мету створення підприємства називають місією. Оскільки такою метою є виготовлення та надання необхідних суспільству продукції, робіт, послуг для отримання прибутку, вони й становлять зміст місії підприємства.

На підставі місії формулюються стратегічні та тактичні цілі підприємства. Мета підприємства – це конкретний стан чи результат, якого прагне досягти підприємства [4].

Стратегічні цілі визначають поведінку підприємства на перспективу. Для їхнього досягнення розробляється програма перспективних заходів, що втілюється у відповідній стратегії підприємства. Під стратегією підприємства прийнято розуміти комплексну програму дій, що забезпечує реалізацію місії (генеральної мети) підприємства та досягнення її численних цілей [4].

Залежно від того, на якій стадії життєвого циклу перебуває підприємство, його керівництво може обрати одну з базових стратегій:

- Стратегія виживання. Носить захисний характер та передбачає проведення системи заходів, які забезпечують вихід підприємства з кризового стану у максимально короткий термін.

- Стратегія стабілізації. Застосовується підприємством при нестабільності (коливанні) обсягів продажу продукції та одержуваних доходів.

- Стратегія розвитку. Найбільш ефективна стратегія, спрямована на стабільне збільшення обсягів продажу, прибутку, капіталу.

Тактичні цілі підпорядковані стратегічним та їх реалізація є засобом досягнення перспективних цілей. Для досягнення бажаних результатів сформульовані підприємством цілі мають відповідати певним вимогам [7; 23]:

- бути конкретними та вимірюваними. Вони дозволяють створити основу для оцінювання досягнутих результатів та прийняття подальших рішень;

- бути узгодженими у часі та мати конкретний часовий простір досягнення;

- бути досяжними;

- бути взаємодоповнюваними;

- бути чітко сформульованими для кожного напрямку діяльності підприємства.

Ефективне функціонування підприємства пов'язане з необхідністю вирішення комплексу завдань, основними з яких є наступні [7; 23]:

- одержання доходу власниками підприємства;

- забезпечення споживачів необхідними їм продукцією, роботами та послугами;

- забезпечення персоналу підприємства заробітною платою, нормальними умовами праці та можливістю професійного зростання;

- створення робочих місць для населення, що проживає на прилеглий до підприємства території;

- охорона навколишнього середовища (земельних, водних ресурсів, повітря та ін.);

- недопущення збоїв у роботі підприємства (зриву поставок, випуску бракованої продукції, неякісного виконання робіт чи надання неякісних послуг, зменшення обсягів випуску продукції, зниження рентабельності виробництва та ін.).

Завдання, що стоять перед підприємством, конкретизуються виходячи з таких факторів, як інтереси його власників, розмір підприємства, ситуація всередині підприємства, зовнішнє середовище та ін.

Для забезпечення ефективного господарювання та кваліфікованого управління підприємства класифікують за низкою ознак.

За метою та характером діяльності розрізняють підприємства (рис. 1.1) [18]:



Рис. 1.1. Види підприємств за метою та характером діяльності

- комерційні, діяльність яких спрямована на отримання прибутку;
- некомерційні, що створюються не з метою отримання прибутку, наприклад, благодійні фонди, громадські, наукові та інші організації невиробничої сфери господарювання країни.

За формою власності розрізняють такі підприємства (рис. 1.2) [18]:

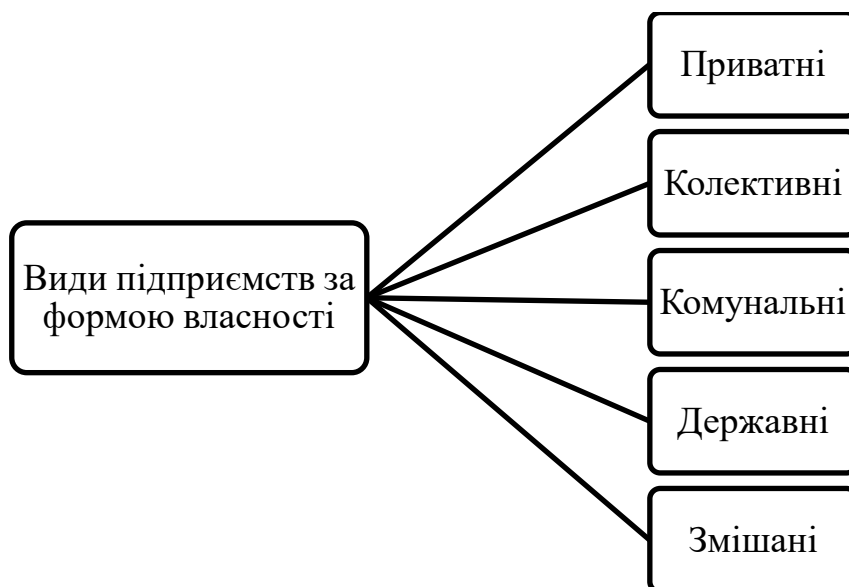


Рис. 1.2. Види підприємств за формою власності

- приватні, засновані на власності фізичної особи з правом найму робочої сили. До них відносяться також індивідуальні та сімейні підприємства, засновані лише на особистій праці;

- колективні, засновані на власності трудового колективу підприємства, кооперативу чи іншого статутного товариства чи громадської організації;

- комунальні, що засновані на власності певної територіальної громади;

- державні, що засновуються на державній власності;

- засновані на змішаній формі власності – підприємства, що створені на основі об'єднання майна різних форм власності.

За правовим статусом та формою господарювання розрізняють такі підприємства (рис. 1.3) [18; 19]:

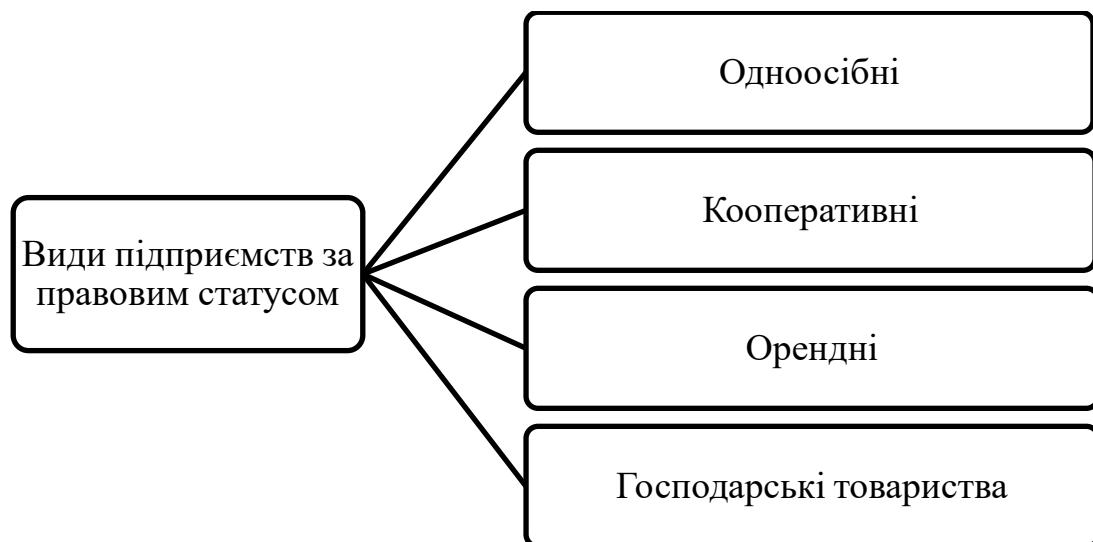


Рис. 1.3. Види підприємств за правовим статусом

- одноосібні – є власністю однієї особи чи сім'ї. За своїми зобов'язаннями такі підприємства відповідають усім майном (капіталом) власника;

- кооперативні – представляють собою добровільні об'єднання громадян з метою спільного ведення господарської чи іншої діяльності. При цьому кожен член кооперативу особисто бере участь у спільній діяльності, яка передбачає використання власного чи орендованого майна;

- орендні, підприємницька діяльність яких пов'язана з тимчасовим (на договірній основі) володінням та користуванням необхідним для цього майном;

- господарські товариства, що створюються на засадах згоди між юридичними особами чи громадянами шляхом об'єднання їхнього майна та підприємницької діяльності з метою отримання прибутку. До них відносяться акціонерні товариства, товариства з обмеженою, а також додатковою відповідальністю, повні товариства та командитні товариства.

Акціонерним визнається товариство, статутний фонд (капітал) якого розподілено на певну кількість акцій однакової номінальної вартості. Загальна номінальна вартість випущених акцій становить статутний фонд (капітал) акціонерного товариства. Відповідальність за своїми зобов'язаннями акціонерне товариство несе лише власним майном [18; 19].

Розрізняють відкриті акціонерні товариства, акції яких можуть поширюватися шляхом відкритої купівлі-продажу на біржах, та закриті акціонерні товариства, акції яких розподіляються між засновниками та не можуть поширюватися шляхом підписки, купуватись та продаватись на біржах.

Товариством з обмеженою відповідальністю є таке господарське товариство, яке має статутний фонд (капітал), розподілений на частки між його учасниками, розмір яких визначається установчими документами, та відповідає за своїми зобов'язаннями лише власним майном. Учасники товариства несуть відповідальність лише у межах їх внесків до статутного фонду (капіталу).

Товариством з додатковою відповідальністю є господарське товариство, статутний фонд (капітал) якого розподілено на частки між учасниками у встановлених установчими документами розмірах та яке несе відповідальність за зобов'язаннями власним майном, а у разі його недостатності учасники цього товариства несуть додаткову солідарну відповідальність у визначеному установчими документами розмірі до внеску кожного з учасників.

Повним товариством є господарське товариство, всі учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства та несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном.

Командитним товариством є господарське товариство, яке нарівні з

учасниками (учасником), які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність та несуть відповідальність за його зобов'язаннями всім своїм майном, має учасників (учасника), відповідальність яких обмежується лише внеском до майна товариства.

За національною належністю капіталу розрізняють такі підприємства (рис. 1.4) [18; 19]:



Рис. 1.4. Види підприємств за національною належністю капіталу

- національні, капітал яких повністю належить суб'єктам господарювання своєї країни;
- іноземні – 100% капіталу підприємства є власністю суб'єктів господарювання інших країн;
- змішані або спільні, створені як вітчизняними, так і іноземними суб'єктами господарювання з метою спільної діяльності.

За способом створення та формування статутного фонду (капіталу) розрізняють такі підприємства (рис. 1.5) [7]:

- унітарні, створювані одним засновником, який виділяє необхідне для цього майно, формує відповідно до закону статутний фонд (капітал), затверджує статут, розподіляє прибутки. Унітарними є державні та комунальні підприємства, підприємства, засновані на власності об'єднань громадян, релігійної організації або приватної власності засновника;

- корпоративні – створювані, як правило, двома та більше засновниками відповідно до їх загального рішення. Діють на основі об'єднання майна та (або) підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників). Корпоративними є кооперативні підприємства, підприємства, що створюються у формі господарського товариства, а також інші, що ґрунтуються на приватній власності двох і більше осіб.



Рис. 1.5. Види підприємств за способом створення

За галузевою ознакою діяльності розрізняють підприємства промислові, сільськогосподарські, будівельні, транспортні, виробничо-торговельні, торгові, лізингові, фінансово-кредитні, страхові, туристичні та ін. За кількістю працівників та обсягом валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) розрізняють малі, середні та великі підприємства [7].

За міжгалузевою структурою розрізняють такі підприємства (рис. 1.6) [7; 18]:

- вузькоспеціалізовані, що виготовляють обмежений асортимент продукції масового чи великосерійного виробництва;

- багатопрофільні – випускають продукцію широкого асортименту та різного призначення;

- комбіновані, у яких один вид сировини чи продукції перетворюється паралельно чи послідовно на другий вид, а далі – на третій. Наприклад, у текстильній промисловості на комбінованих підприємствах із сировини

ВИГОТОВЛЯЮТЬ ВОЛОКНА, з волокон – пряжу, з пряжі – полотна.

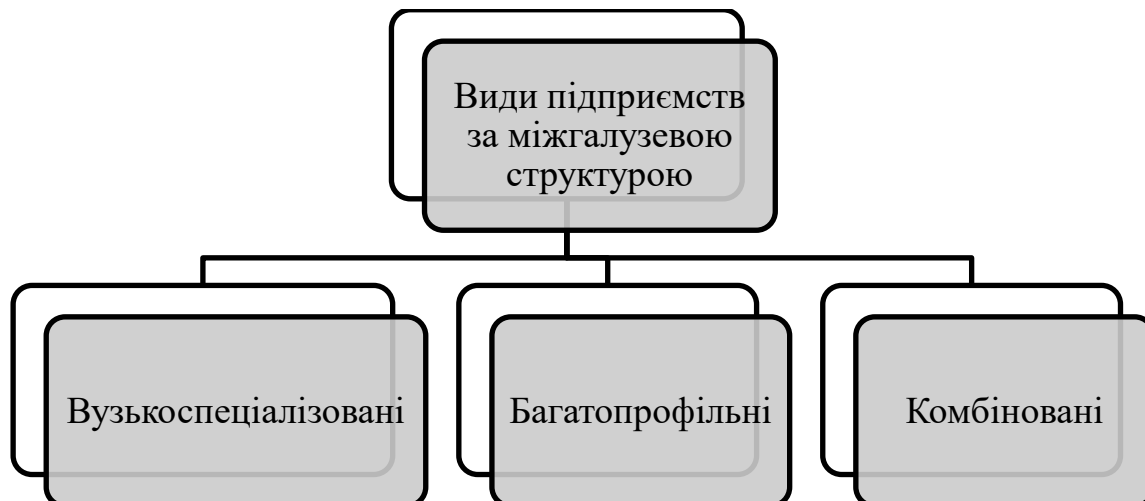


Рис. 1.6. Види підприємств за міжгалузеву структуру

У процесі діяльності підприємство виконує такі функції (рис. 1.7) [7; 18]:

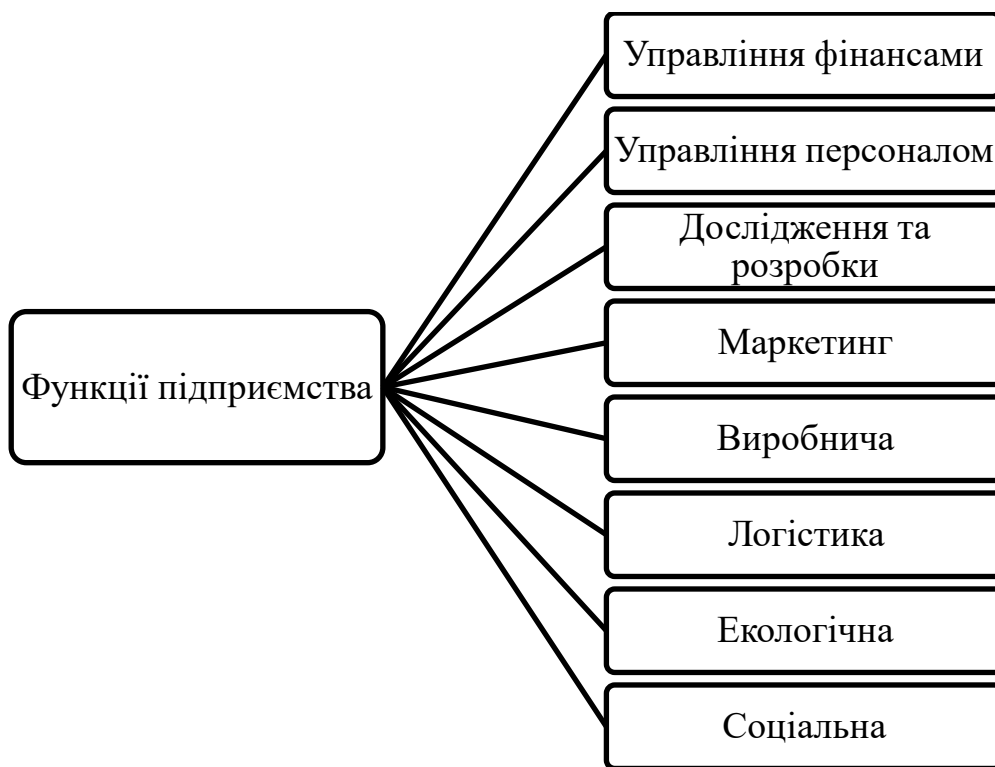


Рис. 1.7. Функції підприємства

1. Управління фінансами. Його мета – забезпечення фінансової стійкості та ліквідності.

2. Управління персоналом. Виражається у відборі та прийомі на роботу, підготовці та перепідготовці персоналу відповідно до потреб бізнесу, вирішенням

усіх питань, що стосуються його ефективного використання.

3. Дослідження та розробки – діяльність зі створення нових видів продукції та технологічних процесів, поліпшення існуючих з метою підвищення ефективності виробництва та розширення ринку збуту.

4. Маркетинг, що забезпечує дослідження ринку, визначення потреб та запитів споживачів, реальні замовлення на продукцію та успішну її реалізацію.

