

И.В. Ивановская, Я.В. Хребтович
Белорусско-Российский университет
Могилев, Республика Беларусь

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ СОЗДАНИЯ ФЕРМЫ ДЛЯ ВЫРАЩИВАНИЯ ВИНОГРАДНОЙ УЛИТКИ

В статье обоснована целесообразность выращивания виноградной улитки на земельном участке КФХ «ФасольКа» в Кличевском районе. Реализация данного проекта позволит не только освоить рынки производителей улиток, но и создать и укрепить имидж предприятия как производителя высококачественной продукции, а также удовлетворить потребительский спрос на данный вид продукции.

Ключевые слова: *виноградная улитка, анализ рынка, удовлетворение спроса, экономическая эффективность.*

В статье предложен проект разработки фермы для выращивания виноградной улитки в КФХ «ФасольКа» [2, с. 360].

Виноградные улитки с давних времен славились своими вкусовыми качествами и питательной ценностью. К примеру, в мясе улитки содержится больше белка, чем в курином яйце, при этом отсутствует холестерин. Помимо этого, виноградные улитки не вызывают аллергических реакций, что дает возможность употреблять их в пищу даже людям, склонным к аллергии. Улитки богаты различными аминокислотами и биологически активными веществами, что делает этих моллюсков привлекательными для использования в косметологии и фармацевтике.

Каждый год европейцы съедают несколько сот тонн улиток, при этом спрос на них остается стабильно высоким и даже не удовлетворенным. Такая ситуация приводит все больше фермеров к мысли об организации улиточных ферм. Многие из уже существующих ферм, занимающихся промышленным разведением улиток, экспортируют большую часть своей продукции на европейский рынок по цене, привлекательной для наших производителей. Так, экспорт моллюсков за последние четыре года вырос в 100 раз, что говорит о достаточно высокой успешности данного вида бизнеса [3].

На сегодняшний день в Республике Беларусь о данном бизнесе практически ничего неизвестно. На международном рынке потребность в этой уникальной продукции составляет свыше 120 тысяч тонн, а предложение покрывает спрос лишь на 60%. Сегодня для граждан стран СНГ употребление виноградной улитки на уровне масс-маркета не распространено. Поэтому основными рынками сбыта моллюсков выступают страны Европы, например, Франция и Италия, где улитка воспринимается в качестве деликатеса. Оно не

только имеет уникальный вкус, но и содержит белок (10%), жиры (30%), углеводы (5%), витамины В6, В12 и другие полезные микроэлементы.

Также моллюски широко используются в медицинской и косметологической промышленности, они омолаживают и разглаживают кожу, а также лечат заболевания органов дыхания и укрепляют сердечно-сосудистую систему.

Следовательно, целевой аудиторией предлагаемой продукции станут:

- европейские производители медицинских/косметологических препаратов, в состав которых входят компоненты виноградной улитки;
- предприятия в Европе, специализирующиеся на переработке морепродуктов.

Ценностное предложение КФХ «ФасольКа» для выделенных потребительских сегментов: уникальный продукт – свежее улиточное мясо, производящееся на экологически чистой ферме.

Реализация виноградной улитки европейским производителям медицинских/косметологических препаратов и предприятиям, перерабатывающим морепродукты, предполагается с помощью прямых каналов сбыта посредством специализированных логистических компаний.

Для успешного функционирования КФХ «ФасольКа» на рынке виноградных улиток необходимы следующие ресурсы.

1. Материальные (сырье, оборудование). В качестве сырья необходимы продукты потребления виноградными улитками, а также кальциевые удобрения для формирования их раковины. И оборудование, необходимое для строительства и обустройства зимней теплицы.

2. Трудовые. Для обслуживания улиточной фермы потребуется один рабочий, который будет осуществлять следующие функции: кормление животных; чистка террариумов; наблюдение за темпами роста моллюсков; отбор товара на продажу; контроль за температурой, влажностью и другими параметрами.

Сам предприниматель может взять на себя функции по формированию отчетности фирмы; уплате налогов; налаживанию каналов сбыта и прочие.

3. Интеллектуальные (бренд предприятия, сертификаты качества).

4. Финансовые. Источники финансирования инвестиционных затрат по проекту:

- доходы от ценных бумаг;
- доходы, полученные от реализации продукции, работ, услуг, а также других видов хозяйственной деятельности;
- кредиты банков и других кредиторов.

Основные этапы выращивания виноградной улитки.

1. Покупка стада. Самым серьезным препятствием в начинании выращивания является долгий срок взросления улитки. Чтобы моллюск был готов к употреблению в пищу, при искусственном содержании виноградной улитки должно пройти в среднем 1,5 года и 3 года – при разведении на природе. Поэтому лучше всего закупить уже взрослых половозрелых особей (не менее 500 штук), что позволит сразу получить потомство. Преимущественно

приобрести их у поставщиков из зарубежных стран (Чехия, Польша), имеющих все необходимые сертификаты качества.

2. Строительство зимней теплицы. Улитки в уличных условиях впадают в спячку (от 3 до 6 месяцев). Чтобы выращивание моллюсков велось круглый год, необходимо строительство зимней теплицы. Такую теплицу устанавливают на фундамент, пол утепляют и заливают бетоном. Каркас из металлической профильной трубы, чтобы никакой ветер не повредил его. Облицовка из толстого поликарбоната.

