

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

12.05 – МКР. 2143 “С” 2022.12.29. 023 ПЗ

ПАРХОМЧУК МАКСИМ МИКОЛАЙОВИЧ

2023 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Факультет аграрного менеджменту

УДК: 005.511(083.92):2-583

ПОГОДЖЕНО

Декан факультету аграрного
менеджменту

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

В.о. завідувача кафедри
виробничого та інвестиційного
менеджменту

Анатолій ОСТАПЧУК

(підпис)

« »

2023 р.

Тетяна ВЛАСЕНКО

(підпис)

« »

2023 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «БІЗНЕС-ПЛАН З ВИРОБНУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ЗЕМЛІ У
ЗАКРИТОМУ ТРУННІ»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними
проектами»

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми

д.с.н., професор

Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи

к.е.н., доцент

Лілія ШИНКАРУК

(підпис)

Тетяна АРТЮХ

(підпис)

Виконав

Максим ПАРХОМЧУК

(підпис)

КИЇВ - 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри виробничого та
інвестиційного менеджменту

д.е.н., професор Марина ДЄЛІНІ

(підпис)

2022 р.

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
СТУДЕНТУ

Пархомчуку Максиму Миколайовичу

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними
проектами»

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Тема магістерської роботи: «Бізнес-план відкриття автопарковки»

затверджена наказом ректора НУБІП України від 29 грудня 2022 р. №1915 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру

10 листопада 2023 р.

(рік, місяць, число)

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: нормативно-правові акти
України, вітчизняні та зарубіжні інформаційні джерела, електронні джерела,
результати опитувань та власних спостережень.

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Визначення особливостей вирощування органічної зелені у закритому ґрунті.
2. Розробити бізнес-план з вирощування органічної зелені у закритому ґрунті.
3. Здійснити оцінку ефективності реалізації розробленого бізнес-плану.

Дата видачі завдання «30» грудня 2022 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи _____ Тетяна АРТЮХ

Завдання прийняв до виконання _____ Максим ЦАРХОМЧУК

РЕФЕРАТ

НУБІП України

Пархомчук М. М. Бізнес-план вирощування органічної зелені у закритому ґрунті: магістр. кваліф. робота : спец. 073 «Менеджмент» / Пархомчук Максим Миколайович; НУБіП України: кафедра інвестиційного менеджменту; керівник Т. О. Артюх, к.е.н., доцент. Київ, 2023. 62 с.

НУБІП України

Анотація. Органічний світовий ринок є найбільш стабільно зростаючим ринком в останні 20 років. Зелені овочі характеризуються високою харчовою цінністю, оскільки вони є джерелом цінних фітонутрієнтів. Структура валової продукції овочівництва України характеризується обмеженим асортиментом вирощуваних зеленних культур. Потреба в них задовольняється не у повному обсязі, простежується сезонність виробництва, низька врожайність і якість зелені.

НУБІП України

В умовах ринкової економіки показала високу ефективність така форма організації планування діяльності суб'єктів економічних відносин, як бізнес-планування. Бізнес-план є одним з видів формалізованого планування бізнесу у вигляді системи кількісних і якісних показників майбутнього розвитку. Тому, виникає необхідність забезпечення стабільного зростання рівня розвитку потенціалу та ефективності вітчизняних виробників органічної зелені, що вимагає принципово нових підходів до організації та планування їх діяльності.

НУБІП України

Дане дослідження описує теоретичні та практичні аспекти розробки бізнес-плану з вирощування органічної зелені у закритому ґрунті. Розкрито та охарактеризовано особливості вирощування органічної зелені. Проаналізовано внутрішній та закордонний ринок вирощування органічної зелені.

НУБІП України

Визначено та охарактеризовано основні цілі, завдання бізнес-плану з вирощування органічної зелені у закритому ґрунті. Охарактеризовано особливості бізнес-плану інвестиційного проекту, проаналізовано конкурентне середовище проекту. Розроблено організаційний та маркетинговий план проекту з вирощування органічної зелені у закритому ґрунті. Проведено оцінку ефективності проекту, а також проведено аналіз можливих ризиків та

НУБІП України

можливостей реалізації бізнесу.

Розроблено пропозиції щодо реалізації бізнес-плану з вирощування органічної зелені у закритому ґрунті та подальшого його розвитку.

Ключові слова: бізнес-план, органічне вирощування зелені, овочі закритого ґрунту, ефективність проекту, ризики проекту, інвестиції.

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1 ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ З ВИРОЩУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ЗЕЛЕНІ У ЗАКРИТОМУ ҐРУНТІ.....	10
1.1. Особливості вирощування органічної зелені у закритому ґрунті.....	10
1.2. Аналіз та особливості внутрішнього ринку з вирощування зелені у закритому ґрунті.....	18
1.3. Аналіз зовнішнього ринку з вирощування органічної сільськогосподарської продукції.....	26
РОЗДІЛ 2 БІЗНЕС-ПЛАН З ВИРОЩУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ЗЕЛЕНІ У ЗАКРИТОМУ ҐРУНТІ.....	33
2.1. Резюме проекту.....	33
2.2. Концептуальне значення та цілі проекту.....	34
2.3. Загальна характеристика бізнесу.....	35
2.4. Аналіз конкурентного середовища та маркетингова складова проекту.....	37
2.5. Організаційно-виробничий план.....	41
2.6. Оцінка ефективності проекту.....	48
2.7. Управління ризиками проекту.....	51
РОЗДІЛ 3 ПРОПОЗИЦІЇ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ.....	53
ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

ВСТУП

НУБІП України

Актуальність теми. Сучасні умови господарювання характеризуються зростанням динамічності та невизначеності зовнішнього середовища, посиленням інтенсивності конкуренції. Трансформація умов господарювання та

НУБІП України

необхідність забезпечення стабільного зростання рівня розвитку потенціалу та ефективності вітчизняних товаровиробників потребує принципово нових підходів до організації та планування їх діяльності. В умовах ринкової економіки

НУБІП України

показала високу ефективність така форма організації планування діяльності

НУБІП України

суб'єктів економічних відносин, як бізнес-планування. Бізнес-план є одним з видів формалізованого планування бізнесу у вигляді системи кількісних і якісних показників майбутнього розвитку.

