

## ПРОЕКТ З ВИРОЩУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ГОРІХІВ

**Домашов С.П., Жолоб Р.О.**, учасники проекту «Норвегія-Україна.  
Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»  
**Арестенко Т.В.**, к.е.н., доцент кафедри маркетингу  
*Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра  
Моторного*

Україні пощастило перебувати на частини з 7% території нашої планети, де можна вирощувати грецький горіх. Вирощування грецьких горіхів - високоприбутковий бізнес, який не вимагає значного капіталу для розвитку. Як показує практика, саджанці швидко приживаються після посадки, переносять температурні коливання і стійкі до різних шкідників. Процес догляду за деревами нескладний, а збір врожаю (і наявність прибутку) гарантований далеко не один десяток років. Тому організувавши вирощування волоських горіхів як бізнес, можна забезпечити заробіток не тільки для себе, але і залишити хороший спадок для своїх дітей і навіть онуків [2,3].

Варто відмітити, що дана бізнес-ідея почне приносити дохід не відразу, а через 8-10 років. Отримати перший урожай можна буде мінімум через 5 років. Але висока рентабельність виробництва та реалізації даної продукції в подальшому дуже приваблива.

Важливою перевагою даного бізнесу також є постійний стабільний попит, який обумовлений:

- цінністю горіха як продукту харчування;
- можливістю транспортування на великі відстані;
- добрим зберіганням продукції.

Тому в нашому дослідженні було розроблено проект з вирощування та реалізації саме цих плодів. Мета проекту – налагодження прибуткового сімейного бізнесу з виробництва та реалізації плодів горіхів на власній присадибній ділянці площею 0,5 га.

Для реалізації проекту по вирощуванню та реалізації горіхів потрібен садивний матеріал з високоврожайних, крупноплідних, стійких до хвороб і шкідників сортів – було обрано сорти «Ідеал», «Великан», «Кочерженко». За латеральною схемою посадки (12м\*10м) необхідно 80 саджанців за ціною 70 грн./шт./ (однорічні), тобто 5600 грн. Крім саджанців планується закупити органічне добриво, калійні і фосфатні добрива та засоби захисту рослин. Роботи із закладення саду та догляду за ним планується виконувати власними силами.

Зібраний урожай буде реалізовуватися через власну точку продажу на місцевому ринку, а також через роздрібних та оптових торговців. Передбачається також укладання договору з кондитерською фабрикою «Фантазія», м. Мелітополь.

Інформацію про продукцію буде доноситися до потенційного клієнта, перш над усе, за допомогою власного сайту в Інтернеті, налаштування контекстної реклами, участі у ярмарках та виставках (розміщення в каталозі виставки, розміщення на сайті, роздача контактів), використання прямого маркетингу

(телефонні дзвінки та поштова розсилка) для переробних підприємств [1,4]. Загальні витрати становитимуть 3000 грн.

На окупність інвестицій при існуючих умовах можна розраховувати на 8 рік, коли урожайність досягне в середньому 10ц/га. З 0,5га ми отримаємо 500 кг плодів (або 250 кг ядер) та виручку 50000 грн. Повна собівартість складе 28700 грн., а прибуток – 21300 грн. Рівень рентабельності виробництва плодів – 74,2%, рівень рентабельності продажу при цьому складе 42,6%.

На 15 рік, коли досягається максимальна урожайність 4-4,6т/га, тобто з 50 соток ми зможемо отримати 2,0-2,3т, або 2000-2300кг продукції (1000-1150 ядер горіхів). Грошова виручка складе 200000 грн., повна собівартість продукції - 36000 грн., прибуток від реалізації складе 164000 грн., а рівень рентабельності виробництва плодів – 455%. Рівень рентабельності продажу при цьому складе 82%.

Таким чином, проект є ефективним і доцільним для впровадження. В подальшому планується вирощування саджанців з метою продажу як додаткове джерело прибутку.

### Список літератури:

1. Арестенко Т.В., Арестенко В.В. Перспективні напрями розвитку ринку маркетингових досліджень у системі SOCIAL MEDIA MARKETING. *Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка»*. – Тернопіль, 2017. №1-2 [67]. С. 109 – 113.
2. Коноваленко А.С., Болтянська Л.О., Трачова Д.М. Від ідеї до власної справи: Навчальний посібник. Мелітополь: ВПЦ «Люкс», 2017. 278 с.
3. Куліш Т.В. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень *Формування ринкової економіки [Електронний ресурс]: зб. наук. праць*. К.: КНЕУ, 2011. Ч. 2. С. 142–149. – Режим доступу: <http://ir.kneu.kiev.ua:8080/handle/2010/1157>
4. Шквиря Н.О. Інформаційне забезпечення інноваційних рішень на засадах маркетингу. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2013. № 2(22). С. 288-294.
5. Бурдін О.М. Сокіл Я.С. Business model canvas як інноваційний інструмент бізнес-планування. Збірник тез I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему» (NUPASS). Мелітополь: ТДАТУ. 2020. - С. 11-13.
6. Легеза Д. Г. Влияние маркетинговых факторов на конкурентоспособность предприятий Украины. *Вестник Кыргызского Национального университета им. Ж. Баоасагина / КНУ им. Ж. Майборода* Г.О. Маркетингові інструменти в системі бізнес – планування. *Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту «Норвегія - Україна». Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему» (NUPASS)*. Мелітополь: «Колор Принт». 2020. с. 19- 20.