5. Виробнича, яка впливає з головного завдання підприємств – отримання прибутку. Можлива лише за рахунок виробництва продукції, робіт та послуг, необхідних суспільству [7; 18].

6. Логістика. Ця функція реалізується внаслідок придбання та доставки сировини, комплектуючих, машин, устаткування та інших матеріальних цінностей, необхідних для господарської діяльності.

7. Екологічна. Передбачає випуск екологічно чистої продукції та зниження її природоємності. Екологічна діяльність підприємства спрямована на зниження та компенсацію негативного впливу його виробництва на довкілля.

8. Соціальна. Забезпечує умови для відтворення робочої сили, матеріальну зацікавленість результатами праці. Важливою складовою соціальної діяльності є забезпечення підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації персоналу.

Отже, ключовим суб'єктом економіки є підприємство – самостійна юридична особа, створена для виробництва товарів чи послуг з метою здобуття прибутку та задоволення суспільних потреб. Підприємство визначається низкою характеристик, має свої цілі та завдання, які формуються на основі аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища.

1.2. Роль планування у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності

У науковій літературі існує безліч визначень термінів «планування» та «план». Наприклад, І. Должанський та Т. Загорна наполягають, що план – це

інструмент управління підприємством, засіб контролю над отриманням запланованих доходів і заздалегідь передбаченими витратами коштів. З даного трактування можна побачити, що за допомогою плану можна ефективно управляти доходами та витратами компанії [11].

На думку Н. Макаренко, планом є програма, набір інструментів та дій, що передбачають виконання конкретної ідеї у межах загальної стратегії організації. У даному трактуванні можна чітко простежити розмежування плану та стратегії організації. Автор вважає, що планування являє собою інструмент проектування бажаного майбутнього і ефективних шляхів його досягнення [22].

Вважаю, що основна ціль складання плану найбільш повно висловлена К.Барроу: «Головна мета складання плану полягає у забезпеченні найбільш ефективного, прибуткового і спокійного функціонування підприємства» [1, с. 342]. Тобто автор розглядає план як інструмент стабілізації діяльності організації та підвищення її ефективності.

3. Варналій під планом розуміє документ як внутрішньої, так і зовнішньої спрямованості, котрий може призначатися і для власного використання, і для кредиторів, партнерів, інвесторів тощо [3]. В цьому разі звертають увагу на цільову аудиторію плану.

У своєму визначенні О. Ходаківська зазначає, що план є основним документом, який дозволяє конкретно обґрунтувати, викласти і оцінити можливості організації [27]. Це достатньо об'ємне трактування, в якому звертають увагу на детальний характер плану і необхідність його обґрунтування.

Як зазначає О. Михайленко, за своїм характером план – це чітко структурована система даних про наміри та перспективи діяльності організації, організаційне і фінансове забезпечення програми реалізації намічених заходів. Науковець також стверджує, що план представляє собою самостійний документ, який характеризується своєю метою, своїми завданнями, структурою, складом, структурою, ступенем деталізації, що залежать від специфіки виду діяльності, розміру організації, наявності конкурентів тощо [24]. У даному трактуванні роблять акцент на тому, що на план впливають різні фактори внутрішнього та

зовнішнього середовища.

На думку Н. Євдокимової, планування є процесом створення та координації окремих планів в одну цілісну систему, що гарантує збалансованість планових показників як за видами використовуваних ресурсів, так і за термінами виконання планів [24]. Ю. Лозовик зазначає, що планування – це процес презентації випадковостей і здатність визначити необхідність організаційної інтеграції та координації для відповідного реагування на неочікувані ситуації.

Разом з тим Т. Васильців стверджує, що планування – це процес визначення сукупності організаційно-технічних, економічних, фінансових і соціальних рішень і врахування необхідних умов для розвитку підприємства в даний час і в доступній для огляду перспективі. Згідно ще одній точці зору, планування – це безперервний процес створення ітерацій, які наближують планове рішення до реальних нових можливостей підприємства, спрямований на визначення умов, при яких можливе досягнення у об'єкта планування бажаного стану, що визначається стратегією і тактикою розвитку підприємства [5].

Ринкове планування, як зазначає Л. Бескровна, являє собою інструмент забезпечення конкурентоспроможності підприємства у ринкових умовах, що дозволяє на основі аналізу ринкової ситуації скласти прогноз її зміни в майбутньому, виявити і реалізувати перспективні напрямки діяльності підприємства у прогнозованому ринковому середовищі [2].

На думку Р. Лупак, ринкове планування – це процес самостійного своєчасного визначення майбутніх науково-технічних, організаційно-економічних, соціально-політичних та інших впливів зовнішнього середовища (як негативних, так і позитивних) і прийняття відповідних планових рішень, що вимагає творчого підходу, наукового пошуку, досліджень і творчого вивчення зарубіжного досвіду управління, що є новим явищем в управлінні вітчизняними підприємницькими структурами у ринковій економіці [3].

Як вважає Р. Білик, у ринкових умовах складені плани швидко застарівають, планові показники сильно відрізняються від фактичних, підприємство не має чітких цілей, які відображають вимоги ринку, що обумовлює необхідність

адаптації діючої на них системи планування до ринкових умов. Тому ринкове планування – це планування, в якому на перший план виходить збут продукції, що робить першим і найбільш важливим етапом планування складання прогнозів збуту по всій номенклатурі виробів [3].

На думку І. Гнатенка, ринкове планування – це послідовність внутрішньо організаційних взаємопов'язаних дій, що охоплюють розробку плану розвитку підприємства відповідно до прогнозованої ринкової ситуації [9]. В. Цимбалюк вважає, що ринкове планування – це процес обліку поточної діяльності й можливостей зростання потенціалу підприємства, а також циклічності, зумовленої економічними, технологічними, продуктовими, організаційними етапами розвитку підприємства, через яку в певні періоди на підприємстві може спостерігатися спад, або депресія, або підйом або стійке зростання [19].

Згідно з визначенням американського вченого Дж Л. Мессі, планування в організації – це функція управління, в якій свідомий вибір структури впливу визначається для осіб, які приймають рішення, так що багато рішень будуть скоординовані протягом деякого періоду часу і спрямовані в напрямку обраної мети [18]. Як можна помітити, вчений робить акцент на тому, що планування є функцією управління і проводиться з метою створення умов для ефективного управління організацією.

За визначенням С. Шевченко, планування в організації – це вбудований внутрішньоорганізаційний механізм, який здійснюється за допомогою встановлення взаємозв'язку і взаємозалежності прогнозних, затверджуваних і розрахункових показників з метою забезпечення взаємодії макро-, мезо- і мікрорівнів організації та ув'язки її зовнішнього і внутрішнього середовища. С. Морковіна визначає планування в організації як засіб для організації діяльності підприємства, а також отримання необхідних інвестицій, кредитів та інших видів позикових коштів, сприяючи підвищенню передбачуваності і зниженню підприємницьких ризиків [18]. У даному визначенні підкреслюється непередбачуваність ринкового середовища і звертається увага на ризикову складову підприємницької діяльності в ринкових умовах.

Як вважає К. Бояринова, планування в організації – це процес формування основи для прийняття ефективних управлінських рішень, що сприяють зниженню ризиків при прийнятті рішень, пов'язаних з прийняттям помилкових управлінських рішень, які призводять до зниження конкурентоспроможності підприємства, порушення координації дій між його підрозділами, зменшення можливостей для маневру на ринку вироблених товарів і послуг [20]. На думку Р.Брауна, планування в організації – це обґрунтування цілей розвитку, форм господарської діяльності, вибір найкращих способів їх здійснення, виконання робіт та надання послуг і встановлення таких показників їх виробництва, розподілу і споживання, які при повному використанні обмежених виробничих ресурсів можуть привести до досягнення прогнозованих результатів, що є важливою передумовою вільного виробництва та підприємництва, розподілу і споживання ресурсів і товарів [1]. Згідно з визначенням М. Кравченко, планування в організації – це процес, спрямований на забезпечення стабільності розвитку організації й підтримки потенціалу організації на такому рівні, щоб вона могла стабільно і економічно ефективно розвиватися за допомогою прогнозування майбутніх проблем і можливостей збільшення капіталу [20].

Таким чином, з викладеного вище можна зробити висновок, що єдиного підходу до визначення поняття «планування» не існує. Існують різні трактування даного поняття різними авторами. У результаті аналізу існуючих визначень було сформульовано визначення даного терміну. Отже, планування – це неперервний процес створення бажаного майбутнього та визначення ефективних шляхів його досягнення з метою забезпечення балансу між планованими показниками та створення умов для розвитку підприємства.

Між процесом планування та ефективністю організації існує тісний зв'язок. Планування дозволяє визначити цілі організації, встановити завдання, спрямовані на досягнення цих цілей, виявити перешкоди на шляху до їх виконання і розробити стратегії для їх подолання та досягнення визначених цілей. Область планування може охоплювати різні рівні, такі як діяльність конкретної особи, окремої організації, економіки міста, регіону, країни, об'єднання організацій або

країн, або навіть світову економіку в цілому. Залежно від об'єкта планування можна виділити різні предмети планування. Зведена інформація про об'єкти і предмети планування наведена в табл. 1.1 [4; 19].

Таблиця 1.1

Об'єкти і предмети планування на підприємстві

№	Об'єкт планування	Предмет планування	Приклад планування
1	Діяльність людини	Час	Планування дня
		Окремі види діяльності	Планування відпустки
2	Організація	Виробництво	Планування запуску виробництва нового виду продукції
		Продажі	Планування визначеного об'єму продажів визначеної продукції за новими цінами
		Поведінка на ринку	Планування виходу на новий ринок
		Фінансова діяльність	Планування прибутку та рентабельності
3	Економіка міста, регіону або країни	Господарство	Валовий продукт
		Соціальні явища	Планування демографічної ситуації
		Фінанси	Планування бюджету
		Окремі проекти	Планування реалізації проекту зі зниження рівня безробіття
4	Інтеграційні об'єднання організацій	Спільна діяльність	Реалізація спільного рекламного проекту
		Обмін інформацією та технологіями	Обмін досвідом у сфері виробництва
5	Об'єднання країн	Спільна діяльність	Реалізація міжнародного виробничого проекту
		Обмін потоками товарів і факторів виробництва	Планування міграції
6	Світова економіка	Діяльність міжнародних організацій	Проект ООН зі зниження запасів ядерної зброї
		Міжнародна політична ситуація	Планування введення військ на територію збройного конфлікту
		Світове господарство	Планування світового ВВП

Механізм планування діяльності підприємства наведено на рис. 1.8.



Рис. 1.8. Механізм планування діяльності підприємства

Отже, головною метою планування є збільшення стабільності, прогнозованості та ефективності проведення діяльності. До завдань планування відносяться:

- систематизація діяльності (визначення цільових напрямків діяльності, на яких необхідна максимальна концентрація зусиль);
- пошук найкоротшого шляху до досягнення поставленої мети (мінімізація матеріальних і тимчасових витрат на досягнення мети);
- виявлення перешкод (виявлення можливих проблем і бар'єрів на шляху до досягнення поставленої мети);
- усунення перешкод (своєчасне усунення (або мінімізація) проблем і бар'єрів);
- максимізація кількості та якості результатів (збільшення успішності,

продуктивності тощо).

Розробка та виконання плану повинні бути для господарюючого суб'єкту не самоціллю, а засобом забезпечення його ефективної роботи.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ Й ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ

2.1. Аналіз ринку грибів

Один із найперспективніших та високотехнологічних сегментів світового АПК – промислове вирощування грибів. Річний обсяг виробництва грибів близько 60 мільярдів доларів США при темпах зростання понад 9% на рік (рис. 2.1) [26].

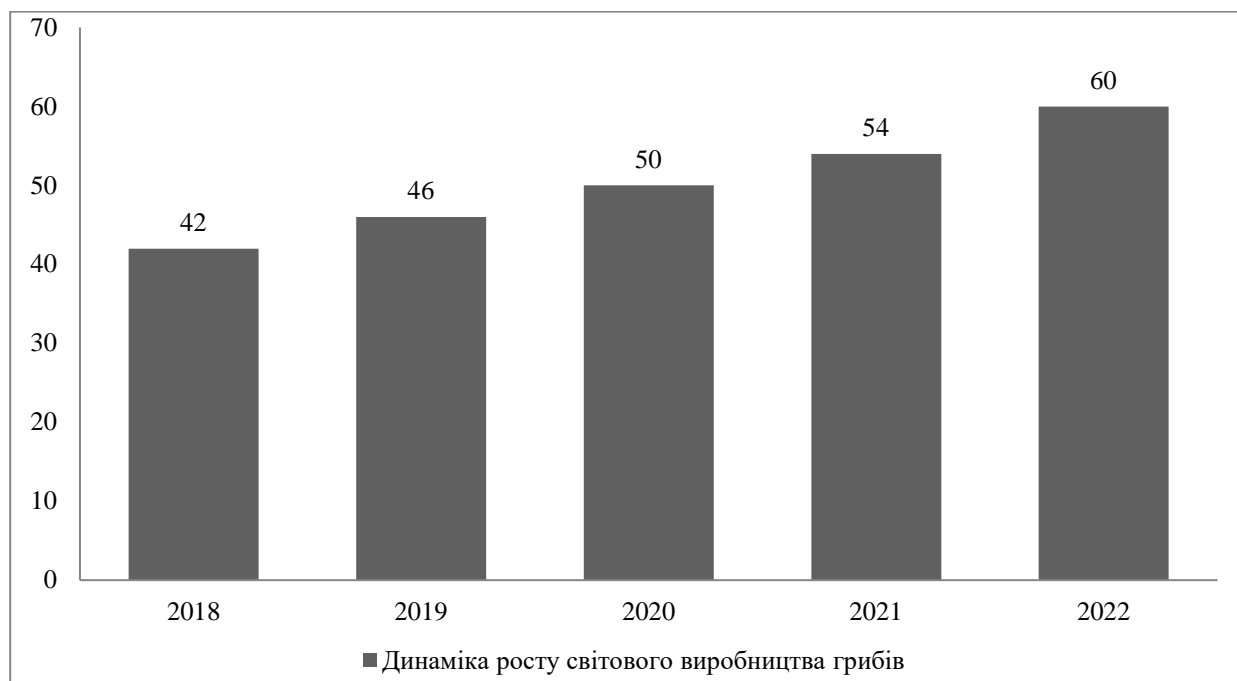


Рис. 2.1. Динаміка росту світового виробництва грибів, млрд. доларів США

Однією з головних причин зростання популярності та обсягів виробництва грибів є високі дієтичні властивості. Гриби багаті на білкові речовини, вітаміни і мікроелементи. При цьому клітини грибів містять значну кількість хітину, тому калорійність грибних страв невисока. Однією з рушійних сил є підвищений інтерес до лікарських грибів, оскільки вони багаті на мікроелементи і підтримують імунну систему. Наприклад, гриби, вирощені під впливом ультрафіолетового світла, є добрим джерелом вітаміну D, важливого компонента для здоров'я кісток та імунітету. Деякі гриби є відмінним джерелом цинку, який є життєво важливою поживною речовиною для імунної системи, а також

необхідним для забезпечення оптимального зростання немовлят та дітей. За даними ФАО, світове виробництво грибів у 2022 р. збільшилось порівняно з 2020 роком завдяки величезним перевагам грибів у всьому світі. Ці фактори підвищують попит на гриби у споживачів і, як правило, зростають у наступні роки. Прогнозується, що ринок нових грибів виросте до 2028 року до 66 млрд. доларів США (рис. 2.2) [26].

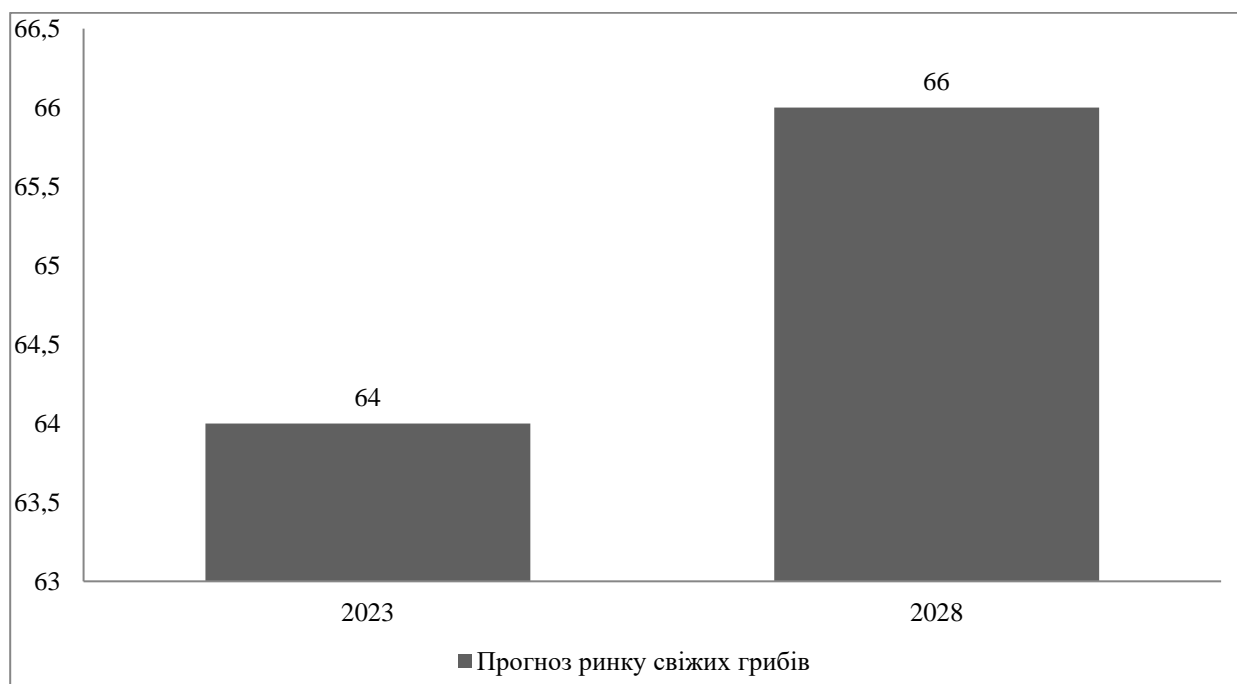


Рис. 2.2. Обсяг ринку свіжих грибів

Азіатсько-Тихоокеанський регіон є найбільшим ринком споживання свіжих грибів, а Китай є найбільшим виробником свіжих грибів у світі, на частку якого припадає майже 52% світового виробництва свіжих грибів. Інші великі ринки в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні включають Японію, Індію, Малайзію та Південну Корею. Через велику кількість виробників у Південній Кореї внутрішні ціни часто низькі, що змушує виробників із країни шукати можливості на міжнародному ринку.