НУБІП України

Пріоритетним завданням розвитку соціально-економічного блоку

НУБІП України

державної політики України є забезпечення продовольчого сектора національної

НУБІП України

економіки. Одним із таких секторів економіки є виробництво сільськогосподарської продукції на підприємствах закритого ґрунту, які можуть здійснювати свою діяльність протягом року і територіально можуть розвиватися

в будь-якій місцевості з різноманітними природно-кліматичними умовами.

НУБІП України

Таким чином, ефективний розвиток виробництва агропродовольчої продукції в закритому ґрунті є необхідною передумовою забезпечення здорового харчування людей. Оскільки ця галузь виробництва є трудомісткою, то її

НУБІП України

розвиток забезпечить не тільки збільшення робочих місць, підвищення

НУБІП України

зайнятості та доходів сільського населення, а й зменшить соціальну напругу на

НУБІП України

селі.

НУБІП України

Проблеми розвитку організаційного виробництва в аграрному секторі досліджували такі вчені, як: В. Андрійчук, М. Артиш, С. Бегей, Н. Берlach,

О. Бородіна, В. Гудзь, Т. Зінчук, В. Вовк, М. Капштик, В. Кисіль, М. Кобець,

Ю. Манько, В. Месель-Веселяк, В. Писаренко, П. Писаренко, І. Примак,

О. Ходаківська, М. Шикунда та інші вчені.

НУБІП України

Дослідженню проблем розробки бізнес-планів діяльності суб'єктів

господарювання у різних сферах економіки присвячені праці вітчизняних та іноземних вчених: Д. Бористайн, С. Ф. Покропивного, Г. Д. Львовського, В. Д. Маркової, Олійник, М. В. Масловської, Н. О. Перевозчикова, Т. С. Пліоти, К. Й. Пугачевської, О. В. Михайленко, Ю. Смаковської, В. В. Сирова, В. А. Чичун та інших науковців.

Аналіз публікацій щодо проблем розробки бізнес-планів свідчить про те, що ефективність функціонування аграрних та переробних підприємств залежить від значної кількості різноманітних організаційно-економічних, технічних і фінансових чинників, що зумовлює потребу в реальному обґрунтуванні кожного

проекту інвестування діючого або новостворюваного підприємства, що й обумовило вибір теми магістерської кваліфікаційної роботи, її актуальність, мету та завдання дослідження.

Мета і завдання дослідження. Метою магістерської кваліфікаційної роботи є узагальнення теоретичних аспектів щодо розробки бізнес-плану з вирощування органічної зелені у закритому ґрунті та розробка практичних рекомендацій щодо його організації, реалізації та подальшого розвитку для забезпечення здорового харчування людей. Для досягнення поставленої мети в процесі дослідження були поставлені наступні завдання:

- охарактеризувати особливості вирощування органічної зелені у закритому ґрунті;

- здійснити аналіз та особливостей внутрішнього ринку з вирощування зелені у закритому ґрунті;

- здійснити аналіз зовнішнього ринку з вирощування органічної сільськогосподарської продукції;

- охарактеризувати основні цілі бізнес-плану з вирощування органічної зелені у закритому ґрунті;

- охарактеризувати особливості бізнес-плану інвестиційного проекту;

- здійснити аналіз маркетингового середовища проекту;

- розробити організаційний план проекту з вирощування органічної зелені у закритому ґрунті ;

– здійснити оцінку ефективності проекту з вирощування органічної зелені у закритому ґрунті;

– здійснити аналіз можливих ризиків вирощування органічної зелені у закритому ґрунті;

– розробити пропозиції щодо реалізації бізнес-плану.

Об'єктом дослідження є процес розробки та реалізації бізнес-плану з вирощування органічної зелені у закритому ґрунті.

Предмет дослідження – це сукупність теоретичних та практичних аспектів пов'язаних із процесом розробки та організації бізнес-плану з вирощування органічної зелені у закритому ґрунті.

Методи дослідження. При вирішенні поставлених завдань для досягнення мети застосовувались наступні методи дослідження: системного узагальнення; аналізу і синтезу; порівняльного аналізу; графічного та табличного відображення.

Інформаційною основою дослідження стали: нормативно-правові акти України; вітчизняні та зарубіжні інформаційні джерела, статистичні дані у сфері органічного виробництва сільськогосподарської продукції.

Практична цінність результатів дослідження полягає у розробці проекту та рекомендацій щодо реалізації бізнес-плану з вирощування органічної зелені у закритому ґрунті та подальшого забезпечення його функціонування.

Обсяг та структура магістерської кваліфікаційної роботи.

Магістерська кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і викладена на 62 сторінках. Робота містить 8 таблиць, 13 рисунків. Список використаних джерел налічує 23 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ РИНКУ З ВИРОЩУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ
ЗЕЛЕНІ У ЗАКРИТОМУ ҐРУНТІ

1.1. Особливості вирощування органічної зелені у закритому ґрунті

У харчуванні людини важливе значення має не тільки забезпечення її калоріями, білками, але й необхідними у харчуванні незамінними амінокислотами, вітамінами, мінеральними речовинами тощо. Наявність їх

забезпечує продукція овочевих культур: плоди, стебла, листки, квіти, коренеплоди, особливо в свіжому вигляді. Кліматичні умови України забезпечують повноцінне харчування людини овочами лише в сезонний період

їх вирощування. Для українських покупців вже стало звичним присутність на прилавках магазинів свіжої зелені серед зими. Про це дбають тепличні господарства, яких все більше з'являється на території нашої країни. Вони вже

забезпечують, в залежності від пори року, від 20 до 50% відсотків внутрішнього ринку. Інший обсяг добирається за рахунок імпорту. Наявність попиту на зелень та розвиток технологій її ефективного вирощування в закритому ґрунті служать

катализатором розвитку тепличної сфери агробізнесу.

Закритий ґрунт – це створення для овочевих, зеленних та інших рослин оптимальних мікрокліматичних умов і факторів біологічного й агрономічного характеру, які забезпечують ріст і розвиток рослин у будь-яку пору року шляхом

використання теплиць, парників, утепленого ґрунту, плівкових накривтів тощо.

Він забезпечує отримання максимальних урожаїв цих культур із високими смаковими, дієтичними, протекторними, лікувальними та якісними показниками [15].