Для поддержания правильных условий в теплицу устанавливают: дополнительное освещение; обогрев инфракрасными обогревателями; вентиляцию; бак с водой для повышения влажности; электрогенератор; систему полива дождеванием с мелкими каплями, чтобы легче было поддерживать влажность.

3. Условия выращивания. Теплица должна быть оборудована хорошей вентиляционной системой. Влажность воздуха в ней должна быть не ниже 85%. Любое колебание температур в разведении виноградных улиток недопустимо. Столбик термометра не должен опускаться ниже 20°C и подниматься выше 23°C. Такой стабильный микроклимат способствует их быстрому размножению, а также росту. Раз в несколько дней необходимо проводить чистку аквариумов от слизи обычной чистой водой без каких-либо химикатов и чистящих средств.

4. Кормление. Улитки питаются перемолотыми злаками, травой и мелом. В рацион обязательно стоит включить овёс, пшеницу, семена конопли и льна, кукурузу, гречиху, сою, подорожник. Для удобрения почвы в обустроенный для моллюсков вольер нужно подкидывать свежескошенную сорную траву, а также добавлять кальциевые удобрения для формирования раковины.

5. Размножение. Улитки начинают размножаться на втором году жизни и дают потомство один-два раза в год. В среднем одна улитка дает потомство в количестве 50 моллюсков.

Для эффективной продажи улиточного мяса потребуется:

– разработать фирменный веб-сайт. Здесь должна содержаться информация о ферме, ее товаре, условиях проживания улиток, а также контактная информация для партнеров и покупателей на двух языках – русском и английском. На сайте можно предусмотреть доставку товара на заказ;

– разместить информацию о фирме и ее продукции на тематических форумах и электронных досках объявлений;

– проводить переговоры с потенциальными потребителями напрямую;

– участвовать в выставках и ярмарках.

Основными партнерами предприятия в процессе создания и реализации ценностного предложения являются:

– поставщики маточного стада;

– организации, реализующие строительные материалы, а также теплицы для разведения моллюсков;

– компании, предлагающие необходимые устройства для оснащения зимней теплицы;

– ветеринарные службы, предоставляющие разрешение на реализацию партий продукции.

Для отражения сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз со стороны внешней окружающей среды данного проекта составлен SWOT-анализ. Также в SWOT-таблице видны угрозы со стороны внешней окружающей среды проекта, которые являются рисками организации и требуют скорейшего устранения (табл. 1) [1, с. 5].

Таблица 1

SWOT-анализ проекта

| | ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ СТОРОНЫ | ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ СТОРОНЫ |
|--------------------|--|---|
| | Сильные стороны | Слабые стороны |
| Внутренние факторы | 1. Высокое качество продукции. 2. Уникальность. 3. Экологически чистое производство | 1. Выход на новый рынок. 2. Климат не подходит для уличного разведения улиток круглый год. 3. Небольшой спрос на внутреннем рынке |
| | Возможности | Угрозы |
| Внешние факторы | 1. Техническое перевооружение. 2. Повышение ликвидности и платежеспособности. 3. Увеличение производственных мощностей. 4. Наращивание объемов реализации. 5. Установление новых торговых связей | 1. Низкий спрос. 2. Выход на рынок новых поставщиков улиточного мяса и икры. 3. Изменение культуры потребления |

По результатам анализа можно подытожить, что КФХ «ФасольКа» обладает достаточными внутренними силами и ресурсами, чтобы реализовать имеющиеся возможности и противостоять угрозам проекта.

Проведена экономическая оценка эффективности проекта. По результатам проведенных расчетов были выявлены показатели экономической эффективности проекта. Срок окупаемости данного проекта составил менее трех лет (2,85 года) при предложенных объемах реализации. Рентабельность инвестиций по данному проекту – 196,41%, а внутренняя норма рентабельности – 38% (что выше ставки дисконтирования – 25%). В первую очередь это связано с малыми капиталовложениями в строительство и оборудование, небольшой потребностью в трудовых ресурсах и достаточно низкими ценами на сырье при определенно больших ценах готового продукта.

На основании полученных результатов можно сделать вывод, что данный проект является экономически эффективным и его внедрение на КФХ «ФасольКа» целесообразно. После реализации проекта предлагаемая продукция будет полностью конкурентоспособна по цене и качеству на внутреннем и внешних рынках сбыта.

Список литературы

1. Германович Г.В. Методологические и методические аспекты разработки инвестиционных бизнес-планов и программ. Минск, 2019.

2. Межов С.И., Болденков А.В. Проектирование бизнес-процессов на основе инструментов бизнес-моделирования // Вестник алтайской науки. 2019. №3, 4. С. 359–365.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.belstat.gov.by> (дата обращения: 14.06.2021).

I.I. Ivanouskaya, Y.V. Khrebtovich

Belarusian-Russian University

Mogilev, Republic of Belarus

BUSINESS MODEL OF CREATING A FARM FOR GROWING A GRAPE SNAIL

The article substantiates the expediency of growing a grape snail on the land plot of the farm «FasolKa» in the Klichevsky region. The implementation of this project will allow not only to master the markets of snail producers, but also to create and strengthen the company's image as a manufacturer of high-quality products, as well as satisfy consumer demand for this type of product.

Keywords: *grape snail, market analysis, satisfaction of demand, economic efficiency.*