Інші великі виробники свіжих грибів після Азіатсько-Тихоокеанського регіону включають Європу, Америку та Африку. У 2022 році найбільшими експортерами грибів стали Польща, яка експортувала свіжих грибів на суму 469 тис. доларів США, за нею йдуть Канада та Нідерланди. Найбільшими імпортерами

свіжих грибів стали США, які імпортували грибів на суму 348 тис. доларів США, за ними йдуть Великобританія та Німеччина. Німеччина, Італія, Франція, Сполучене Королівство, Нідерланди та Польща відкривають найбільші можливості для постачальників із країн, що розвиваються.

За даними Міністерства сільського господарства США, програма досліджень та розробок грибів діє як Рада з грибів для підтримки та розширення існуючих ринків та використання грибів. Програма керується під наглядом AMS Радою з грибів, що складається з представників грибної промисловості, призначених їх колегами та призначених міністром сільського господарства. Рада збирає оцінки свіжих ринкових грибів, вироблених або імпортованих у 50 штатів, Пуерто-Ріко та округ Колумбія. У середньому оцінюються виробники та імпортери, які виробляють чи імпортують понад 500000 фунтів грибів на рік.

У 2022 році уряд Канади оголосив про інвестиції в розмірі до 344100 доларів США для Канадської асоціації виробників грибів (Mushrooms Canada) для підтримки зростання ринку грибного сектора Канади. У рамках Програми агромаркетингу кошти використовуються для того, щоб допомогти Mushrooms Canada розширити знання споживачів та зацікавлених сторін про поживні властивості грибів. Фінансований проєкт спрямований на підтримку та розширення канадського попиту на гриби та споживання всередині країни та у Сполучених Штатах за допомогою галузевої рекламної діяльності [26].

Очікується, що зростаюча кількість веганів у поєднанні зі зростаючим використанням грибів як альтернативою м'ясу сприятиме розширенню ринку, а останні технологічні досягнення, такі як комп'ютеризоване управління, датчики прогнозування захворювань, автоматичні збиральні комбайни та автоматизовані системи контролю температури, також різко збільшать споживання грибів (рис. 2.3) [26].

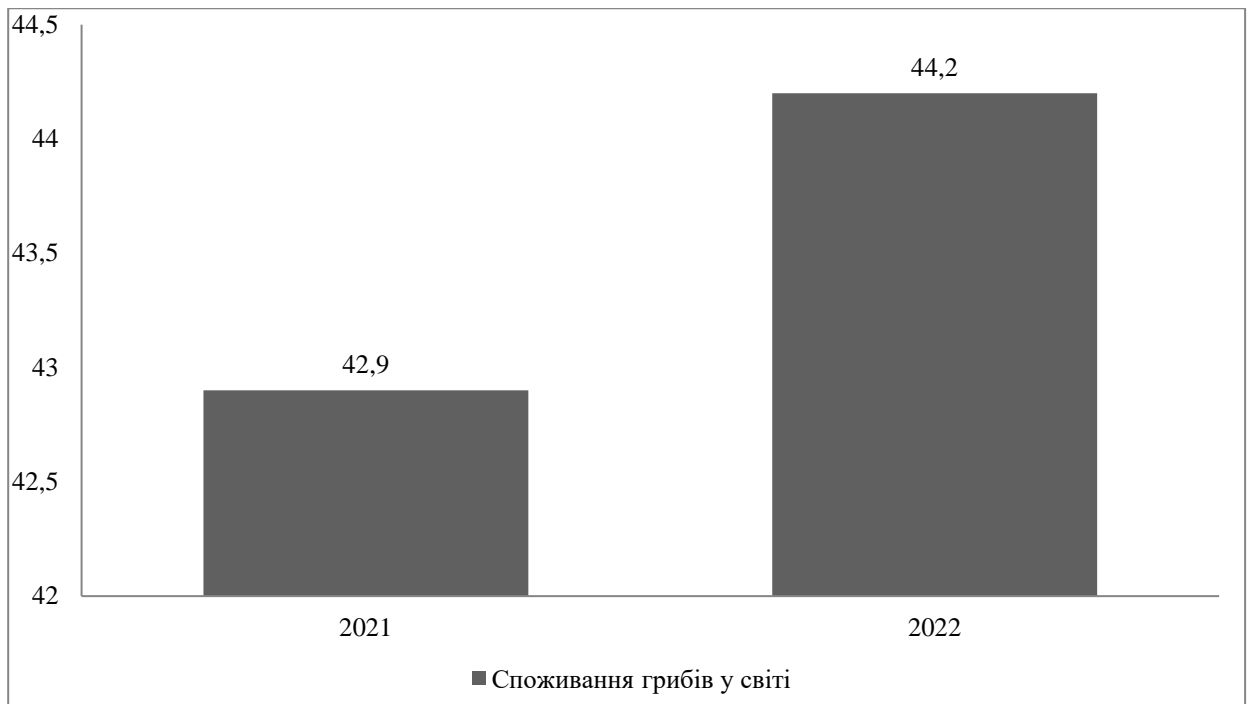


Рис. 2.3. Споживання грибів у світі, млн тон

Відсоткове споживання грибів за країнами у 2022 році наведено на рис. 2.4 [26].



Рис. 2.4. Споживання грибів за країнами у 2022 р., %

З погляду технології виробництва можна виділити три ключові напрями:

- мікоризні гриби: звичні білі, підосиновики, сиріжки та ін. Їхня особливість у тому, що грибниця розвивається в симбіозі з корінням дерев,

утворюючи мікоризу. Ця природна технологія поки що не відтворюється. Промислове виробництво мікоризних грибів відсутнє;

- целюлозоруйнівні гриби: різні гливи, опеньки, шиїтаки та ін. Їх особливість у тому, що для вирощування використовується живильне середовище з високим вмістом целюлози. Гриби ефективно розкладають її та переробляють. Технологія вирощування таких грибів відносно проста і доступна для фермерів;

- печериці, для вирощування яких використовується компост на основі соломи та курячого посліду. Виробництво печериць – найбільш складне, інвестиційноємне, великотоварне. Обов'язковим є виконання жорстких вимог щодо мікробіологічної чистоти приміщень та сировини (компоста). Якщо вимоги порушені, урожай різко знижується – замість печериць починають рости нетоварні гриби та пліснява.

Такі відмінності у технологіях створюють дві ніші, що практично не перетинаються: фермери і невеликі виробники спеціалізуються на проєктах з вирощування целюлозоруйнівних грибів, а великі компанії організують товарне виробництво печериць. Проте, на думку галузевих експертів, виробництво печериць малими підприємствами є дуже перспективним.

На розвинених ринках виробництво грибного субстрату і безпосередньо вирощування грибів розділені. Наприклад, великий чи середній агровиробник може постачати стерильні солом'яні брикети для вирощування гливи фермерам і купувати у них готову продукцію, формуючи великі партії грибів, що відповідають вимогам мережевої роздрібної торгівлі. Таким чином, навколо постачальника сировини формується цілий грибний кластер, зростає ефективність фермерського виробництва, рівень та якість життя на селі.

Подібний механізм розвитку галузі вже показав свою ефективність у Китаї. При цьому, як було зазначено вище, Південно-Східна Азія є найбільшим світовим споживачем грибів – понад 40%. На другому місці за обсягами споживання – країни Європи (35% за оцінками експертів) [26].

В Україні попит на категорію «Гриби» за підсумками 2022 року зріс на 20%, а попит на насіння (міцелій) у тому ж році – у 5 разів. Збільшення обсягу

споживання грибів пояснюється прагненням вести здоровий та екологічний спосіб життя.

За даними Національного грибного агентства UMDIS, виробництво печериць теж зростає: у 2022 році в Україні було вирощено 51,3 тис. тон печериці (рис. 2.5) [30]. Фахівці вважають, що гриби можуть стати основним продуктом у споживчому кошику, відкриваючи великі можливості для бізнесу.

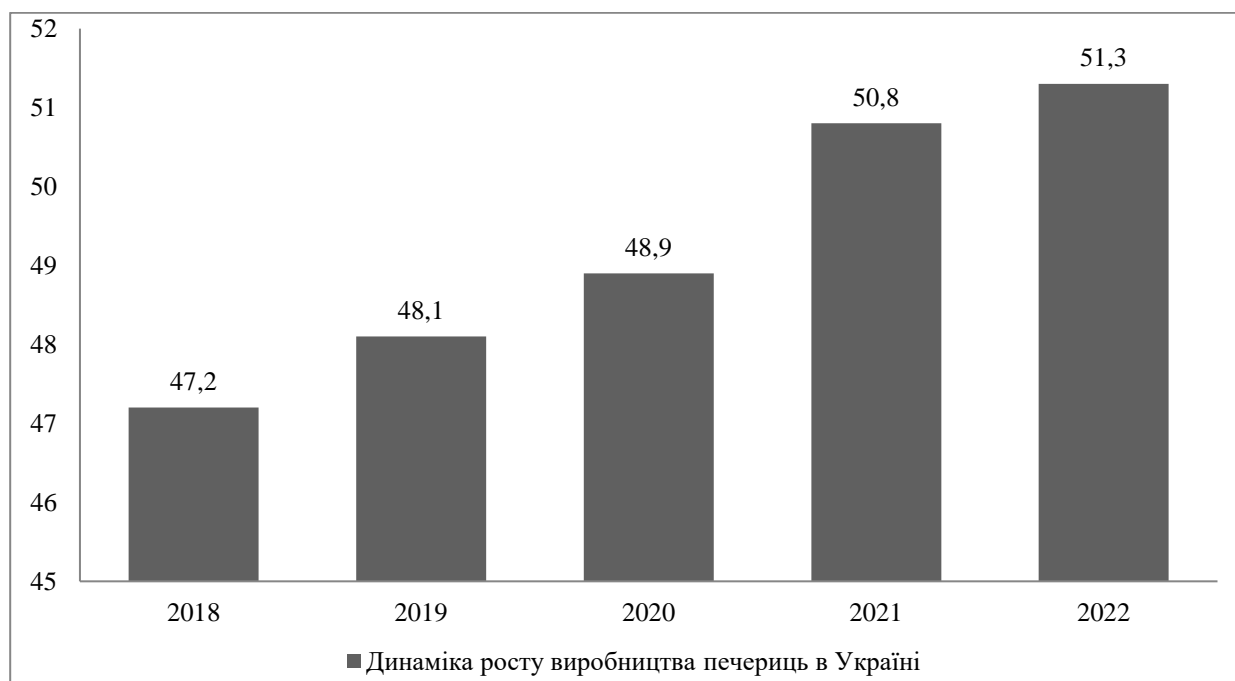


Рис. 2.5. Динаміка росту виробництва печериць в Україні, тис. тон

У 2018 році агентство УМДІС оцінило, що на український ринок надійшло 203 тисячі тон компосту для вирощування печериць. За даними на 2022 рік, на український ринок надійшло 236000 тон компосту, що свідчить про значне зростання на 16% протягом 4 років. Однак, крім збільшення обсягів використаного компосту, ще два фактори сприяли збільшенню загальної кількості печериць, яку вирощують ферми в Україні [30].

По-перше, вирішально збільшилася частка компосту Фази III у структурі виробництва. Якщо у 2018 році в Україні використовувалось лише 7% компосту Фази III від загального обсягу, то до 2022 року цей показник зріс до 37%. Незважаючи на те, що урожаї, отримані на Фазі III в Україні наразі ще не є рекордними, кількість грибів, отриманих на Фазі III компосту, відчутно

перевищує врожаї, які збирали на Фазі II компосту. Також варто відзначити, що на Фазі III значно рідше спостерігаються масові випадки зараження хворобами, що також помітно впливає на загальну урожайність.

По-друге, зростання виробництва грибів сприяло загальному підвищенню якості компостів і вдосконаленню навичок виробників грибів. Це, у свою чергу, призвело до збільшення середньої врожайності. В результаті можна стверджувати з достатньою впевненістю, що обсяг печериць, які надходять на ринок, збільшився приблизно на 20%. Цей обсяг майже повністю знайшов своє споживання на внутрішньому ринку [30].

У порівнянні з 2018 роком, у 2022 році середня ціна продажу печериць підвищилася на 12%, при тому що доходи населення за той же період зросли майже на 50%, а рівень інфляції протягом 4 років склав близько 40%. З урахуванням інфляції можна стверджувати, що протягом 4 років ціна печериць зменшилася на приблизно 20%.

Проте ціни на печериці є дуже нестабільними. З початку 2020 року різниця між мінімальною та максимальною ціною майже втричі збільшилася. Якщо взяти будь-який тримісячний період, можна помітити коливання цін на рівні півтора-два рази. Однією з ключових причин коливань цін є ситуація на ринку, де продається вже вирощений гриб. Ціна та обсяг визначаються «на сьогодні» або «на завтра» конкретним продавцем і покупцем. Таким чином, якщо пропозиція грибів виявилася надмірною, ціни можуть стрімко падати, а при нестачі грибів можуть швидко зростати. На такому ринку важко утримувати стабільний та передбачуваний бізнес.

Протягом останніх кількох років витрати на виробництво печериць значно зросли. Витрати на персонал збільшилися на 20-50%, вартість електроенергії – на 20-30%, вартість газу та інших енергоносіїв – на 20-50%, а загальна вартість компосту – на 30%. У 2022 році зростання цін на сировину та енергоносії продовжилося. Особливо різким було зростання цін на газ, яке подвоїлося. Для господарств, що використовують газ для обігріву, це призвело до збільшення собівартості приблизно на 2 грн/кг [30].

Зниження рентабельності та в окремих випадках робота «в мінус» призвело до того, що низка ферм, головним чином невеликих, вирішили вийти з ринку. Згідно з базою даних УМДІС, близько 30 ферм і підприємств, які займалися вирощуванням печериць у 2018 році, припинили цю діяльність у 2019-2021 роках. Деякі ферми були продані та продовжують працювати під новим брендом.

У 2022 році УМДІС оцінює загальну кількість ферм, які систематично виробляють гриби, на 290. Протягом останніх 3 років не було відкриття нових великих виробництв, проте декілька великих ферм розширили свої потужності, частково переходячи на використання компосту Фази III, а інші розширюючи площі для вирощування грибів, використовуючи обидва підходи одночасно.

П'ять найбільших українських ферм виробляють приблизно 23% загального обсягу виробництва грибів у країні, а перша десятка – близько 35% [10].

Змушені визначити, що в експорті грибів відбулося велике зниження (рис. 2.6). У 2018 році українські фермери експортували 528 тон печериць (приблизно 1% від загального обсягу виробництва), але кількість експортованих грибів з України в 2022 році склала лише 205 тон, з яких 143 тони направились до Молдови, а 61 тона – до країн Європи [30].