Споруди закритого ґрунту є інженерними системами зі складним обладнанням, яке забезпечує обігрів, полив, живлення, захист рослин, регулює температуру, вологість, кількість вуглекислого газу (CO₂), світла за допомогою ручного чи автоматичного способів. Тепличне овочівництво – це високозатратна

галузь сільського господарства, енергоємна, характеризується високими економічними показниками. Підвищення урожаїв та якості овочевої продукції постійно потребує регулювання мікроклімату, впровадження повної комп'ютеризації технологічних процесів, нових систем їх автоматизації, удобрення, захисту рослин. Це сприяє зростанню економічних показників:

енерго- та загальних витрат, росту собівартості, зниженню рентабельності і чистого прибутку. Тому при підвищенні продуктивності і якості овочів в умовах закритого ґрунту особливого значення набувають заходи, спрямовані на покращення економічних показників виробництва, особливо зменшення вартості

одиниці продукції [15].

Вирощування в закритому ґрунті останнім часом стає все більш популярним напрямом розвитку аграрного ринку завдяки своїй економічній вигідності та мінімізації ризику втрати врожаю через неконтрольовані (а саме погодні) умови.

Попит на свіжу зелень є як на вітчизняному, так і на міжнародному ринках. Салати різних видів, рукола, базилік, шпинат міцно увійшли в меню українців. Це відкриває для підприємців можливість зайняти поки ще вільну нішу внутрішнього українського виробництва зелені в теплицях. Вирощування в

теплицях має великі перспективи в експорті, оскільки попит на овочі та зелень зростає через тренд на здоровий спосіб життя.

Органічне агровиробництво є єдиним серед широкого спектру методів господарювання, що не завдає шкоди довкіллю. Тенденція до збільшення органічного виробництва овочів і зелені набувають все більшої популярності серед вітчизняних споживачів.

Згідно Закону України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» сутність поняття органічного виробництва тлумачиться як сертифікована діяльність, пов'язана з

виробництвом сільськогосподарської продукції (у тому числі всі стадії технологічного процесу, а саме первинне виробництво (включаючи збирання), підготовка, обробка, змішування та пов'язані з цим процедури, наповнення,

пакування, переробка, відновлення та інші зміни стану продукції), що провадиться із дотриманням вимог законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції [6].

Органічні продукти є більш привабливими для споживачів, оскільки вони:

корисні для здоров'я та екологічно безпечні;

мають кращу якість і вищі смакові якості;

не містять у собі генетично модифікованих організмів;

не містять токсичних та шкідливих речовин (важкі метали, пестициди, нітрати, нітроти не перевищують ГДК);

не містять шкідливих залишків штучних стимуляторів росту, лікарських препаратів та антибіотиків, що не дозволяються у органічному рослинництві та тваринництві,

не містять хвороботворних мікроорганізмів, паразитів та алергенів;

зберігають поживні речовини та натуральний склад при переробці, оскільки використовуються лише натуральні методи переробки, натуральні речовини та матеріали для пакування, не дозволяються синтетичні речовини при переробці (ароматизатори, консерванти, добавки, тощо) [6].

В Україні, незважаючи на зростаючі площі закритого ґрунту до повномасштабного військового вторгнення, вирощування в теплицях поки не особливо розвинене, частково з тієї причини, що порівняно з вирощуванням у відкритому ґрунті початок тепличного бізнесу потребує великих інвестицій.

Площі закритого ґрунту в 2020 році зросли на 11,8% в порівнянні з 2019 роком (рис. 1.1). З 2000 року зростання відбулося більш ніж у два рази.

На початку 2000-х років виникла сприятлива ситуація для розвитку тепличної галузі. Це було зумовлено невисокими цінами на енергоносії, зростала купівельна спроможність людей, спостерігався великий потенціал в країні – потрібні тільки інвестиції в технологічний проект.



Рис. 1.1. Динаміка площ закритого ґрунту, використовуваних для рослинництва, а також закритого ґрунту під овочі в Україні у 2019-2020 рр.*

Примітка: *Побудовано за [2].

Щорічно населення країни споживає в середньому в розрахунку на одну людину близько 160 кг всіх видів овочів різного способу приготування і

зберігання, або загалом 6,7-7,0 млн т [2]. Якщо культура споживання овочів в

Україні розвинена, вона є невід'ємною частиною традиційної української кухні.

то споживання зелені розвинене набагато менше. Українці вживають зелені в

вісім разів менше, ніж у Словаччині, де її споживають в п'ять разів менше, ніж в

середньому по Європі. Експортних поставок з України мінімальна кількість. При

цьому зелень у європейських супермаркетах коштує приблизно в чотири рази

дешевше в будь-який час року, ніж у вітчизняник. Тому українці вітамінізуються

за рахунок більш дешевих овочів. Таким чином, приходимо до того, що 98%

площі закритого ґрунту використовуються під вирощування овочів, а решта 2%

припадає на зелені і ягоди.

Особливе місце вирощування у спорудах захищеного ґрунту відводять

зеленим і прянощавковим рослинам. Зазначені рослини характеризуються

значним вмістом вітамінів, аскорбінової кислоти, тіаміну, рибофлавіну,

нікотинової кислоти, каротину, цукру, протеїну. Регулярне вживання в їжу

петрушки, салату знижує ризик захворювання на рак. Повноцінне забезпечення

населення України продукцією зеленних рослин можливе за рахунок захищеного

ґрунту з використанням методу проточної гідропоніки і відповідних касет.

Перевагою їх вирощування є те, що час від висіву насіння до одержання товарної продукції коливається від 3–5 діб до 3–4 тижнів.

Основними проблемами ринку тепличних овочів і зелені можна вважати наступні:

собівартість виробництва продукції – вимагає первинних вкладень в устаткування, а в подальшому сильно залежить від вартості електроенергії;

технологія виробництва продукції застаріле обладнання потребує оновлення, сучасні технології, в свою чергу, дають більш якісний продукт і

наближають за смаковими якостями продукцію якомога більше до овочів і зелені

з відкритого ґрунту;

велика частка ґнєвого ринку

відсутність достатньої державної підтримки;

відсутність сучасних технологій зберігання, пакування та

транспортування;

обмежена кількість сховищ [2].

До основних факторів впливу на ринок овочів відносяться: попит на продукцію; технологія виробництва; купівельна спроможність населення;

розвиток культури правильного харчування; погодні умови як фактор впливу на

врожай продуктів-замінників продукції з відкритого ґрунту; наявність належних умов зберігання і транспортування продукції.

Розглянемо деякі з особливостей вирощування зелені у закритому ґрунті.

Для новітніх теплиць притаманна характерна висота від 4 до 6 м. По-

перше, це частково пов'язано із висотою рослин. По-друге, чим більший об'єм приміщення, тим плавніше регулюватимуться зміни клімату.