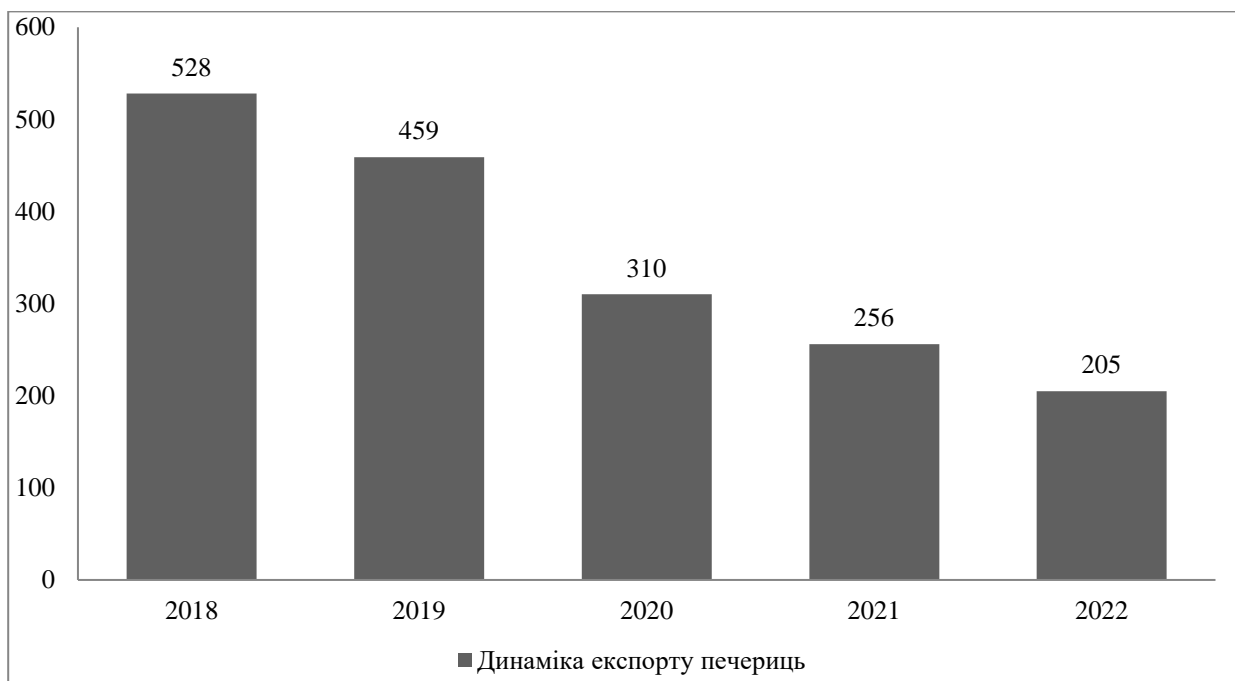


Рис. 2.6. Динаміка експорту печериць, тон

Найбільшим ринком для України залишається Європейський Союз, проте українські фермери наразі не змогли повністю використати цей потенціал. Проблеми, які виникають на шляху до ефективного постачання, включають сертифікацію, проблеми з тарою, невеликі та нестабільні обсяги пропозиції та недостатній маркетинг на ринках ЄС. Експорт печериць з України до країн ЄС за останні роки залишається дуже низьким.

Отже, виробництво грибів – перспективна ніша, що активно розвивається у світі. Ідейні стартапери створюють автоматизовані міні-ферми, ферми-роботи, вертикальні заводи, виробляють грибне м'ясо та котлети – це лише частина інноваційних проєктів, які успішно реалізуються в нашій країні та закордоном.

У 2018 році в Україні було відкрито автоматизовану грибну сіті-ферму «Oysterwill». Грибна сіті-ферма відрізняється від класичної тим, що всі процеси вирощування та виробництва, крім збирання врожаю, проводяться без участі людини. Управління сіті-фермою віддалене і доступне в онлайн-режимі: спостереження за кліматом, відстеження процесів зростання, управління машини та виробництв, багато інших функцій. Зараз компанія виробляє опеньки, кринги, шимджі, гливи, печериці та ін. Щомісяця стартап приносить засновникам більше 600 тис. грн чистого прибутку до вирахування податків.

Бруклінський стартап Smallhold розробив власний концепт міні-ферми з вирощування грибів ще в 2017 році. Випускники Вермонтського університету Ендрю Картер та Адам ДеМартіно створили міні-ферму у звичайному вантажному контейнері.

Успішний стартап перетворився на повноцінні системи для вирощування грибів за запатентованою технологією з використанням світлодіодів. За допомогою подібних міні-ферм гриби можна вирощувати безпосередньо у ресторанах та продуктових магазинах.

Технологія полягає у вирощуванні грибниці у спеціальних скляних боксах, де підтримуються оптимальні кліматичні умови. Системи клімат-контролю допомагають регулювати атмосферу в закслених камерах, а розумні датчики та камери постійно відстежують температуру, рівень вологості та CO₂. Залишковий

субстрат компанія не викидає – його віддають місцевим компаніям, які виробляють компост.

Автори проекту вважають свою технологію проривною у сфері популяризації міського сільського господарства. На даний момент компанія спеціалізується на виробництві багатоярусних скляних ферм, які зовні схожі на акваріуми. У середині кожного інкубатора встановлені спеціальні камери, які відстежують стан грибів та надсилають інформацію власнику. Розумна мережа датчиків дозволяє з точністю розрахувати скільки кілограмів грибів вийде на виході і розподілити їх по торгових точках так, щоб не залишалося відходів.

У такій фермі можна виростити гриби всього за кілька днів і збирати до 30 кг готової продукції на тиждень. Поки що автори проекту не змогли автоматизувати процес збирання грибів, тому співробітники самостійно зрізають урожай і закладають новий міцелій.

У даний час органічні гриби Smallhold мають великий попит. Їх можна придбати у 250 магазинах у десяти штатах, а також у сервісах доставки продуктів на кшталт Amazon Fresh та Misfits Market. Сьогодні Smallhold знову постачає свою продукцію до найпопулярніших закладів Америки, від ресторанів Eleven Madison Park, Maison Yaki та Olmsted у Нью-Йорку до суши-бару Uchi в Остіні. Подібні проекти, на думку експертів, наближають більш екологічне майбутнє продовольчого ринку.

У 2019 році компанія Christiaens Group представила на виставці в Нідерландах агротех-розробку – грибну ферму нового покоління. Це автоматизована ферма повного циклу з вирощування печериць на основі цифрових систем та технологій для максимального спрощення процесу культивування.

Готова ферма складається з кількох блоків:

- Перший блок – приміщення, де гриби вирощують. У ньому підтримують оптимальні показники вологості, температури та освітлення.

- Другий блок – сюди гриби надходять для збору в упаковки на продаж та транспортування.

Також є варіант автоматизованої платформи з висувними полицями для вирощування грибів. У даному випадку йдеться вже про три блоки: перший призначений для вирощування, а другий і третій для повноцінного збирання грибів. Система проекту працює за двотижневим графіком, а завдяки повній автоматизації можна отримувати вдвічі більше продукції за мінімальних трудовитрат.

У 2021 році Стартап Mella з Кентуккі розробив технологію для вирощування грибів за допомогою «розумної камери», яку можна поставити навіть вдома. У камері можна вирощувати свіжі гливи, шийтаке, опеньки. Для цього достатньо регулярно міняти «плодові блоки» в камері. Камера складається з основної частини нержавіючої сталі, яка з'єднана зі знімним або багаторазовим резервуаром для води.

Апарат складається з прозорих дверей з оргскла та бічних панелей, датчика вологості, світлодіодних ламп з регульованою яскравістю та вентилятором для повітрообміну. В одну камеру вміщується до чотирьох «плодових блоків». Такі блоки зазвичай попередньо засіваються спорами грибів. Після того, як резервуар заповнений і прикріплений, потрібно запустити систему, яка автоматично підтримуватиме вологість та освітлення на оптимальному рівні для росту грибів.

Щотижня потрібно поповнювати резервуар з водою та збирати гриби у міру їх зростання. Після кількох «урожаїв» потрібно очистити систему повітрообміну від спор – почистити вентилятор та його фільтр. Після цього плодовий блок потрібно викинути – його ресурс корисних речовин вичерпається і врожаю можна не чекати.

На даний момент Mella доставляє готові установки, пропонує послугу підписки на блоки, в рамках якої вони отримуватимуть три блоки з різних видів грибів на місяць протягом півроку.

Цікавою інновацією у світі агротеху є компанія Hedgehog, яку створили Джеймі Балсілі та Вілсон Руотоло. В основі проекту лежить використання робототехніки, яка спрощує та оптимізує збирання та процес вирощування грибів.

Роботизовані ферми дозволяють вирощувати гриби з мінімальними

витратами води та енергії, мають здатність переробляти харчові відходи. Hedgehog створили криті ферми з контрольованим середовищем, оснащені високотехнологічними датчиками та роботами-фермерами з роботизованими руками. Автоматизація грибного виробництва знижує витрати на робочу силу та збільшує врожайність, загальна вартість фунта їх грибів знизилася на 70%.

Стартап використовує штучний інтелект та машинне навчання для створення оптимальних умов для вирощування грибів та діяльності роботів. У середині ферм можна повністю налаштувати важливі показники вирощування, такі як температура, рівень кисню та вуглекислого газу, вологість.

Щоб виростити гриби, Hedgehog використовує субстрат (грибний корм) з харчових відходів, соломи та тирси, яка поміщається в ізольовану камеру, зволожується та нагрівається. Тепло вбиває шкідливі мікроби, зберігаючи при цьому корисні, а потім субстрат змішується з грибною ікрою (насінням) та розкладається по контейнерах.

Субстрат проходить кілька стадій інкубації у міру того, як гриби ростуть у контейнерах. Роботи-фермери збирають готові гриби та упаковують їх для транспортування. Там, де на традиційних фермах людські руки переміщують гриби на кожному етапі процесу, Hedgehog використовує комп'ютерний зір, щоб допомогти роботизованим фермерам визначити, коли гриби готові до збирання і як їх слід збирати.

Засновники компанії впевнені, що гриби можуть стати одним із головних продуктів у раціоні людини та замінити м'ясо, нормалізувати харчові звички та урізноманітнити здоровий раціон. У майбутньому співзасновники сподіваються використовувати свої роботизовані ферми для стійкішого вирощування цілої низки сільськогосподарських культур на додаток до грибів. Компанія Hedgehog планує масштабуватись і сподівається створити роботизовані ферми по всій країні.

Компанія Meati, заснована в 2017 році в Колорадо, виробляє цільнорізане м'ясо, яке на 95% складається з коренів грибів. М'ясо містить до 17 г білка, 12 г харчових волокон і здорову дозу цинку і вітаміну B12. У ньому немає холестерину

і багато корисної клітковини, оскільки компанія використовує грибний міцелій та структурні волокна грибів для більш корисних білків, ніж у традиційних продуктах тваринного походження.

В даний час Meati розвиває мега-ранчо площею майже 80000 квадратних футів. Згідно з розрахунками, тут компанія зможе виробляти 45 млн. фунтів міцелію на рік. Раніше засновники заявили, що зможуть виробляти «м'ясо», еквівалентне 4500 коровам, кожні 24 години, використовуючи менше 1% води і землі від витрат традиційної м'ясопереробки.

У планах стартапу запуснути продаж продукції в роздрібних магазинах та замінити грибами дорогу яловичину та інші види м'яса. Зазначимо, що грибні стейки від Meati по-справжньому дієтичний продукт. На відміну від яловичої вирізки тут всього 0.5 г жиру і немає холестерину, зате 14 г білка, а калорійність грибного стейка всього 120 ккал. Зараз компанія займається розробкою та випуском нових продуктів, наприклад, маринованих грибних стейків та псевдо-курячих котлет.

Наприкінці 2023 року компанія очікує на впровадження омніканалу по всій країні, а до 2025 року планує заробити близько 1 млрд доларів.

Американська компанія Shroomeats розпочала свій шлях у 2019 році, а сьогодні продає лінійку веганського м'яса з перероблених грибів шиїтаке. Лінійка Shroomeats включає грибні котлети, фрикадельки і Shred-it (продукт у нарізці).

Засновник стартапу стверджує, що його продукти багаті на поживні речовини, містять вітаміни групи В, ніацин, селен, 17 амінокислот і рослинний білок. Крім грибів, до складу входять гороховий білок, олія, сіль, перець, картопляне борошно. Продукція Shroomeats не містить ГМО та глютену, холестерину, штучних ароматизаторів.

Засновниця компанії Дисайей Теєракаосал прагне запуснути нову тенденцію у виробництві екологічно чистих м'ясних альтернатив на основі грибів. Творці альтернативного м'яса сподіваються змінити спосіб харчування людей і вплинути на навколишнє середовище, замінивши м'ясні страви продуктами на основі грибів.

Сьогодні продукти Shroomeats можна знайти в деяких національних та регіональних продуктових магазинах США, включаючи Sprouts та Pete's Market, а також купити онлайн на маркетплейсах Amazon, GTFO It's Vegan та веб-сайт Shroomeats.

Таким чином, аналітики компанії Blue Book Services назвали гриби одним із п'яти «головних харчових трендів 2022 року» [29] і, можливо, найпопулярнішим із «модних» продуктів, а на світовому ринку з'явилися альтернативи звичним стравам та напоям із грибів.

2.2. Обґрунтування бізнес-ідеї й організаційно-правові форми підприємства

Промислове вирощування грибів – розвинений в Україні бізнес. Печериці забезпечують виробникам дохід від \$5 тис. на місяць. Компанії, які освоїли цей бізнес, отримують від \$10 тис. за сезон [30].

Завдяки кліматичним умовам та географічній близькості до країн, де споживання грибів перевищує 3–4 кг на особу на рік (наприклад, Польща, Німеччина, Австрія), українські виробники щорічно збільшують обсяги експорту приблизно на 5%. У вітчизняних заготівельників є шанс стати провідними європейськими постачальниками цього виду продукції.

Однак, для ефективного ведення своєї справи, важливо оцінити всі переваги та недоліки бізнес-ідеї.

Плюси бізнесу з виробництва печериць [21]:

- не потрібні особливі навички та дороге обладнання – розпочати бізнес можна з невеликої площі, організувавши теплицю, а збирати врожай ручним методом;
- доступні матеріали для початку бізнесу (сировину та матеріали) можна закупити як у спеціалізованих магазинах, так і замовити онлайн;
- високий попит на продукцію – попит на печериці в Україні постійно зростає;

- відсутність сезонності, адже гриби вирощуються в теплицях;
- заробіток вже з третього місяця після посадки печериць;
- підходить для початківців;
- врожай можна збирати 5 разів протягом року;
- можливість використання підвальних і підсобних приміщень.

Мінуси бізнесу з виробництва печериць [6]:

- схильність печериць до ураження хворобами;
- можливий тривалий пошук оптових покупців;
- низька рентабельність малого виробництва;
- висока конкуренція.

Отже, виробництво печериць є вигідним бізнесом, бізнес-план допоможе зрозуміти, скільки коштів необхідно для відкриття, якими будуть постійні витрати та який прибуток можна отримати тощо.

Кожна фірма, починаючи свою діяльність, повинна ясно представляти потребу на перспективу у фінансових, матеріальних, трудових та інтелектуальних ресурсах, джерела їх отримання, і вміти чітко розраховувати ефективність використання ресурсів у процесі роботи фірми. В умовах ринкової трансформації економіки України розвиток малого бізнесу має стати одним із найважливіших чинників соціально-економічного зростання [8].

На мою думку, найважливішими перевагами малого бізнесу для будь-якої країни є надання численних робочих місць та значний внесок даних структур у ВВП країни. Тобто, малий бізнес створює 50-60% валового внутрішнього продукту та забезпечує 50-70% зайнятості населення у країнах з ринковою економікою, становить основу дрібного виробництва, дає життя великому бізнесу, сприяє розвитку конкуренції, найбільше забезпечує ринок товарами і послугами повсякденного користування, мобілізує фінансові та виробничі ресурси, забезпечує значний рівень надходжень до бюджету та може стати вирішальним фактором у подоланні ряду соціально-економічних проблем суспільства.

На сьогоднішній день, в умовах фінансово-економічної кризи, наша держава саме з малими підприємствами пов'язує надію на швидкі позитивні

структурні зміни в економіці та вихід з економічної кризи. Тому пропоную нове підприємство відносити до малого бізнесу.

Приймаючи рішення про вибір організаційно-правової форми, підприємець визначає необхідний рівень та обсяг можливих прав та зобов'язань, залежно від профілю та утримання майбутньої підприємницької діяльності, можливого кола партнерів, існуючого законодавства. Одна річ, коли підприємець планує здійснювати ряд разових ділових проєктів, але зовсім інша – коли підприємницька ідея зводиться до довгострокового повторення одного й того ж виробничого циклу. В одних випадках підприємницька ідея може здійснюватися більш-менш ізольовано від обов'язкових партнерських зв'язків, без тісної кооперації з партнерами у процесі виробництва (наприклад, організація консультаційної фірми), в інших – така кооперація необхідна (наприклад, при виробництві печериць).

При цьому вибір найбільш доцільної (з погляду підприємця) форми організації діяльності слід співвідносити з можливостями, які надає чинне законодавство, особливо при рішенні про інвестування. При осмисленні цих проблем підприємець приймає рішення про правовий статус заснованого підприємства.

Правова форма підприємства, його права та обов'язки закріплюються у статуті. Статут приймається (схвалюється, затверджується) виключно засновником. Якщо в якості такого виступає група осіб, то статут розглядається і приймається всіма засновниками на загальних зборах чи конференції. Це знаходить своє відображення в установчому договорі, який підписують усі його учасники. Вони ж підписують і статут. Ці документи (плюс протокол зборів чи конференції засновників) необхідні для державної реєстрації заснованого підприємства [8].

Статут є важливим юридичним документом і до його складання слід ставитись дуже уважно. При розробці статуту слід виходити із вимог законодавчих актів, що діють на території України, якими визначаються права власності, а також права та обов'язки підприємств у процесі провадження

господарської діяльності. У статуті малого приватного підприємства мають бути відображені такі положення:

- найменування підприємства із зазначенням його організаційно-правової форми, прізвище власника майна та назву підприємства. У найменуванні підприємства можуть не фігурувати вказівки на вид господарської діяльності;

- дані про засновника (засновників); якщо у створенні підприємства взяли участь кілька членів сім'ї – їх ПІБ, місця проживання;

- адреса підприємства;

- предмет та види діяльності;

- порядок утворення майна, зокрема право власності на майно підприємства;

- порядок розподілу прибутку та покриття збитків;

- управління підприємством та компетенція органів управління;

- умови ліквідації та реорганізації підприємства.

У статуті необхідно також обумовити відповідальність засновника (засновників) щодо зобов'язань підприємства. На титульному листі статуту у верхньому кутку проставляються дата його затвердження та підпис засновника. Якщо статут затверджено рішенням зборів засновників, зазначаються його дата та номер протоколу.

Майновою основою діяльності товариства є статутний капітал. Вклад до статутного капіталу організації визнається фінансовим вкладенням на підставі відповідного запису в установчих документах створюваної організації. Порядок та строки внесення вкладів до статутних капіталів визначаються такими документами: для товариств – установчим договором, для ТОВ – статутом та установчим договором, для АТ – договором про заснування.

Відповідно до Цивільного кодексу (ЦК) України юридичною особою визнається організація, яка має у власності, господарському віданні або оперативному управлінні відокремлене майно та відповідає за своїми зобов'язаннями цим майном; може від свого імені набувати та здійснювати майнові та особисті майнові права, нести обов'язки, бути позивачем та відповідачем у суді [28].

Відмінність між юридичною та неюридичною особою полягає у наступному:

1. Юридична особа діє виходячи з статуту; її права та обов'язки визначено законом. Неюридична особа діє виходячи з положення, затвердженого вищестоящим органом;

2. Юридична особа цілком і повністю відповідає за своїми зобов'язаннями належним йому майном. Неюридична особа також відповідає за своїми зобов'язаннями, однак, якщо цієї відповідальності недостатньо, то за її зобов'язаннями відповідає орган, який затвердив статут;

3. У формі неюридичної особи можуть виступати філії та представництва.

Створення нового підприємства передбачає низку обов'язкових етапів. Процедура реєстрації бізнесу, тобто юридичної особи, в Україні спрощується і стає більш комфортною з кожним роком. ЄДР – це спеціальний «Єдиний державний реєстр» і нове підприємство потрібно зареєструвати саме там. Робиться це через адміністративні органи у тому районі, де буде знаходитися майбутнє підприємство. Всі документи для реєстрації перевіряють, потім внесуть дані в реєстр, і у фіналі власник підприємства отримає відповідну виписку.

Також можна реєструвати підприємство малого бізнесу електронним шляхом. «Державний реєстратор» приймає такі документи, перевіряє їх, а у відповідь направляє документ також в електронному вигляді, що підтверджує отримання документів. Щоб оформити реєстрацію електронним шляхом, потрібно мати ЕЦП (електронний цифровий підпис).

Через державний реєстратор передаються відомості про новий бізнес в Пенсійний фонд, Податкову службу, Службу статистики, Фонд соцстрахування тощо. Окремо треба сказати про податкову – туди подається і заява про вибір конкретної системи сплати податків новою юридичною особою. Отже, підприємцю немає необхідності звертатися в усі ці служби окремо і самостійно.

Щоб працювати на законних підставах, новому підприємству потрібно відкрити банківський рахунок. Вибрати можна будь-який комерційний банк. Щоб відкрити «поточний рахунок», потрібно заповнити заяву, а також надати копію

основного (установчого) документа підприємства, копію виписки з ЄДР. Ще важливий документ для банку – це зразок печатки, а також підписів відповідальних осіб. Ці копії потрібно завірити нотаріально.

Цей рахунок використовується для зарахування коштів учасників юридичної особи, а також для розрахунків (як зарахувань, так і виплат). Відомості про рух грошових коштів по рахунку отримує податкова служба.

Таким чином, з огляду на викладену інформацію було прийнято рішення, що найбільш оптимальною організаційною формою для досліджуваного підприємства є мале приватне підприємство.

РОЗДІЛ 3

БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ НОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Резюме

Метою даного проєкту є вирощування грибів (печериць) для їх реалізації у свіжому вигляді у місті Миколаїв з подальшим збільшенням виробничих потужностей та розширенням асортименту інших видів грибів. Печериці користуються постійним попитом серед населення, прості у догляді, швидко проростають.

Печериці добре ростуть і плодоносять на поживних субстратах, що мають слаболужну та нейтральну реакцію середовища. Дослідженнями та практикою грибівництва встановлено, що рН поживного субстрату в момент посіву (посадки) міцелію має бути 7,3-7,5. У процесі зростання міцелій печериці виділяють у субстрат щавлеву кислоту як продукт метаболізму, яка нейтралізується присутніми в субстраті іонами кальцію, тому застосування гіпсу під час ферментації підвищує значення рН та покращує буферність середовища. Зміна кислотності пов'язана з обміном та подальшим поглинанням кальцій з утворенням нейтральних солей сірчаноокислого калію та натрію, які виявляють меншу лужність, ніж карбонати.

Реалізація цього проєкту дозволить новому підприємству «Ukrainian mushrooms» зайняти міцні позиції на ринку сільгосппродукції м. Миколаїв. Проєкт покликаний зменшити дефіцит високоякісної грибної продукції з високою харчовою віддачею та яскраво вираженими цілющими властивостями, тому що зараз незначна частина потреби у даній продукції покривається вітчизняними виробниками та споживачам доводиться купувати імпорتنу продукцію за вищими цінами і не завжди відповідної якості.

Процес включає 4 основні етапи:

1. Купівля міцелію;
2. Підготовка субстрату (пакет з живильним середовищем та міцелієм);

3. Вирощування грибів;

4. Реалізація.

Вартість проекту складе 95000 гривень, які будуть взяті із сімейних заощаджень. Основні кошти будуть витрачені на створення та облаштування теплиці на дачі, а також на придбання міцелію, добрив та інших витратних матеріалів. Термін окупності проекту на початку виробництва становитиме 9 місяців.

Основні фінансові складові проекту наведені у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Основні фінансові складові проекту

Основні фінансові складові проекту	Показники
Виручка*, тис. грн.	766,80
Рентабельність продажів, %	23,59
Індекс прибутковості, PI	11,74
Термін окупності, міс.	5

*дані на 12 місяць з моменту старту продажу роботи

Термін підготовчої частини проекту складе 1 місяць. Перший урожай планується одержати через 40-50 днів після посадки.

За міжнародною кваліфікацією екологічної чистоти, продукт та субстрати відповідають вимогам екологічних нормативів. Екологічно чисті умови вирощування грибів полягають у наступному:

- Екологічно чисті субстрактні блоки;
- Використання води з джерела, розташованого поруч з дачею, а не водопровідною;
- Використання екологічно чистих пакувальних матеріалів.

У м. Миколаїв всього декілька виробників печериць, тому повністю попит не задовольняється, що дає можливість новому підприємству зайняти свою нішу на ринку. Аналіз конкурентів представлено у табл. 3.2.

Аналіз конкурентів

Потреби споживачів	Вітчизняний аналог	Імпортний аналог	Наша пропозиція
Вживання в їжу без небезпеки для здоров'я	невизначеність	невизначеність	екологічно чистий продукт
Економія часу при приготуванні їжі	витрата часу на очищення та ін.	напівфабрикат	напівфабрикат
Отримання максимуму інформації про продукт	відсутня	відсутня	інформація на упаковці
Супутні послуги	відсутні	відсутні	на упаковці вказано кілька рецептів грибних страв

Таким чином, організація виробництва печериць є одним з найбільш інвестиційно привабливих проєктів на вітчизняному ринку сільськогосподарської продукції. Проведений фінансово-економічний аналіз проєкту дозволяє зробити висновок про те, що поданий проєкт може бути реалізований з високою ефективністю, є стійким до можливих змін економічної ситуації, виробничого та фінансового ризиків.

3.2. Опис продукту

Для країн із розвинутою економікою, печериці – звичний продукт харчування, їхнє річне споживання там становить від трьох до шести кілограмів на людину на рік, причому попит на гриби, що культивуються, постійно зростає.

Справа в тому, що печериця корисна для організму. Вченими у 1985 - 1988 рр. у плодових тілах печериці двоспорової були виявлені речовини, що руйнують холестеринові бляшки і мають протипухлинну активність. Вміст води в печерицях становить 87 - 90%, що можна порівняти з кількістю води в овочах (капуста – 92%, огірки – 95%), але це не применшує харчову цінність грибів. В сухих грибах

міститься 20 - 25% білка. Хімічний склад культивованих печериць наведено у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Хімічний склад культивованих печериць

Основні компоненти	Зміст у печериці, г/100 г
Білки	21-40
Вуглеводи	24,0-62,0
Жири	1,0-6,8
Клітковина	6,0-7,7
Енергетична цінність (Ккал)	175,0-337,0
Зола	7,0-10

Отже, жирів у печериці міститься небагато. Холестерин у складі ліпідів відсутній. Вуглеводи становлять близько 30% від сухої маси, п'ята частина їх припадає на глюкозу, фруктозу та сахарозу. У невеликій кількості міститься хітин.

Дослідження показали, що хітин та його похідні можуть використовуватись у медицині, сільському господарстві, косметиці, продовольстві та багатьох галузях промисловості. Специфічний інтерес викликає застосування хітину в медицині. Лабораторні та клінічні дослідження показали, що хітин та його похідні не отруйні, не алергени та не мутагени і можуть використовуватися у фармацевтичній промисловості як транспортери лікарських речовин тривалої дії, що дозволяють суттєво зменшити кількість засобів, необхідних для терапевтичного ефекту, оптимізувати їх смак, покращити розчинність малорозчинних ліків тощо.

У хірургії хітин використовують для виробництва штучної шкіри, штучних судин, які не знищують клітин крові. У стоматології – щоб прискорити загоєння ран після видалення зубів; а також як елементи матеріалів, що заповнюють, зубних паст. В онкології – для запобігання росту та усунення метастаз різних пухлин. В офтальмології – щоб зробити в'язке середовище для хірургічного втручання: проводити протигрибкову обробку м'яких контактних лінз; як

складові деяких очних лікарських засобів. В урології – щоб боротися з хронічною нирковою недостатністю.

З макроелементів – у печерицях багато калію, фосфору, заліза. Містять вони і мікроелементи – цинк, барій, бор, ванадій, магній, молібден, марганець, нікель, кальцій, кремній, кобальт, кадмій, рубідій, олово, йод тощо. Мінеральні елементи, що містяться у грибах, надходячи в організм людини, виконують у ньому різні функції. Калій – є найважливішим внутрішньоклітинним елементом, що регулює кислотно-лужну рівновагу крові, водний обмін, що активізує роботу ряду ферментів, які беруть участь у передачі нервових імпульсів.

Кальцій – становить основу кісткової тканини, відіграє важливу роль у внутрішньоклітинних процесах, зменшує алергію, має протизапальну дію. Низький вміст кальцію посилює старіння, при його надлишку розвивається сечокам'яна хвороба.

Фосфор тісно пов'язаний з кальцієвим обміном, бере участь практично у всіх процесах життєдіяльності організму. У дорослої людини в тілі близько 650 г фосфору, добова потреба у ньому становить 1,2 г.

Магній – необхідний організму для стимуляції процесів росту, окислювально-відновних процесів, утворення кісткової тканини. Магній бере участь в енергетичному та вуглеводному обміні, має судинорозширювальні та антиспазматичні властивості, підвищує жовчовиділення, стимулює перистальтику кишечника.

Натрій – необхідний людині для активізації травних ферментів, регуляції роботи м'язової та нервової тканин, кров'яного тиску, водного обміну. Залізо – забезпечує тканинне дихання, бере участь в утворенні гемоглобіну, деяких ферментів. Нестача заліза викликає анемію.

Йод – бере активну участь у функціонуванні щитовидної залози та утворенні гормону тироксину, використовується для профілактики та лікування атеросклерозу, зоба, гіпертонічної хвороби. Кобальт – бере участь у процесах росту та кровотворення.

Цинк – необхідний забезпечення нормальної функції ендокринної системи.

Молибден – входить до складу найважливіших ензимів. Мідь – бере участь у кровотворенні та тканинному диханні.

Нижче наведемо таблицю 3.4, в якій відображено вміст мінеральних речовин у плодових тілах печериці.

Таблиця 3.4

Зміст мінеральних речовин

Мінеральні речовини	Вміст у печериці, мг/100 г
Ka	47-62
P	14-29
Na	67,5
Ca	23-131
Mg	174-292
Fe	2,0-8,1
Ci	7,2-9,7
Zn	5,4
Sn	121

Печериці є також джерелом різних вітамінів: В1 (тіамін – необхідний для нормальної діяльності центральної та периферичної нервової системи); В2 (рибофлавін – входить до складу ферментів, що регулюють найважливіші етапи обміну речовин, покращує зір, позитивно впливає на функцію печінки, кровотворення, стан нервової системи); В3 (пантотенова кислота – є складовою частиною ферментів, що беруть участь в обміні амінокислот і ліпідів); В6 (піридоксин – регулює в організмі білковий обмін, бере участь в утворенні гемоглобіну, підтримує нормальну функцію нервової системи); В12 (ціанкобаламін – активізує білковий обмін, бере участь у біосинтезі нуклеїнових кислот, впливає на вуглеводний та жировий обмін, бере участь у кровотворенні); С (аскорбінова кислота – підвищує опірність до несприятливих впливів, сприяє регенерації) (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Зміст вітамінів у плодових тілах печериць.

Вітаміни	Вміст у печериці, мг/100 г
Тіамін (В1)	1,0-1,4
Рибофлавін (В2)	4,2-5,0
Ніацин (В5, РР)	36-57
Піридоксин (В6)	2,4
Біотин (В7, Н), мкг	1,6
Аскорбінова кислота	13-82
Пантотенова кислота	22-27

Отже, гриби є дуже конкурентоспроможним товаром, в якому містяться мінерали, вітаміни, інші корисні речовина. І, хоча гриби є низькокалорійним продуктом, водночас навіть невелика їхня кількість викликає почуття ситості.

3.3. Маркетинговий план

Оскільки на початковому етапі підприємство буде зосереджено на невеликому обсязі виробництва (близько 1 тонни грибів на місяць), у співробітниках не буде потреби. Основні обов'язки, включаючи купівлю міцелію, посадку, запліднення та збирання грибів, будуть виконувати члени сім'ї власника. Власник бізнесу також безпосередньо буде брати участь в основних виробничих процесах, і навіть буде займатися роздрібною торгівлею на ринку.

Для успішного виконання плану потрібно заздалегідь подбати про те, куди збуватиметься врожай. Збут буде відбуватися за такими каналами:

- ресторани, кафе міста Миколаїв (з менеджерами будуть підписуватися договори);
- торгіві мережі магазинів «NOVUS» та «Сільпо»;
- на продовольчих та овочевих ринках міста;
- торгівля через інтернет.

Основною вимогою споживачів до продуктів такого типу є свіжість, яка

визначає якість. Розташування грибної ферми знаходиться за 5 км від міста. Це дозволяє з місця продажу організувати транспортування власним транспортом без втрати якості.

Продаж буде відбуватися у двох видах:

- сирі гриби, що не потребує спеціальної упаковки для грибів (для транспортування будуть використовуватися пластикові коробки);
- оригінальне фасування: напівфабрикат для приготування страви за рецептом, який приклеюється до упаковки.

Ціна продукції заснована на матеріальних витратах на виробництво, паливі та мастильних матеріалах, а також на ціні конкурентів, що становить у середньому 125-130 гривень за кг у місті. За кілограм, в якості конкурентної переваги, передбачається встановити роздрібну ціну в 120 грн. на кг, залежно від рівня попиту та інших факторів, можливе зростання або падіння цін на продаж. Як метод збільшення продажів планується використання інтернет-реклами для залучення оптових компаній.

Просування проводитиметься через особисті продажі шляхом презентації продукції на ринках та укладання договору про доставку з власниками мереж ресторанів, кафе та супермаркетів. Також планується створити веб-сайт «Ukrainian mushrooms», зареєструвати сторінки у соціальних мережах. Сайт буде створений для прийому замовлень нашої продукції, буде організовано онлайн-магазин товару, де можна буде придбати як вагові печериці, так і готовий напівфабрикат за ціною, нижчою від ринкової.

Отже, пропонується провести рекламну компанію «Ukrainian mushrooms» в інтернет-просторі. Цілі проведення рекламної компанії в інтернеті такі:

- формування сприятливого образу онлайн-магазину;
- поширення інформації про послуги та товари підприємства;
- підвищення обсягів продажів;
- збільшення кількості клієнтів;
- підвищення популярності підприємства.