Як правило, теплиці від 7 метрів використовують в країнах з більш теплим кліматом, наприклад Австралії, що допомагає захистити рослини від перегріву.

Схожа ситуація відбувається і в холодну пору року, якщо є потреба у відкритті

штор для сніготанення чи підгріву скла, оскільки скляна теплиця не несе високого снігового навантаження. Її конструкція створена таким чином, аби якомога більше природного світла потрапляло всередину.

Також теплиці можуть бути, чи не бути, укомплектовані системою досвітки, в залежності від побажань власників та обраного циклу вирощування. Так, для цілорічного культивування необхідна система досвітки.

В переважній більшості теплиць, культури вирощуються за допомогою гідропоніки. Цей метод передбачає створення штучного середовища без використання ґрунту. В таких умовах рослина отримує краще живлення, постійним або крапельним поливом, що сприяє диханню коренів. В якості субстрату використовується мінеральна вата, керамзит, кокосовий коір чи тирса.

Основними методами гідропоніки є: агрегатопоніка, агрокультура, хемопоніка, іонопоніка, аеропоніка та кайпоніка [9].

Агрегатопоніка – метод, при якому коренева система розміщується в замірнику ґрунту. В якості субстрату можуть використовувати щебінь, гравій, подрібнений керамзит, кам'яновугільний шлак, зернистий річковий пісок, а також штучні полімери. Дана технологія немає широкого промислового користування і зустрічається в домашніх теплицях.

Гідрокультура – спосіб культивуаші, при якому рослина вкорінюється в грубому шарі субстрату, а забезпечення живлення відбувається методом підпою (волога підіймається знизу), або звичайним поливом зверху. За такої системи вирощування, здійснюється оптимальне насичення коренів вологою із мінімальними ризиками надмірної вологості кореневої системи.

Хемопоніка – базується на використанні різноманітних органічних матеріалів, а саме: верховий торф, тирса, кокосове волокно, деревна кора, мох.

При такому вирощуванні, живлення здійснюється за рахунок поливу. За словами фахівця, останнім часом популярності набуло використання кокосового субстрату.

Іонопоніка – це новий метод гідропоніки, схожий до агрегатопоніки.

Субстрат при цьому типі вирощування складається із двох видів синтетичних іонообмінних смол: катіоніту та аніоніту. На відміну від агрегатопоніки, поживні речовини знаходяться в субстраті, тому полив здійснюється лише чистою водою, без додавання поживних речовин.

Аeropоніка – один із сучасних способів культивування рослин, який базується на оксигенації води шляхом проходження її через повітря. Корінь рослини не знаходиться у воді, а перебуває у певній закритій камері, де відбувається розпилення поживного розчину.

Хайпоніка – нова технологія та найбільш прогресивний метод гідропоніки, який базується на застосуванні сучасного обладнання для створення найбільш сприятливого росту рослин та максимальної реалізації генетичного потенціалу.

Велика увага надається приготуванню живильного розчину, де важливим є співвідношення кількості мікро- та макроелементів. Для кожної рослини показник розраховується індивідуально. Використовується максимально чиста вода конкретної температури, яка насичується повітрям та потрапляє до коріння по капілярних трубках. Усе це впливатиме на ріст рослини, її стійкість до захворювань та атмосферних чинників.

Циркуляція суміші відбувається безперервно, забезпечуючи рослини необхідними елементами на кожному етапі розвитку. Показником ефективності методу є відсутність використання гормональних препаратів та стимуляторів, які штучно прискорюють ріст. Рослина отримує тільки ті речовини, які не може одержати в природних умовах в необхідній кількості. Застосування хайпоніки дозволяє досягти у 4-5 разів швидшого розвитку плодів, ніж у рослин, які вирощують у звичайному ґрунті.

Основними перевагами вирощування зелені в теплицях на відміну від вирощування овочів у «закритому ґрунті» є наступні:

раціональне використання простору – кореню немає необхідності розростатися, як у ґрунті, оскільки рослина відчуває себе доволі комфортно в умовах, де завжди є поживний розчин, середовище та кількість води. Рослинам не доводиться конкурувати, а оптимально розрахована відстань дозволяє досягти необхідної ваги плоду;

управління живленням – дає можливість контролювати якість та кількість елементів, які потрапляють до кореневої зони.

зменшення використання водних ресурсів – культивування салату в

класичних умовах дає можливість кореневій системі захопити воду чи живильний розчин тільки на 25-30% – решта дренується в ґрунт;

економія поживних речовин – при замкненому обігу витрачається конкретна кількість добрив, яку рослина втягнула через корінець;

відсутність шкідників – кротів, бур'янів, нематодів, совок;

можливість доступу до коріння [9].

На відміну від технології вирощування у закритому ґрунті, до проблеми культивування у відкритому ґрунті відносяться:

вплив атмосферних явищ – град та інтенсивний дощ можуть пошкодити

рослини. У поєднанні із сильним вітром, виникає ще одна проблема – надмірне забруднення, яке вимагатиме посиленого очищення продукції, що є затратним та може вплинути на товарний вигляд;

потреба у захисті від шкідників та хвороб – проблеми можуть виникнути і

в теплиці, однак впливати на них набагато простіше у закритому середовищі, ніж у відкритому ґрунті;

потреба у використанні гербіцидів;

неможливість вирощування при температурі нижче 0 °C чи надто високої температури.

Викликами для тепличної галузі в Україні сьогодні є повномасштабне військове вторгнення, зростання ціна на електроенергію, особливо, для юридичних осіб, що значно збільшує витрати підприємців та призводить до

подорожчання продукції. Перебої в електропостачанні, що потребує додаткових витрат на роботу електрогенераторів. Спостерігається різке зниження рівня доходів населення, на противагу збільшення цін на українські овочі та фрукти.

Разом з тим, товари з-за кордону обходяться дешевше, тому покупці частіше обирають їх. Відсутність тривалого проектного фінансування

перешкоджає розвитку тепличного бізнесу в Україні, а банки готові фінансувати

бізнес вже з існуючого обороту. Також серед викликів: низька ціна імпорту та відсутність державних програм підтримки тепличних господарств в більшості для овочівництва.

НУВБІП України

1.2. Аналіз та особливості внутрішнього ринку з вирощування зелені у закритому ґрунті

Сьогодні, вітчизняний ринок зелені розвивається, здійснюється поступове вкладання коштів у тепличне господарство і розвиток сільськогосподарської галузі. Виробники спрямовують зусилля на нарощуванні виробництва сільськогосподарської продукції і розширення експортних можливостей, що сприятиме зростанню виробництва зелені в майбутньому.

Ринок зелені в Україні складається з численної кількості культур, найбільш популярними серед споживачів є:

салати – латук, айсберг, ромен, суміші;

зелень – кінза, шпинат, цибуля, петрушка, кріп;

пряні культури – м'ята, базилік, розмарин, естрагон, тим'ян, фенхель, рукола.

На ринок вирощування зелені в Україні впливають низка факторів, а особливо, здійснюють вплив негативні зовнішні фактори.

Отже, до основних факторів впливу на ринок зелені в Україні мають вплив: зростання попиту на здорові продукти; демографічна криза; втрата посівних площ; підвищення цін на енергоресурси; автоматизація виробництва та розвиток сільськогосподарських технологій.

Проведемо аналіз факторів впливу на ринок зелені в Україні.

За останні роки зберіглась тенденція щодо споживання здорових продуктів. Під час пандемії коронавірусу, питання про здоровий спосіб життя та раціон харчування стало пріоритетом для багатьох осіб, які раніше зневажливо відносились до даної продукції. Саме тому, при негативній демографії населення, ємність ринку зелені зростала протягом 3 років до 2022 року.

Внаслідок повномасштабного військового вторгнення на територію України по різних оцінках виїхало до 7 млн. громадян. Оскільки зелень є

масовим товаром, його споживання значним чином скоротилося в 2022 році. Зміна демографічної ситуації і в подальшому буде впливати на обсяги реалізації продукції на внутрішньому ринку.

Війна впливає не тільки на демографію населення, але й на можливості вирощування продукції. Загрозою є як фізичне знищення врожаю, так і можливі техногенні катастрофи. Так, 6 червня було підірвано Каховську ГЕС, внаслідок чого рівень води стрімко зріс в районах русла Дніпра. Вода спричинила шкоду не тільки існуючим посівним площам, але і унеможливила на довгий термін будь-яку сільськогосподарську діяльність на цих територіях.

З 1 липня 2023 року зростає ціна на електроенергію на 35%. Також, з 1 липня 2023 року уряд країни повернув ПДВ та акцизи на паливе. Ставку ПДВ повернуто до 20% (попереднє значення 7%). Після таких змін акциз на бензин зріс більше ніж удвічі – до €213, на дизпаливе – майже на 40% – до €140 за 1000 літрів. Доступність цих ресурсів в сільському господарстві є вкрай важливою, оскільки використовується в теплицях (електроенергія на освітлення, функціонування кондиціонерів тощо) та на відкритому ґрунті (паливе для сільськогосподарської техніки). Подорожчання енергоносіїв спричинить підвищення собівартості зелені, що вкрай негативно вплине на прибутки сільськогосподарських виробників.

Завдяки автоматизації вирощування сільськогосподарських культур, агропідприємствам стало значно легше вирощувати зелені, за рахунок чого досягається висока якість вирощуваних товарів. Також, автоматизація дозволила підприємствам застосовувати менше людських ресурсів. Отже, розвиток технічної галузі по відношенню до сільськогосподарського виробництва позитивно впливає на ринок зелені.

Ємність ринку зелені в Україні протягом 2019–2022 років представлено у таблиці 1.1.

У 2022 році було розпочато повномасштабне вторгнення в Україну, що негативно вплинуло на усі сектори економіки. До чинників скорочення ємності ринку зелені в Україні відносяться:

негативна демографія населення – через скорочення населення України стрімко знизився попит на харчові продукти, зокрема на зелень; окупація територій сільськогосподарського призначення – скорочення зрошуваних територій і, відповідно, скорочення пропозиції від виробників;

непридатність сільськогосподарських земель для вирощування через військові дії; скорочення доходів населення.

Таблиця 1.1

Ємність ринку зелені у 2019–2022 рр. (без врахування тіні)*

Показники	Роки			
	2019	2020	2021	2022
Ємність ринку, тис. т	57,07	63,08	60,95	56,52
Темп приросту, %	-	11%	-3%	-7%

Примітка. *Джерело [1].

Раніше зелень вирощували в основному на Півдні країни, то протягом останніх років географія виробництва салатів значно розширилася і сьогодні її вирощують в усіх регіонах. Основна причина – мисця збуту. Споживачі свіжої зелені мешкають у мегаполісах, тож великі виробництва сконцентровані біля Києва, Одеси, Запоріжжя, Харкова тощо.

За даними статистики, культивування зелені у 2022 році сконцентровано на Заході України, тому обсяги вирощування зелені не зазнали суттєвих змін протягом року. Основними областями, де вирощувалась зелень в 2022 році стали:

Львівська, Вінницька, Чернівецька та Житомирська області. Динаміка обсягів вирощування зелені в Україні протягом 2019–2022 років представлена на рисунку 1.1.



Рис. 1.1. Динаміка обсягів вирощування зелені в Україні у 2019–2022 рр.*

Примітка. *Побудовано за [1].

Вітчизняне сільське господарство експортує незначні обсяги товару і зосереджується на внутрішньому ринку. У 2022 році можливості для експорту зелені були найбільш складними. Обсяги експорту вітчизняної зелені скоротились на 93%. Причиною цього стало ускладнення логістики та значне підвищення собівартості продукції. Динаміка експорту зелені досліджуваних культур у 2019–2022 роках в представлена на рисунку 1.2.



Рис. 1.2. Динаміка експорту зелені досліджуваних культур у 2019–2022 рр.*

Примітка. *Побудовано за [1].

Динаміка імпорту зелені в Україну протягом 2019–2022 років представлена на рисунку 1.3.

Серед усіх видів зелені найбільше імпортують салати.