У таблиці 3.6 представлений план рекламної компанії «Ukrainian

mushrooms».

Таблиця 3.6

План рекламної компанії «Ukrainian mushrooms» в Інтернеті

Вид реклами	Опис
1. Просування сайту підприємства в пошукових системах	Цього можна домогтися за допомогою SEO-оптимізації (внутрішньої і зовнішньої): впровадити семантичне ядро, проаналізувавши потрібні запити. Купувати посилання в системах продажу посилань типу Sape, з урахуванням ручної модерації й високих параметрів ТИЦ / PR, 100% індексації, з обов'язково схожою тематикою сайту. Так само посилання повинні робитися на сторінки з бездоганим з точки зору SEO текстом.
2. Розміщення контекстної реклами «Ukrainian mushrooms» у пошукових системах Google	Необхідно направити контекстну рекламу на цільову аудиторію: жителі великих міст.
3. Необхідність просувати сайту «Ukrainian mushrooms» на інших сайтах	Краще просувати товари на сайтах, присвячених товарам здорового харчування. Розміщувати рекламу на запропонованих сайтах необхідно у вигляді банерів.
4. Такі ж банери, необхідно розмістити в соціальних мережах	Так як відвідуваність цих сайтів велика, то напевно відвідувачі сайту, яких цікавлять печериці, побачать цю рекламу

Далі розглянемо бюджет рекламної компанії «Ukrainian mushrooms» в Інтернеті (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Бюджет рекламної компанії «Ukrainian mushrooms» в Інтернеті на місяць

План заходів	Вартість і обґрунтування
1. Просування сайту «Ukrainian mushrooms» в пошукових системах	Засновник компанії розуміється на SEO, тому сам буде займатися просуванням сайту в пошуковій системі.
2. Розміщення контекстної реклами «Ukrainian mushrooms» у пошукових системах Google	Вартість такої реклами оцінюється за переходами і за кліками, 1 перехід – 80 коп. Для того, щоб за допомогою цієї реклами на сайт «Ukrainian mushrooms» звернулося 2

	тис. користувачів, потрібно оплатити 4,5 тис. на місяць
3. Необхідність просування «Ukrainian mushrooms» та його сайту на інших сайтах	Вартість розміщення таких посилань до 50 грн. в день, значить в день підприємство витратить $6 * 50 = 300$ грн., а в місяць $30 * 300 = 9000$ грн. В результаті цього заходу на сайт підприємства зайдуть близько 5 тис. користувачів
4. Розміщення банерів в соціальних мережах	Це обійдеться в 50 грн. в день, на місяць 9 тис. грн. В результаті на сайт агентства прийдуть близько 5 тис. користувачів в день
Загальні витрати, тис. грн.:	22,5

В результаті проведення запропонованої рекламної компанії на сайт компанії буде заходити до 3 тис. користувачів в день, на місяць 90 тис. осіб, з них 300 осіб – реальні клієнти підприємства. Таким чином, проведення рекламної компанії в Інтернеті – високорентабельне.

Уся товарна політика будь-якого підприємства ведеться з однією метою – найефективнішим способом залучити покупців та максимально задовольнити їх запити. Знаючи своїх відвідувачів, їх захоплення, можна зрозуміти мотиви та процеси здійснення купівлі, обґрунтувати рекомендації для виділених окремих сегментів, розробити моделі поведінки споживачів цих сегментів.

3.4. План реалізації товару

Вирощування шампінйонів – бізнес, який не потребує особливих навичок в агросфері. Технологія вирощування печериць передбачає забезпечення:

- оптимального температурного режиму;
- вологості спочатку на рівні 90%, а потім – 80%;
- циркуляції повітря;
- поливу методом дощування або встановлення зрошувальної системи.

Для початку потрібно підготувати ґрунт для печериць – суміш соломи та гною, сечовини, суперфосфату, гіпсу та крейди. Всі компоненти викладають

шарами. Протягом кількох тижнів ґрунт зволожують і перемішують. Кислотність не повинна перевищувати 7,5 рН.

Посадку печериць можна проводити, коли субстрат досяг температури 25 С. Міцелій розподіляють по поверхні та покривають тонким шаром суміші. На 1 кв. м достатньо 300-500 г міцелію. Якщо ґрунт стає сухим, його зволожують.

Пророщення грибів відбувається через 2-3 тижні. На поверхні з'являються тонкі білі нитки. Після цього температуру знижують до 15°C. Міцелій знову посипають субстратом. Вже через 5 днів з'являються перші гриби.

Від правильного вибору та облаштування приміщення залежить майбутній врожай (рис. 3.1). Печериці чутливі до змін у зовнішньому середовищі, тому потрібно дотримуватися норм щодо температури та вологості. Виробництво «Ukrainian mushrooms» буде організовано в окремому нежитловому приміщенні – гриби виділяють вуглекислий газ та інші речовини, що можуть зашкодити життю людей і домашніх тварин.

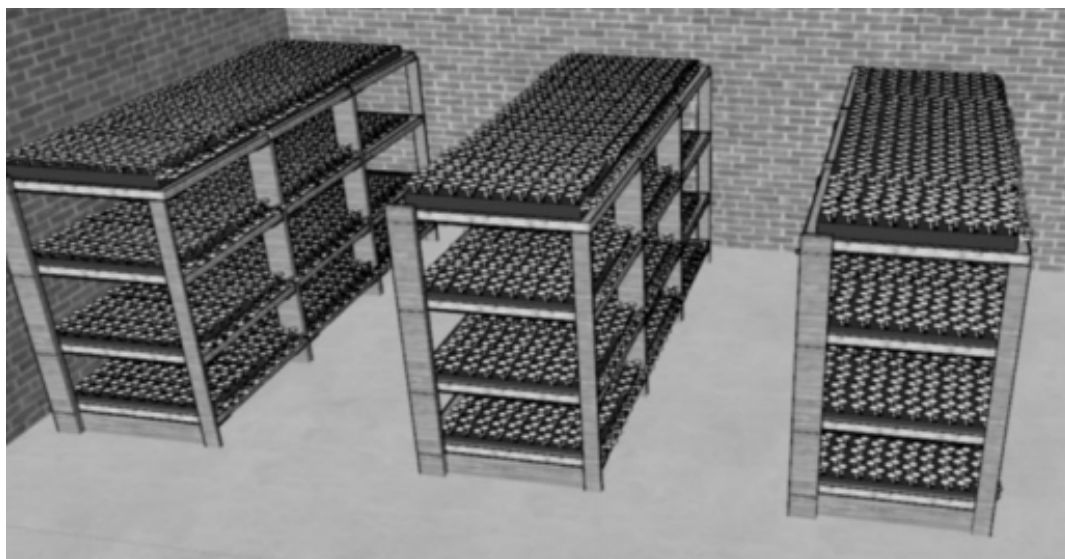


Рис. 3.1. Зовнішній вигляд кімнати для вирощування печериць

Загалом, приміщення повинно відповідати санітарним вимогам, що затвердженні Постановою Головного державного санітарного лікаря України № 70 від 20.12.2000 р. Отже, приміщення поділяють на 4 зони:

1. Для виробництва компосту – тут обов'язково має бути система вентиляції, оптимальна температура 12-16 °С.

2. Для пастеризації компосту потрібна герметична камера з окремим входом. Її можна зробити самостійно.

3. Для вирощування міцелію – з дотриманням оптимальних умов для росту: температура повітря до 26°C, вологість не менше 95% та організована система вентиляції.

4. Для вирощування врожаю – оптимальна температура для вирощування печериць – до 16°C, а вологість – 80%.

Таким чином, для вирощування печериць необхідною є наявність спеціального обладнання. Для вирощування в приміщенні необхідні 72,5 тис. грн. (табл. 3.8):

Таблиця 3.8

Вартість обладнання проекту з вирощування печериць

Найменування	Вартість, грн
Система автоматичного поливу	50000
Система опалення	існує
Вентиляція	4000
Датчики вологості та температури	2000
Змішувачі ґрунтової суміші	1000
Освітлювальні прилади	існує
Пластикові ящики (10 шт.)	500
Мішки для пакування	5000
Вакуум-пакувальна машинка	10000
Разом	72500

Для функціонування підприємства задіяні члени сім'ї власника, які разом з власником виконують основні функції, включаючи посадку, застосування добрив та збирання грибів. Формат сімейного бізнесу призначений для зниження вартості оплати заробітної плати для персоналу. Необхідний досвід буде набутий протягом усієї роботи.

Поточні витрати – це оплата за електроенергію, купівля міцелію, витрати на

паливо та мастильні матеріали. Витрати на купівлю міцелію можуть збільшуватися чи зменшуватися через сезонні коливання попиту.

Печериці не потребують особливого догляду, якщо вирощування відбувалося з дотриманням технології. Ось прості вимоги щодо догляду за цими грибами:

- регулярний полив;
- дотримання температурного режиму;
- постійне провітрювання приміщення;
- вилучення хворих грибів – тих, що темніють або мають коричневі плями.

Перший урожай можна збирати вже на 30-40 день. Печериці потрібно акуратно викручувати, а не зрізати. Місце, на якому ріс гриб, знову присипають компостом. Найбільший урожай можна отримати на другому чи третьому плодоношенні. Зазвичай плодоношення триває 1-2 тижні. Гриби потрібно збирати вчасно, адже перезрілі темніють і вживати їх в їжу не можна. Зберігають печериці у холодильних камерах.

З однієї тонни компосту можна зібрати практично тонну грибів. Оскільки роздрібна ціна 1 кг печериць – 120 грн, то за тонну грибів можна отримати 120000 грн.

3.5. Організаційний план

Організаційна структура «Ukrainian mushrooms» розроблена відповідно до характеру діяльності підприємства та є лінійною (рис. 3.2).

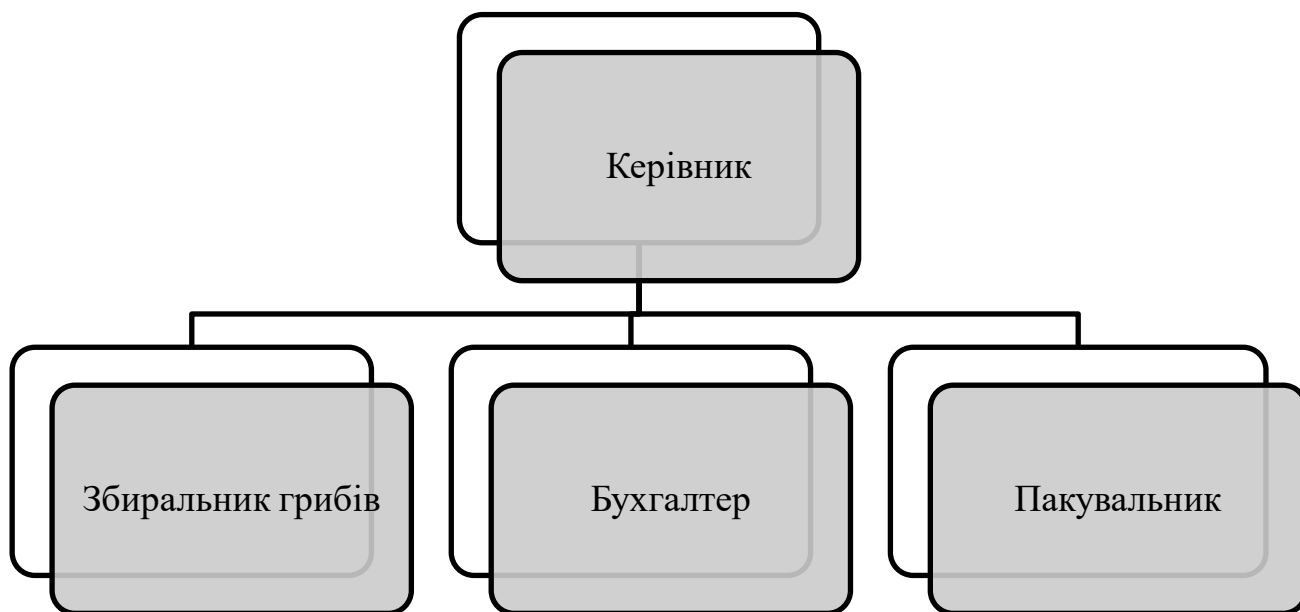


Рис. 3.2. Організаційна структура «Ukrainian mushrooms»

Головним керівником є засновник «Ukrainian mushrooms», який управляє виробничо-господарською та фінансово-економічною діяльністю підприємства відповідно до чинного законодавства, несучи всю відповідальність за наслідки своїх рішень, збереження та ефективного використання майна підприємства, а також за фінансові та господарські показники результатів його діяльності.

Функції та обов'язки персоналу наведені у табл. 3.9.

Таблиця 3.9

Функції та обов'язки персоналу

Посада	Обов'язки	Функції
Керівник	1. Адміністратор. 2. Маркетолог. 3. Економіст.	1. Організація виробничого процесу: постачання, контроль, збут тощо. 2. Маркетинг: реклама, сайт, робота із соціальними групами. 3. Вирішення питань щодо використання чистого прибутку
Бухгалтер	1. Бухгалтер. 2. Фінансист.	1. Організація бухгалтерського обліку. 2. Контроль за грошовими потоками. 3. Управління фінансовими потоками. 4. Фінансове планування.

		5. Проведення інвентаризації.
Збиральник грибів	1. Технолог. 2. Збиральник. 3. Заготівельник.	1. Термічна обробка сировини. 2. Організація техніки збору. 3. Контроль якості продукції.
Пакувальник	1. Пакувальник. 2. Водій. 3. Диспетчер.	1. Пакування та розфасування готового товару. 2. Вантажно-розвантажувальні операції. 3. Доставка товару потрібної якості в потрібне місце у потрібний час.

Отже, керівник здійснює ряд таких виробничих завдань:

- загальне керівництво підприємством;
- контролює забезпечення режиму економії матеріальних, трудових і фінансових ресурсів;
- здійснює організацію й удосконалювання економічної діяльності підприємства та ін.;
- організовує роботу та ефективну взаємодію усього персоналу підприємства;
- спрямовує діяльність персоналу на забезпечення прибуткової роботи підприємства;
- проводить заходи з просування товарів;
- забезпечує зобов'язання перед державним бюджетом, постачальниками, замовниками, банками, підписує всі договори.

Бухгалтер «Ukrainian mushrooms» керує процесом бухгалтерського обліку з метою забезпечення інформування як внутрішніх, так і зовнішніх зацікавлених сторін щодо фінансово-господарської діяльності та фінансового стану підприємства. Бухгалтер розробляє відповідно до вимог законодавства облікову політику, враховуючи конкретні умови функціонування, розміри, структуру, галузеву специфіку та інші особливості діяльності компанії. Це дозволяє забезпечувати своєчасне отримання інформації для планування, аналізу,

контролю, оцінки фінансового стану та результатів діяльності «Ukrainian mushrooms».

Також бухгалтер відповідає за керівництво такими аспектами роботи, як:

- Упорядкування підготовки та ухвалення плану рахунків бухгалтерського обліку, що включає синтетичні та аналітичні рахунки.

- Створення форм первинних облікових документів для фіксації господарських операцій.

- Організація процедур інвентаризації та оцінки майна і зобов'язань, забезпечення належного документального підтвердження їх наявності, стану та вартості.

- Управління системою внутрішнього контролю для забезпечення правильності реєстрації господарських операцій, дотримання процедур обігу документів, застосування технологій обробки облікової інформації та забезпечення захисту від несанкціонованого доступу.

- Координація процесу формування інформаційної системи бухгалтерського обліку та звітності відповідно до вимог бухгалтерського, податкового, статистичного та управлінського обліку.

- Забезпечення надання необхідної бухгалтерської інформації як внутрішнім, так і зовнішнім користувачам.

До обов'язків збиральника входить:

- прогнозування та розрахунок передбачуваного обсягу продукції;

- планування та розподіл робіт, пов'язаних зі збором;

- контроль якості продукції;

- контроль за дотриманням правил гігієни та санітарії виробництва;

- облік проведених робіт та зібраних грибів.

Функції диспетчера:

1. Оперативне планування та аналіз: здійснює оперативне планування та маршрутизацію використання логістичних ресурсів, організує оперативно-виробниче диспетчерування.

2. Контроль: здійснює оперативний контроль логістичних процесів, забезпечуючи максимальне використання ресурсів, ритмічний та безперебійний рух незавершеного виробництва, задачу готової продукції, виконання робіт (послуг), логістичних, складських та вантажно-розвантажувальних операцій за встановленими графіками та регламентами; вживає заходи щодо запобігання та усунення порушень ходу логістичних процесів; здійснює систематичний контроль за безперебійним просуванням товарів за виробничим потоком, виконанням графіків задачі готової продукції або закінчених робіт (послуг).

3. Оптимізація та розвиток: здійснює впровадження та забезпечує раціональне використання технічних засобів оперативного управління процесами та потоками; бере участь у роботі з підвищення ефективності виробництва.

3.6. Фінансовий план

Проект з вирощування печериць характеризується низьким рівнем ризику через простоту його організації, невеликі інвестиції у стартапи та низькі поточні витрати. Термін погашення проекту з початку виробництва становитиме 9 місяців.