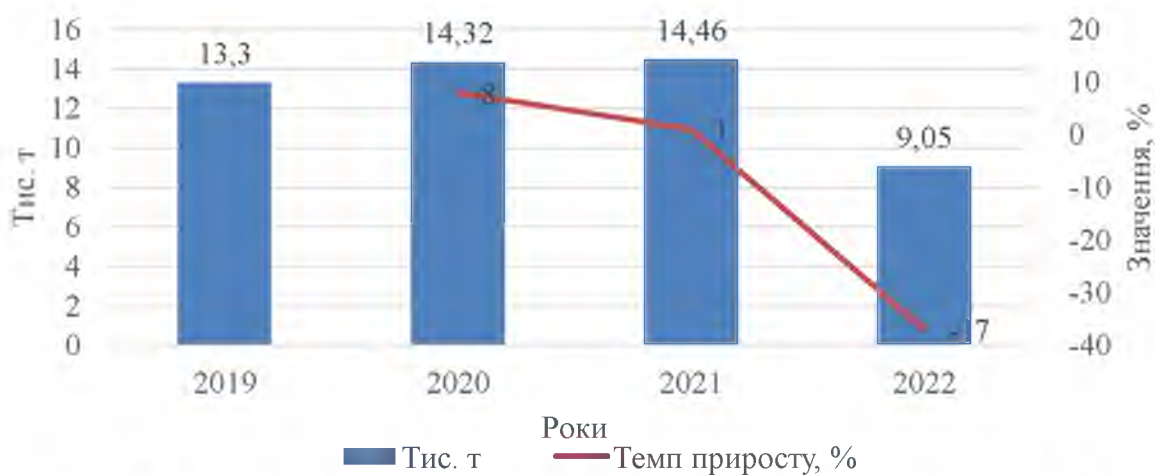


Рис. 1.3. Динаміка імпорту зелені в Україну протягом 2019–2022 рр.*

Примітка. *Побудовано за [1].

Структура імпорту зелені в Україну протягом 2021–2022 рр. представлено на рисунку 1.4. та 1.5.



Рис. 1.4. Структура імпорту зелені в Україну протягом 2021 р.*

Примітка. *Побудовано за [1].

Ринок зелені в Україні не є сформований, адже існує відсутність постійного споживання зелені населенням.

НУБІП України

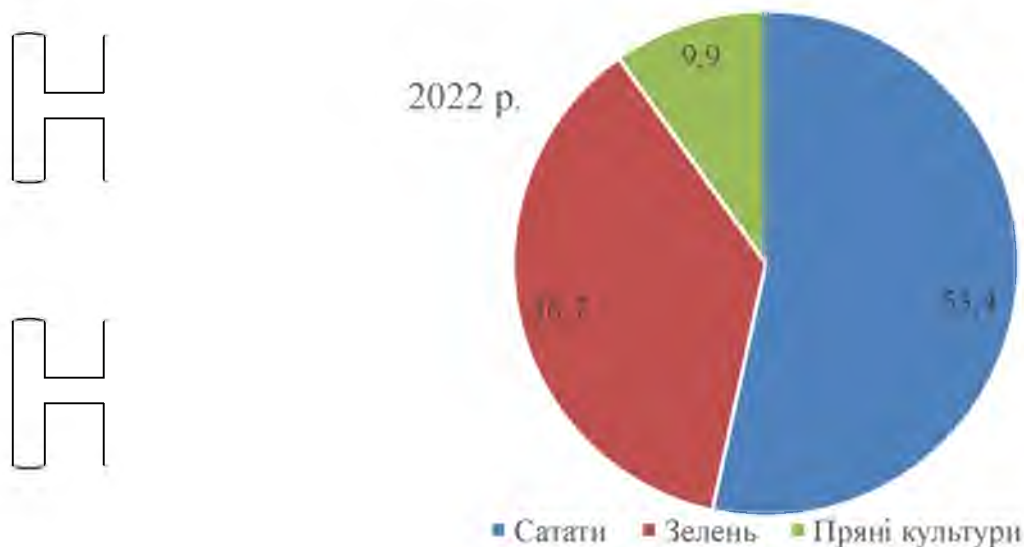


Рис. 1.5. Структура імпорту зелені в Україну протягом 2022 р.*

Примітка. *Побудовано за [1].

Вітчизняні споживачі споживають зелень у вісім разів менше, ніж у Словаччині, де обсяги споживання зелені у п'ять разів менше, ніж в середньому по Європі. Експортних поставок з України практично немає. При цьому зелень у європейських супермаркетах коштує приблизно в чотири рази дешевше будь-якої пори року, ніж у вітчизняних. Тож українці вітамінізуються за рахунок більше дешевих овочів.

Існує два основних канали продажу зелені від виробників. Через канал B2B реалізується більшість зелені, оскільки в цей канал входять не тільки роздрібні підприємства (супермаркети), які перепродають зелень, але і заклади харчування, де зелень використовується в якості інгредієнтів до салату, приправ тощо. Через канал B2C діють дрібніші виробники, які мають власні мережі збуту продукції.

В роздрібному сегменті, споживачі купують зелень у супермаркетах, магазинах органічних продуктів, крамницях здорового харчування та інших місцях, де продається зелень для безпосереднього споживання.

В HoReCa сегменті зелень закупають ресторани, готелі, кейтерингові компанії та інші заклади громадського харчування для використання в своїх стравах, або переробні підприємства для використання з виготовлення консервованих страв та соусів.

В гуртовому сегменті зелень закуповують постачальники, дистриб'ютори та інші організації, які постачають зелень іншим підприємствам, які далі реалізують її споживачам.

До основних груп споживачів зелені відносяться:

– домашні споживачі – включає осіб, які купують зелень для свого особистого вживання вдома. До цієї групи можуть належати люди, які підтримують здоровий спосіб життя, вегетаріанці, вегани, а також ті, хто цінує свіжість та якість продуктів;

– ресторани та готелі – включає заклади громадського харчування, які використовують зелень як інгредієнт у своїх стравах. Сюди входять ресторани різних типів (італійські, азіатські тощо), кафе, бари, готелі, кейтерингові компанії та інші подібні заклади;

– фудсервіс та кейтеринг – включає компанії, які надають послуги з організації харчування на робочих місцях, на заходах (конференції, виставки тощо), у навчальних закладах та інших місцях, де потрібне харчування великої кількості людей;

– органічні продукти (еколавки) – включає споживачів, які активно підтримують органічне харчування. Вони можуть бути як домашніми споживачами, так і представниками ресторанів, готелів та інших закладів.

Серед зовнішніх негативних факторів впливу варто виділити військові дії та їх наслідки, а саме – заміновані ділянки на сході, артилерійські обстріли та екокатастрофи, які прямо впливають на можливість вирощування на сільськогосподарських ділянках.

Сьогодні зростає попит на салатну групу та нові культури, що з'являються у продажу. Зокрема, в «METRO» щороку збільшується асортимент мікрогрину – це мікрозелень люцерни, соняшника, редису, салату та зеленого горошку, попит на цю продукцію зростає, особливо у клієнтів HoReCa. В «METRO» передивилися свій асортимент салатів за минулий рік і в результаті збільшили постачання локальної продукції до 31%, а імпорту скоротили на 46%. Одним з перспективних напрямів вирощування може бути черемша з теплиць, якої зараз

не вистачає на ринку. Що стосується цін, то середні ціни на салати залишилися незмінними. Але періодично виникає підвищення цін через погодні аномалії

Не зважаючи на війну в країні, тенденція здорового харчування є і все більше споживачів відкривають для себе здоровий спосіб життя та правильне харчування. Це свідчить про зростання попиту на ринку зелені.

Проте існує проблема, яка залишається актуальною – зменшення цільової аудиторії споживачів, тобто населення України. Через війну багато людей виїжджають за кордон, більш того, неможливо завозити товар на тимчасово окуповані території. Проте, прогнозується повернення населення після закінчення активних бойових дій, тобто підвищення попиту як з боку пересічних споживачів та закладів харчування, так і з боку переробних підприємств, що будуть нарощувати обсяги виробництва своїх товарів.

Загалом, ринок овочівництва сьогодні розвивається. Виробники працюють на відновлення економіки і розвиток експортних поставок. Тому, обсяги внутрішнього виробництва зелені будуть зростати.

Отже, із проведеного дослідження можемо зробити висновок про те, що 2022 рік суттєво вплинув на розвиток української сільськогосподарської галузі, зокрема на ринок зелені. До того моменту, коли почалось повномасштабне військове вторгнення в Україну, ринок зелені мав сталу тенденцію до зростання обсягів виробництва вітчизняними компаніями та поступове скорочення обсягів імпорту. Варто відзначити, що велика частка ринку (30%) перебуває в тіні, що негативно діє на офіційних виробників зелені. Вплив здійснюється низькими цінами на тіньову продукцію, яку продають переважно люди з сільської місцевості не сплачуючи при цьому податки за реалізований товар.

1.3. Аналіз зовнішнього ринку з вирощування органічної сільськогосподарської продукції

Світове споживання органічної продукції в 2021 році склало 124,8 млрд євро (+4,2 млрд євро в порівнянні з 2020 роком). Найбільшим ринком органічної продукції залишається США, хоча тут продажі трохи впали, 48,6 млрд євро порівняно до 49,5 у 2020 році. Другим найбільшим ринком є Німеччина – 13,9 млрд євро (+0,9 млрд євро) та третім – Франція – 12,7 млрд євро (без змін). Якщо говорити про кількість земель, зайнятих під органічне виробництво, то їх кількість зросла на 1,7% і складає 76,4 млн га, лідером за площею залишається Австралія. Кількість органічних виробників зросла на 4,9% і становить понад 3,7 млн [19].

У 2022 році обсяг світового ринку сільського господарства в закритому ґрунті оцінювався в 34246,5 мільйона доларів США і, як очікується, розширюватиметься із сукупним річним темпом зростання в 12,9% з 2023 по 2030 рік. Очікується, що підвищення обізнаності споживачів щодо переваг споживання свіжих та високоякісних продуктів харчування сприятиме зростанню ринку. Зростання населення по всьому світу, особливо в країнах з економікою, що розвивається, таких як Китай та Індія, призведе до збільшення попиту на продовольство, що, в свою чергу, як очікується, стимулюватиме зростання ринку закритого сільського господарства в найближчі роки.

Однак, зміна кліматичних умов сприяє існуючим екологічним проблемам, таким як деградація ґрунтів і виснаження ґрунтових вод, що впливає на системи виробництва продуктів харчування та сільського господарства. Уряди заохочують будівництво закритих ферм поряд з іншими ініціативами для подолання цієї проблеми, що, в свою чергу, як очікується, сприятиме зростанню ринку. Органічні продукти сприймаються як більш здорові, поживні, безпечні та екологічні. Критичним фактором, який впливає на попит на органічні продукти харчування, є купівельна поведінка споживачів продуктів харчування, яка має важливе значення для виробників, політиків і постачальників для реалізації

успішних маркетингових стратегій.

За даними Групи Світового банку, загальна площа орних земель на душу населення скоротилася з 0,197 га у 2013 році до 0,192 га у 2016 році. Дефіцит

орних земель через деградацію земель спонукає фермерів приймати нові рішення

для виробництва свіжих продуктів харчування. Очікується, що впровадження

методів вертикального землеробства дозволить власникам закритих ферм

вирощувати сільськогосподарські культури в приміщенні шарами, складеними

на стелажах, у багатоповерховій будівлі або на складі. Очікується, що до 2030

року це стане значною тенденцією на ринку (рис. 1.6).



● Фрукти, овочі, трави ● Квіти ● Інше (мікрогрін)

Рис. 1.6. Світовий ринок вирощування продукції в закритому ґрунті у 2022 році, %*

Примітка. *Побудовано за [22].

Теплиці допомагають збільшити загальний урожай сільськогосподарських культур з одиниці площі, використовуючи складені шари насіння в горщиках, тим самим стимулюючи ринок.

В Євросоюзі також є плани по збільшенню долі органічної землі. Згідно стратегії «Біл ферми до виделки», що є частиною Green Deal, доля органічних земель в країнах ЄС має досягти 25% до 2030 року. Ця мета є доволі амбітною, адже враховуючи попередню динаміку та за умов відсутності податкових заходів

підтримки, доля органічних земель в ЄС до 2030 за прогнозами має досягти 15-18%. Для підтримки цієї мети Європейська Комісія ухвалили План дій із розвитку органічного сектору. План дій пропонує 23 заходи, які згруповані за трьома основними напрямками:

- 1) стимулювання споживання;
- 2) стимулювання виробництва;
- 3) розвиток сталості сектору та його сприяттню захисту навколишнього середовища.

Плани Євросоюзу важливі для України тим, що країни ЄС – основний ринок збуту української органічної продукції. Через те, що внутрішнє споживання органічної продукції в Україні ще доволі нішеве, українські виробники активно налагоджують експорт. Доля країн Європи в експорті української органічної продукції – 73%. США та Канада імпортують близько 24% органічної продукції з України. Наразі Україна займає 4 місце в світі серед 127 постачальників органічної продукції до ЄС, поступаючись лише Еквадору, Домініканській Республіці та Китаю [3].