Для оцінки проекту складемо підсумок витрат в табл. 3.10.

Таблиця 3.10

Витрати на відкриття бізнесу

Критерій	Витрати, грн
Контекстна реклама	22500,00
Вартість обладнання	72500,00
Разом	95000,00

Для оцінки ефективності пропозицій з виробництва та продажів печериць побудуємо сценарний прогноз ефективності на рік на основі працюючого схожого підприємства (табл.3.11).

Прогноз економічної ефективності створення бізнесу

Показник	Од. вимір у	Прогнозне значення на рік			
		Песимістични й (p=0,3)	Реалістични й (p=0,6)	Оптимістични й (p=0,1)	Зважени й
Кількість кліків, контекстна реклама	од.	5829	9993	14157	9160
Reach FB, Inst	од.	53000	79000	120000	75000
ER FB, Inst	%	1	3,5	6	3
Залучено лідів, контекстна реклама	од.	4620	7920	11220	7260
Залучено лідів, соц.мережі + інформ.канал	од.	26	219	798	219
Всього залучено лідів	од.	4646	8139	12018	7479
Отримано клієнтів	од.	116	203	300	187
Кількість закритих клієнтів	од.	75	132	195	122
Середній прибуток з 1-го проданого кг	тис. грн.	6,30	6,30	6,30	6,30
Виручка	тис. грн.	476,30	834,40	1232,10	766,80

Прямі та непрямі витрати	тис. грн.	342,60	629,10	883,65	585,80
в т.ч. витрати просування товару	тис. грн.	95,10	95,10	95,10	95,10
Операційний прибуток	тис. грн.	65,40	250,30	348,47	180,90

Продовження таблиці 3.11

За даними таблиці 3.11 бачимо, що в разі залучення 7479 лідів з контекстної реклами та соціальних мереж, очікується отримати 187 замовлень, і 122 продажів печериць. З розрахунку на те, що в середньому компанія буде отримувати 6300 грн. прибутку за один проданий кілограм печериць за рік, валовий прибуток дорівнюватиме 766,80 тис. грн. Після вирахування прямих та непрямих витрат операційний прибуток дорівнюватиме 180,90 тис. грн.

Розрахуємо рентабельність інвестицій ROI за формулою (3.1):

$$ROI = \frac{180,90}{95,10} = 190,22\%$$

Розрахуємо рентабельність продажів ROS за формулою (3.2):

$$ROS = \frac{180,90}{766,80} = 23,59\%$$

Термін окупності PP розрахуємо за формулою (3.3):

$$PP = \frac{95,10}{180,90} = 0,5$$

Отже, рентабельність витрат на просування проєкту складає 190,22%, рентабельність продажів від запропонованих заходів дорівнює 23,59%, а реалізація проєкту окупиться за 5 місяців.

На графіку точки безбитковості (рис. 3.3) бачимо, що лінії інвестицій та операційного прибутку перетинаються в точці 5,2, що каже про окупність витрат після залучення шести клієнтів.

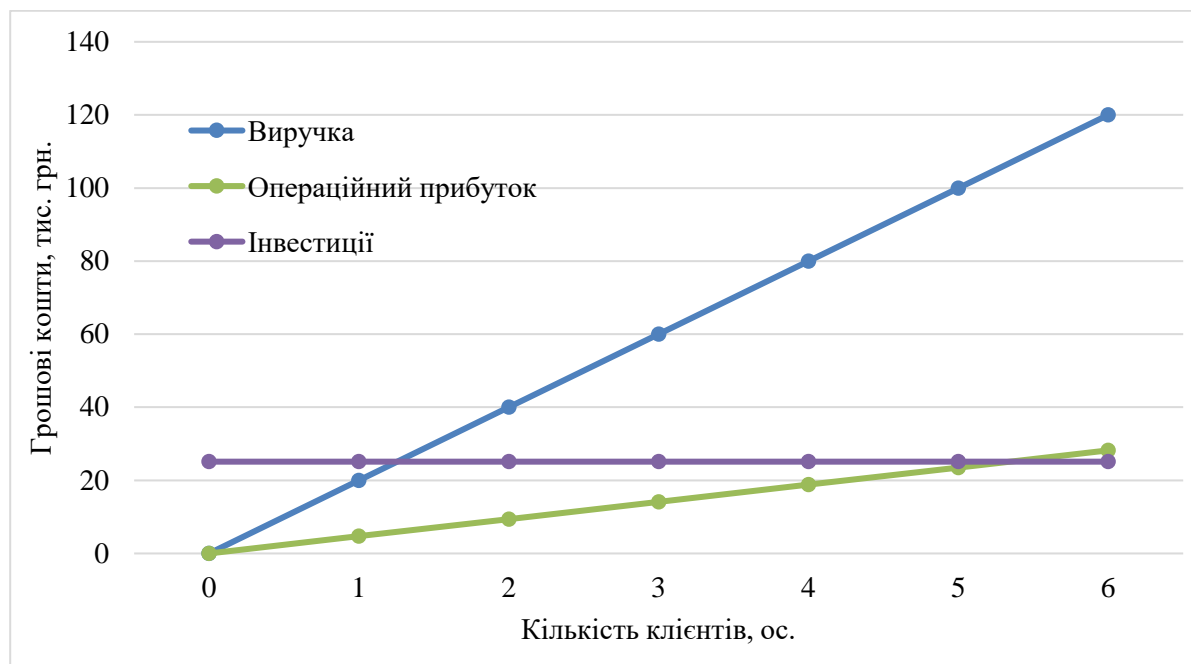


Рис. 3.3. Точка безбитковості проєкту

Таким чином, можна констатувати економічну ефективність впровадження даного проєкту.

3.7. Оцінка ризиків

Вирощування грибів печериць може стати прибутковим та корисним заняттям. Однак, як і будь-яка інша справа, вона може мати свої проблеми та труднощі. Тому розглянемо основні проблеми, з якими може зіткнутися підприємець при вирощуванні печериць, та запропонуємо способи їх вирішення. Основні ризики позначені в табл. 3.12.

Ризики при виробництві печериць

Ризик	Заходи щодо запобігання
Нереалізований товар, як наслідок втрати продукцією товарного вигляду, псування	Розширення клієнтської бази, використання спеціальних холодильників
Слабка врожайність	Використання біодобавок
Тимчасові витрати відсутності грибівництва	фінансові внаслідок досвіду
Псування грибів як наслідок неправильної температури	Самостійне навчання, вивчення спеціалізованої літератури власником проєкту, отримання досвіду з домашнього грибівництва до початку проєкту, відвідування грибних ферм для запозичення досвіду
Псування грибів як наслідок нестачі вологи	Підтримання певної температури у приміщенні. Використання теплоізоляції та системи опалення або охолодження, якщо потрібно
Псування грибів як наслідок поганого освітлення	Регулярне обприскування грибів водою, щоб підтримувати рівень вологості. Також можливе використання системи штучного зрошення
Псування грибів як наслідок забруднення субстрату	Розташування грибів у місці, де є доступ до достатньої кількості світла. Використання спеціальних ламп для рослин, якщо потрібно
Псування грибів можливими шкідниками (комахи та грибкові хвороби)	Періодична заміна старого субстрату на новий, щоб запобігти розвитку патогенних мікроорганізмів. Ретельна дезінфекція всіх інструментів та обладнання перед кожним використанням
	Використання засобів захисту рослин для запобігання та лікування можливих проблем

Отже, однією з основних проблем при вирощуванні печериць є поява шкідників, таких як грибні мухи, паразитичні гриби та хвороби грибів. Ці організми можуть завдати серйозної шкоди грибницям та вплинути на якість та кількість врожаю. Паразитичні гриби можуть заповнити грибницю та вичерпати її ресурси, що може призвести до зниження врожайності та смерті грибів.

Проте, існують ефективні засоби боротьби з цими проблемами. По-перше, необхідно забезпечити чисте та здорове оточення для грибниці. По-друге, потрібно регулярно видаляти заражені рослини та обрізати пошкоджені частини грибниці. Також регулярне звільнення від паразитів та грибних мух може сприяти зниженню ризиків та підвищити врожайність.

Крім того, правильне управління вологістю та температурою – ключовий аспект у боротьбі з проблемами вирощування печериць. Гриби вимагають певних умов для свого зростання та розвитку, тому важливо підтримувати оптимальні параметри довкілля та регулярно контролювати їх.

Таким чином, комплексний підхід до вирішення проблем, дотримання правил гігієни та санітарії, а також регулярний догляд за грибами дозволять уникнути та запобігти різноманітним проблемам та забезпечити успішне вирощування грибів печериць.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ

Охорона праці є важливою складовою будь-якого виробництва, визначаючи людину, як головну цінність, адже її безпека і хороше здоров'я дозволяють зробити виробничий процес більш чітким, що підвищить рентабельність самого підприємства. Правильно організована система охорони праці дисциплінує самого працівника і, як наслідок, веде до підвищення продуктивності виконуваної роботи та збільшення її ефективності.

Охорона праці спрямована не тільки на безпеку трудового процесу, а й на профілактику захворювань, організацію харчування і відпочинку працівників, забезпечення їх спецодягом та засобами гігієни. Охорона праці також у повній мірі несе відповідальність за виконання власником соціальних гарантій і пільг.

Мета охорони праці – попередження виробничого травматизму та професійної захворюваності.

Діяльність «Ukrainian mushrooms» як і будь-яка діяльність інших суб'єктів підприємницької діяльності (підприємництва) нормується та забезпечується згідно з Конституцією України та законами та підзаконними актами (Додаток А).

Аналіз шкідливих та небезпечних виробничих факторів та вплив на здоров'я працівника наведений у табл. 4.1 [12].

Таблиця 4.1

Аналіз шкідливих та небезпечних виробничих факторів та вплив на здоров'я працівника

№	Фактор	Значення чинника		Вплив на здоров'я працівника	Ступінь шкідливості факторів виробничого середовища
		нормативне	Фактичне		
Фізичні					
1.	відсутність захисту від випромінювань	1	1	Не впливає	
2.	погане зведення променів	1	1	Не впливає	

3.	неправильний пристрій захисного заземлення	1	1	Не впливає	
Хімічні					
Біологічні					
1.	надмірна яскравість екрана	1	2	Погіршення зору	
2.	неправильна організація освітлення робочого місця	1	2	Погіршення зору	
Психофізіологічні					
1.	підвищений рівень шуму вентиляторів	1	2	Не впливає	
2.	відсутність достатнього місця для розташування ручного маніпулятора і робочих паперів	1	1	Не впливає	
3.	відсутність індивідуального принтера	1	1	Не впливає	
4.	недостатній обсяг приміщення, що припадає на одного працівника	1	1	Не впливає	

Аналіз джерел факторів впливу на функціональний стан працівника, включає:

- виробниче середовище;
- трудовий процес (напруженість та важкість праці);
- внутрішні засоби діяльності (виробничий досвід, стан людини);
- зовнішні засоби діяльності (робоче місце, пульт керування, засоби відображення інформації, допоміжне устаткування);
- соціально-психологічні фактори.

Повітряне середовище у приміщенні характеризується мікрокліматом, запиленістю повітря та його загазованістю. Мікроклімат приміщення

визначається діючим на організм людини поєднанням температури, відносної вологості, швидкості руху повітря та інтенсивності теплового випромінювання. Аналіз мікроклімату складається з виміру зазначених вище параметрів і зіставлення результатів із встановленими нормами (табл. 4.2) [16].

Таблиця 4.2

Оптимальні і фактичні значення параметрів мікроклімату

Пора року	Оптимальні для Ia			Фактичні		
	Температура, °C	Вологість, %	Швидкість повітря, м/с	Температура, °C	Вологість, %	Швидкість повітря, м/с
Тепла	23-28	50-70	0,1	25-30	40-50	0,15
Холодна	22-24	40-60	0,1	19-22	40-50	0,1

Таким чином, показники мікроклімату в приміщенні, загалом, відповідають установленим нормам, крім температури в теплий період року.

Серед чинників зовнішнього середовища, що впливають на організм людини в процесі праці, світлу відводиться одне із чільних місць. Адже майже 90% всієї інформації про довкілля людина отримує через органи зору. Світло впливає не лише на функцію зору, а й на діяльність організму в цілому: посилюється обмін речовин, збільшується поглинання кисню і виділення вуглекислого газу. Недостатня або надмірна освітленість, нерівномірність освітлення в полі зору втомлює очі, призводить до зниження продуктивності праці; при цьому зростає потенційна небезпека помилкових дій і нещасних випадків. Надмірна яскравість джерел світла може спричинити головний біль, різь в очах, розлад гостроти зору; світлові відблиски – тимчасове засліплення.

Найменша освітленість робочих поверхонь у виробничих приміщеннях регламентується ДБН В.2.5-28-2006 та ДСанПіН 3.3.2.007–98 і визначається, в основному, характеристикою зорової роботи (табл. 4.3). Норми носять міжгалузевий характер [13].

Характеристика виробничого освітлення

Характеристика зорової роботи	Мінімальний розмір об'єкту розрізнення, мм	Розряд зорових робіт	Штучне освітлення		Природне освітлення		Суміщене освітлення	
			Освітленість, лк		КПО, %			
			при комбінованому освітленні	при загальному освітленні	при верхньому чи комбінованому освітленні	при боковому освітленні	при верхньому чи комбінованому освітленні	при боковому освітленні
Високої точності	0,3-0,5	III	2000-400	500-200	5	2	3	1,2
Середньої точності	0,5-1,0	IV	750-300	300-150	4	1,5	2,4	0,9
Малої точності	1-5	V	300-200	200-100	3	1	1,8	0,6

В ДБН В.2.5-28-2006 вісім розрядів зорової роботи, з яких перших шість характеризуються розмірами об'єкта розпізнавання. Найбільша нормована освітленість складає 5000 лк (розряд Ia), а найменша – 30 лк (розряд VIIв).

До віброакустичних коливань, що можуть заважати роботі, відносяться: інфразвук, шум, ультразвук, вібрації [15].

Поріг небезпеки смерті відповідає інфразвуковому впливу загального рівня 180–190 дБА, який призводить до смерті навіть під час короткочасного впливу. Порогом потенційної небезпеки для життя людини є інфразвуки інтенсивністю 155–180 дБА. Такі інфразвуки призводять до психофізіологічних відхилень.

Межею, яка є на межі витривалості, є рівень в межах 140–155 дБА. За умови тривалого впливу такого інфразвуку в організмі з'являються психофізіологічні відхилення від нормального стану, які дуже важко вилікувати. Порогом безпеки є рівень інфразвуку 90 дБА.

Ультразвук з рівнем звукового тиску 80–90 дБ має стимулюючий вплив, діючи як мікромасаж, прискорює обмінні процеси, але при 120 дБ впливає

негативно.

Резонансна частота для голови (при сидячому положенні людини) – 2–3 Гц при вертикальних вібраціях і 1,5–2 Гц – при горизонтальних вібраціях. Резонанс очних яблук лежить в межах 60–90 Гц, і саме вібрації з такими частотами викликають розлад зорового сприйняття. Для грудей, діафрагми та живота резонансними є частоти 3–3,5 Гц. Ці частоти можуть призвести до порушення функції дихання. Резонансна частота для всього тіла в сидячому положенні – 4–6 Гц. Нормуються параметри вібрації відповідно до вимог ДСН 3.3.6.039-99 «Державні санітарні норми виробничої та загальної вібрацій». Крім того, діють санітарні норми, які встановлюють класифікацію вібрацій, методи гігієнічної оцінки вібрації, нормовані параметри та їх допустимі значення, санітарні правила при роботі з віброобладнанням.

Робота практично всіх приладів «Ukrainian mushrooms» буде заснована на електричному струмі. Людям, які працюють в «Ukrainian mushrooms» з електричним обладнанням, слід суворо дотримуватися запобіжних заходів.

За ступенем небезпеки ураження електричним струмом всі приміщення на виробництві поділяються на типи. Офіси та кабінети з керівним складом – це приміщення зниженою небезпеки. Все, що потрібно робити тут, це вимикати електроприлади перед тим, як покинути робоче місце після завершення зміни. До приміщень з підвищеною небезпекою відносяться обслуговувані об'єкти. Неприятливими факторами вважаються пил, вогкість, висока температура в приміщенні. Працювати в таких умовах можна лише використовуючи спеціальну форму [14].

Захист від ураження електричним струмом. Випадкового дотику до частин, через які проходить електричний струм, на жаль, уникнути неможливо. Однак забезпечити максимальну кількість запобіжних заходів – обов'язок інженерного відділу. Інструкція з техніки безпеки на виробництві передбачає правила розміщення струмопровідних елементів. Вони обов'язково повинні розміщуватися на висоті. Якщо така можливість відсутня, використовуються спеціальні огорожі або сигналізація.

Доступ у спеціальні електротехнічні приміщення відкритий тільки кваліфікованому персоналу. Мінімальна висота підвісу струмопровідних елементів тут становить 2,5 м. За можливості передбачено огороження небезпечних ділянок.

Навіть якщо повністю дотримуються вимоги техніки безпеки на виробництві, нещасних випадків вдається уникнути далеко не завжди. Тому кожен працівник підприємства повинен знати, як надати першу допомогу потерпілому. Для цього на підприємствах повинні проводитися спеціальні курси навчання. Зачіпаються теми, що стосуються допомоги при хімічних отруєннях, опіках, пораненні, ураженні електричним струмом. Кожен повинен вміти оцінити стан постраждалого, виконати непрямий масаж серця, штучне дихання. Ці заходи дозволять підтримати потерпілого до приїзду невідкладної допомоги.

Вважаю, що для підвищення рівня охорони праці підприємства, доцільно застосувати наступні заходи:

- розробити внутрішнє Положення про систему управління охороною праці;
- почати ведення обліку травматизму в процесі праці;
- здійснювати облік витрат на охорону праці;
- розробити графік планово-попереджувального ремонту електро- та венти-установок, електроосвітлення тощо;
- забезпечити наявність правил інструкцій по охороні праці в кабінетах та відділах;
- підтримувати оптимальні умови мікроклімату в приміщенні, а також шуму, вібрації, опалення, освітлення та кондиціонування;
- розробити графіки технологічних перерв;
- здійснювати постійний контроль за станом технічних пристроїв;
- контролювати стан пожежо- та електробезпеки;
- підтримувати у належному стані засоби гасіння пожежі та інших засобів безпеки, а також застосовувати превентивні заходи виникнення надзвичайних ситуацій тощо.

Враховавши запропоновані рекомендації, «Ukrainian mushrooms» зможе

оптимізувати стан охорони праці та безпеки у надзвичайних ситуаціях своїх працівників (табл. 4.4).

Таблиця 4.4

Аналіз сценаріїв розвитку можливих небезпечних наслідків для здоров'я працівників

NN	Небезпечний або шкідливий фактор	Сценарії розвитку можливих небезпечних наслідків для здоров'я працівників
1	шум	Порушення ЦНС
		Втрата слуху
		Втрата працездатності (головний біль, втома, нервовий зрив)
2	конфлікти	Порушення ЦНС
		Фізичні ушкодження

План реагування на ризики безпеки для життя та здоров'я працівників умов праці на підприємстві наведений у табл. 4.5.

Таблиця 4.5

План реагування на ризики безпеки для життя та здоров'я працівників умов праці на підприємстві

Ризик	Відповідальний	План попередження / реагування			
		Стратегія попередження / реагування (унікнення / прийняття / мінімізація / передача)	План попередження ризику	План реагування при виникненні ризику	Бюджет на роботу з ризиком
шум	Спеціаліст з охорони праці	Шумознижувальні механізми	Всім видавати спеціальні вушні затикачі	Оплата лікування	5000
конфлікти	Відділ безпеки	Рівні умови	Корпоративні вечори Спеціальні семінари	Відшкодування збитків	5000

Програма заходів охорони здоров'я та забезпечення безпеки праці представлена у Додатку Б.

Виробництво їстівних грибів не рекомендується розміщувати поблизу постійних джерел інфекції. Слід враховувати, що грибні комарик-сциариди є загальними шкідниками овочевих культур та грибів, що культивуються. Вони можуть заноситися із заражених овочевих теплиць. Тому при плануванні комплексу з вирощування грибів необхідно передбачити поділ чистих та брудних зон та максимально ізолювати їх територіально, а проведення технологічних операцій розділити за часом виконання.

У міру старіння культури відбувається накопичення шкідливих організмів, і відпрацьований субстрат є джерелом інфекції для наступних оборотів культури. Нерідко грибники залишають на території господарства відпрацьовані блоки, частина з яких продовжує плодоносити. Згодом до них додаються неякісні та повністю браковані блоки. Поступово утворюється звалище, і створюється постійне високе інфекційне тло біля грибного підприємства. Тому для підтримки санітарної обстановки на високому рівні та стабільної роботи підприємства важливе значення має своєчасне вивезення відпрацьованого субстрату з території господарства та вирішення проблеми його утилізації.

Джерелом інфекції можуть бути вихідні матеріали для приготування грибних субстратів. Тому складування та зберігання сировини рекомендується передбачити на відстані від чистої зони. Приміщення для приготування субстрату під час вирощування печериць має бути ізольоване від інших приміщень, мати окремий вхід. Технологічні операції необхідно організовувати так, щоб спочатку виконувалися чисті роботи, а потім брудні. Робітникам, які зайняті посівом міцелію, не слід виконувати роботу у приміщеннях вирощування, де можуть бути джерела інфекції. Переміщення людей, техніки, продукції має відбуватися за принципом «з чистої зони в брудну», а не навпаки.

Отже, значну частину санітарно-гігієнічних заходів у грибному господарстві складають загальноприйнятні заходи, спрямовані на підтримання чистоти та порядку на виробничій території. Приміщення для вирощування грибів

повинні мати хорошу ізоляцію та бути обладнані системою вентиляції та водопостачання. Приміщення повинно мати двері, що герметично закриваються. У приміщеннях для вирощування грибів небажано використовувати дерев'яні конструкції, оскільки їх важко дезінфікувати.

Перед входом у приміщення для вирощування кладуть гумовий килимок, просочений дезрозчином. За кожним працівником має бути закріплений свій інвентар, а також спецодяг та спецвзуття, які містяться у чистоті. Тару для збирання грибів необхідно мити після кожного використання, а при необхідності дезінфікувати. Відходи після збирання грибів та обрізання основи ніжок складають у спеціально заготовлену тару (великі поліетиленові пакети одноразового використання) та вивозять з виробничої території.

Персонал, що працює з пестицидами, повинні бути ознайомлені з правилами техніки безпеки (ТБ) з обов'язковою відміткою в журналі ТБ. Зберігати пестициди можна лише у спеціально пристосованих для цієї мети приміщеннях. Забороняється використовувати приміщення складу для одночасного зберігання пестицидів та продуктів харчування, сировини, різних матеріалів.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної роботи зроблені наступні узагальнення, висновки і пропозиції:

1. На основі аналізу наукової літератури було визначено соціально-економічну природу підприємства та його основні функції. Необхідна суспільству продукція виготовляється первинною ланкою господарства країни – підприємством. Підприємство представляє собою самостійну та організаційно відокремлену одиницю виробничої сфери економіки країни, яка спеціалізується на виробництві продукції, виконанні робіт та наданні послуг. Для забезпечення ефективного господарювання та кваліфікованого управління підприємства класифікують за низкою ознак. У процесі діяльності підприємство виконує такі функції: управління фінансами та персоналом, дослідження та розробки, маркетинг, виробнича, логістична, екологічна та соціальна функція.

2. Вивчення спеціальної літератури дозволило виявити роль планування у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності. У науковій літературі існує безліч визначень термінів «планування» та «план». Тобто, єдиного підходу до визначення поняття «планування» не існує. Існують різні трактування даного поняття різними авторами. У результаті аналізу існуючих визначень було сформульовано визначення даного терміну. Отже, планування – це неперервний процес створення бажаного майбутнього та визначення ефективних шляхів його досягнення з метою забезпечення балансу між планованими показниками та створення умов для розвитку підприємства. Розробка та виконання плану повинні бути для господарюючого суб'єкту не самоціллю, а засобом забезпечення його ефективної роботи.

3. Дослідження ринку печериць показало, що він є одним із найперспективніших та високотехнологічних сегментів світового АПК. Річний обсяг виробництва грибів близько 60 мільярдів доларів США при темпах зростання понад 9% на рік. Однією з головних причин зростання популярності та обсягів виробництва грибів є високі дієтичні властивості. Очікується, що

зростаюча кількість веганів у поєднанні зі зростаючим використанням грибів як альтернативою м'ясу сприятиме розширенню ринку, а останні технологічні досягнення, такі як комп'ютеризоване управління, датчики прогнозування захворювань, автоматичні збиральні комбайни та автоматизовані системи контролю температури можуть забезпечити збільшення виробництва грибів та полегшити виробничі процеси. За даними Національного грибного агентства UMDIS, виробництво печериць теж зростає: у 2022 році в Україні було вирощено 51,3 тис. тон печериці. Фахівці вважають, що гриби можуть стати основним продуктом у споживчому кошику, відкриваючи великі можливості для бізнесу. Отже, виробництво грибів – перспективна ніша, що активно розвивається у світі. З огляду на проведені дослідження було прийнято рішення, що найбільш оптимальною організаційною формою для нового підприємства є мале приватне підприємство.

4. На основі проведеного дослідження було розроблено бізнес-план зі створення нового підприємства з виробництва печериць. Метою даного проекту є вирощування грибів (печериць) для їх реалізації у свіжому вигляді у місті Миколаїв з подальшим збільшенням виробничих потужностей. Реалізація цього проекту дозволить новому підприємству «Ukrainian mushrooms» зайняти міцні позиції на ринку сільгосппродукції м. Миколаїв. Усі розраховані у бізнес-плані показники свідчать про перспективність даного проекту. Виконання бізнес-плану дозволить досягти цих показників на практиці. Розроблений бізнес-план має практичну значущість і може бути застосований на практиці.

Все вищезгадане дозволяє зробити висновок про те, що виробництво печериць, при наявності грамотного сучасного керівника, з добре розвиненою підприємницькою жилкою – це один із прогресивних напрямків розвитку сільського господарства на найближче майбутнє, а також спосіб вирішення загостреної продовольчої проблеми та зайнятості населення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Барроу К., Барроу П., Браун Р. Бізнес-план: практич. посіб. / пер. з англ. Київ : Знання, 2005. 434 с.
2. Бескровна Л.О. Бізнес-планування підприємства: навч. посіб. Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2012. 124 с.
3. Варналій З.С., Васильців Т.Г., Лупак Р.Л., Білик Р.Р. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с.
4. Василенко В.А., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління. Навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2003. 396 с.
5. Васильців Т.Г., Качмарик Я.Д., Блонська В.І., Лупак Р.Л. Бізнес-планування : навч. посіб. Київ : Знання, 2013. 173 с.
6. Вдовенко С.А. Вирощування їстівних грибів: Навч. посіб. Вінниця: ВНАУ, 2010. 120 с.
7. Гнатенко І. Методологічні аспекти розвитку інноваційного підприємництва: теорія та практика : монографія. Харків : СГ НТМ «Новий курс», 2019. 253 с.
8. Гнатенко І.А. Концептуальні підходи до управління малими підприємствами з урахуванням критеріїв економічної безпеки та життєвого циклу підприємства. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2018. № 3 (123). С. 47-56.
9. Гнатенко І.А. Особливості функціонування сучасного малого підприємництва як органічного елементу ринкової економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2015. № 2 (1). С. 214-217.
10. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
11. Должанський І.З., Загорна Т.О. Бізнес-план. Технологія розробки. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 384 с.
12. ДСанПіН «Гігієнічна класифікація праці за показниками шкідливості

та небезпечності факторів виробничого середовища, важкості та напруженості трудового процесу»: Наказ МОЗ від 08.04.2014 № 248. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0472-14#Text>.

13. ДСанПіН 3.3.2.007–98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0007282-98#Text>.

14. ДСанПіН 3.3.6-096-2002 «Державні санітарні норми і правила при роботі з джерелами електромагнітних полів»: Наказ МОЗ від 18.12.2002 № 476. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0203-03#Text>.

15. ДСН 3.3.6.037-99 «Санітарні норми виробничого шуму, ультразвуку та інфразвуку»: Постанова МОЗ України №37 від 01.12.99. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va037282-99>.

16. ДСН 3.3.6.042–99 «Санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень»: Постанова МОЗ України №42 від 01.12.99. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va042282-99#Text>.

17. ДСТУ Б. В.1.1-36:2016 «Національний стандарт України. Норми визначення категорій приміщень, будинків та зовнішніх установок за вибухопожежною та пожежною небезпекою»: Наказ МОЗ від 15.06.2016 № 158. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=65419.

18. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с.

19. Загуцький У.Р., Цимбалюк В.М., Шевченко С.Г. Планування і діагностика діяльності підприємств: навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2013. 320 с.

20. Кравченко М.О., Бояринова К.О., Копішинська К.О. Управління ризиками : навчальний наочний посібник для студентів спеціальності 073 «Менеджмент». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 432 с.

21. Латюк Г. І., Попова Л. М. Грибівництво : практикум для студентів вищих закладів освіти I—IV рівнів акредитації, які навчаються за освітньо-професійними програмами бакалавр і магістр спеціальностей «Агрономія» та

«Садівництво і виноградарство». Одеса : Астропринт, 2021. 140 с.

22. Макаренко Н.М., Олійник Н.М. Бізнес-планування. Навчально-методичний посібник. Херсон : ТОВ «ВКФ «СТАР» ЛТД», 2017. 224 с.

23. Основи підприємництва: Підручник / Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О. та ін.; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. 493 с.

24. Планування і контроль на підприємстві : навч. посіб. / О. Ф. Михайленко, Н. М. Євдокимова, Ю. М. Лозовик та ін.; за заг. ред. О. Ф. Михайленко. К. : КНЕУ, 2014. 459 с.

25. Трохимець О.І. Теоретичні аспекти ролі інституційного забезпечення розвитку аграрного сектору. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 51. С. 221-226.

26. ФАО. URL: <https://www.fao.org/home/ru>.

27. Ходаківська О.В. Теоретико-світоглядні засади сталого розвитку соціально-економічних систем. *Сталий розвиток соціально-економічних систем в умовах глобалізаційних процесів*: зб. наук. праць. К., 2020. С. 116-120.

28. Цивільний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.

29. Blue Book Services. URL: <https://www.bluebookservices.com/>.

30. UMDIS. URL: <https://www.umdiss.org/>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Нормативно-правові акти управління охороною праці

№	Назва документу	Рік видання, дата, номер редакції	Організація, що видала документ
Документи зовнішнього походження			
1	Кодекс законів про працю	від 10.12.1971 № 322-VIII,	Верховна Рада України
2	Закон України «Про охорону праці»	з правками 2013	Верховна Рада України
3	Закон України «Про пожежну безпеку»	18.11.2012 № 49	Верховна Рада України
4	Закон України «Про забезпечення санітарно-епідемічного благополуччя населення»	01.01.2013 № 5	Верховна Рада України
5	Закон України «Про об'єкти підвищеної небезпеки»	06.12.2012 № 27 18.11.2012 № 15	Верховна Рада України
Галузеві документи, стандарти			
1	ДСАНПІН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами ЕОМ	1998 р. № 7	Міністерство охорони здоров'я України. Головне санітарно-епідеміологічне управління.
2	НПАОП 0.00-4.15-98 «Положення про розробку інструкцій з охорони праці».	1998 р. № 9	Держнагляд охорони праці
Внутрішні документи підприємства			
1	Положення про систему управління охороною праці на даному підприємстві	Січень 2018	Директор
2	Положення про організацію первинного і періодичних медичних оглядів працівників певних категорій.	Січень 2018	Директор
Інші документи (інструкції, журнали інструктажів)			
1	Журнал реєстрації інструктажів з техніки безпеки	Травень 2018	Інженер з ОП
2	Журнали реєстрації вступного та повторних інструктажів з охорони праці та пожежної безпеки та своєчасність їх заповнення.	Травень 2018	Інженер з ОП

Програма заходів охорони здоров'я та забезпечення безпеки праці

Заходи	Відповіда льна особа	Термін виконання	Ресурси	Облікові документи
Завдання 1.				
1)Провести комплекс юридичних заходів по впровадженню законодавства	Менеджер по організації неробочого процесу	Пів року, а після завершення процесу - регулярно по прийняттю нормативних документів	Кадрові працівники - юристи	міжнародний стандарт OHSAS 18001:2010 Українське законодавство у галузі охорони праці Закон України «Про охорону праці». Кодекс законів про працю України Закон України «Основи законодавства України про охорону здоров'я». Закон України «Про пожежну безпеку». Закон України «Про використання ядерної енергії та радіаційну безпеку». Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення».
2)проведення заходів по дотриманню встановленого юридичного режиму у галузі охорони праці	Менеджер по організації неробочого процесу	Пів року, а після завершення процесу - регулярно по прийняттю нормативних документів	Кадрові працівники - юристи	міжнародний стандарт OHSAS 18001:2010 Українське законодавство у галузі охорони праці Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення». Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності». Закон України «Про основні засади державного нагляду

				(контролю) у сфері господарської діяльності».
Завдання 2.				
1)Складання графіків занять по охороні праці та інформування працівників	Менеджер по організації неробочого процесу	На один календарний рік	Для проведення занять та семінарів запрошуються спеціалісти у галузі охорони праці	міжнародний стандарт OHSAS 18001:2010 Українське законодавство у галузі охорони праці 2. Закон України «Про охорону праці». Кодекс законів про працю України Закон України «Основи законодавства України про охорону здоров'я».
2)забезпечення адаптації інваліди до робочого процесу	Менеджер по організації неробочого процесу	Постійно	Закупівля пандусів, встановлення ліфтів, додатковий відпочинок	міжнародний стандарт OHSAS 18001:2010, Українське законодавство у галузі охорони праці Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення». Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності». Закон України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності».

Продовження додатка 2