У 2022 році Європа займала найбільшу частку ринку завдяки впровадженню технологій для теплиць і вертикальних ферм. Розвинені країни, такі як Великобританія, Німеччина, США та Канада, є швидкими та першими впроваджують сільськогосподарські технології. Однак країни з економікою, що розвивається, такі як Індія, Китай, Мексика та Сінгапур, спостерігають значне зростання впровадження технологій, інтегрованих у закриті ферми, завдяки зростаючому попиту на свіжий урожай. Зростання наявного доходу та міського населення в країнах з економікою, що розвивається, збільшили споживання та попит на здорову, свіжу та поживну їжу, що, за прогнозами, стимулюватиме ринок закритого сільського господарства (рис. 1.7).



Рис. 1.7. Світовий ринок вирощування продукції в закритому ґрунті (тренди по регіонах)*

Примітка. * Побудовано за [22].

Очікується, що сегмент вертикальних ферм продемонструє найшвидший ріст з 2023 по 2030 рік завдяки зростаючому впровадженню екологічно чистого виробництва фруктів та овочів. Фермери впроваджують нові методи вирощування сільськогосподарських культур, такі як теплиці та вертикальне землеробство, щоб задовольнити зростаючий попит на продовольство. У 2022 році домінуючу частку ринку займав тепличний тип. Теплиці також сприяють отриманню більшого врожаю, ніж традиційні методи землеробства.

Сегмент апаратного забезпечення домінував на ринку компонентів для внутрішнього землеробства у 2022 році і, як очікується, залишатиметься домінуючим у період з 2023 по 2030 рік, оскільки апаратне забезпечення відіграє значну роль у підтримці навколишнього середовища закритих теплиць. Сегмент також поділяється на системи клімат-контролю, системи освітлення, датчики та системи зрошення, які дозволяють вирощувати культури в закритому ґрунті. Очікується, що система клімат-контролю буде найбільш швидкозростаючим сегментом протягом прогнозованого періоду, оскільки вона створює середовище, сприятливе для росту рослин. Система допомагає контролювати мікроклімат у приміщенні за допомогою чилерів, обігрівачів, кондиціонерів, зволожувачів повітря та вентиляторів руху повітря тощо.

Очікується, що в період з 2023 по 2030 рік середньорічний темп зростання в сегменті програмного забезпечення перевищить 15,1% завдяки майбутнім тенденціям у технологіях та практиці ведення сільського господарства.

Програмне забезпечення відстежує фрукти та овочі до виробника, партії/ділянки врожаю, площі землі/поля та інформації про постачальника. Цей сегмент був розділений на веб-орієнтоване та хмарне програмне забезпечення. За оцінками, сегмент хмарного програмного забезпечення зареєструє значне зростання в найближчі роки, оскільки він збирає мільйони точок даних у режимі реального часу, які можна досліджувати за допомогою методів машинного навчання для

визначення змін у певних параметрах навколишнього середовища, які впливають на врожайність і смак кінцевого продукту.

Сегмент гідропоніки зайняв найбільшу частку ринку в 2022 році і, як очікується, залишатиметься домінуючим у період з 2023 по 2030 рік. Гідропоніка є популярним методом землеробства завдяки низьким витратам на монтаж і простоті експлуатації.

Очікується, що сегмент фруктів, овочів і трав домінуватиме на ринку закритого сільського господарства в період з 2023 по 2030 рік. Збільшення виробництва широко вирощуваних фруктів, овочів і трав, таких як помідори, салат, листові зелені, огірки, болгарський перець і перець чилі, сприяє зростанню сегмента. Ці культури вирощуються у великих масштабах і приносять максимальний прибуток від їх вирощування компаніям, що займаються їх виробництвом. Сегмент томатів займав найбільшу частку ринку у 2022 році, оскільки є основною вирощуваною культурою завдяки швидким темпам виробництва.

У 2022 році Європа займала найбільшу частку ринку і, за оцінками, залишатиметься домінуючою протягом прогнозованого періоду. Зростаюче впровадження технологій для закритих ферм, таких як контрольоване навколишнє середовище-сільське господарство, яке контролює екологічний фактор, відповідає за регіональне зростання. Зростаюча увага до впровадження технологій, таких як системи активного опалення та світлодіоди, для підвищення

врожайності стимулює ринок. Регіональний уряд вживає кілька ініціатив щодо будівництва критих ферм для подолання проблем, таких як зростання населення, зміна клімату та виробництво продуктів харчування екологічно небезпечним способом. Власники ферм знаходяться в авангарді інвестування в технології, такі як світлодіодне освітлення та датчики моніторингу врожаю, які, як очікується, знизять витрати на робочу силу [21].

Ключові гравці ринку беруть участь у таких стратегіях, як партнерство, розширення бізнесу, розробка нових продуктів і контракти, щоб розширити свою частку ринку. Компанії зосереджуються на будівництві теплиць і розширенні закритих ферм, щоб відповідати вимогам кінцевого ринку. Наприклад, компанія Richel Group оголосила про проектування багатопрофільної теплиці в Мексиці. Теплиця спроектована таким чином, щоб задовольнити вимоги виробників до більш широких конструкцій. Перевага конструкції забезпечується завдяки оптимальній світлопропускну здатності, циркуляції всередині конструкції, легкості руху повітря та кращому клімат-контролю. До основних відомих гравців, що працюють на світовому ринку сільського господарства закритого ґрунту відносяться:

- ТОВ «Аргус Менеджмент Системс»

- Serthon (Сертон)

- Група компаній «Ріхель»

- Компанія "Нетафім"

- Загальна гідропоніка

- Гідродинаміка Інтернешнл

- Іллумітекс

- Люмігроу

- Сигнифай Холдінг

- Бауері Інк.

За оцінками, в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні спостерігатиметься найшвидший ріст з 2023 по 2030 рік. За оцінками, в найближчі роки в таких країнах, як Китай і Японія, очікується значне зростання завдяки наявності

великої кількості закритих ферм. Крім того, постійне зростання населення в регіоні призвело до збільшення попиту на органічні продукти харчування, що призвело до будівництва теплиць і вертикальних ферм для виробництва сільськогосподарських культур. Зростання обізнаності про важливість альтернативних методів ведення сільського господарства через доступність менш родючих сільськогосподарських земель сприятиме подальшому зростанню регіонального попиту.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 2.

БІЗНЕС-ПЛАН З ВИРОЩУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ЗЕЛЕНИ У ЗАКРИТОМУ ҐРУНТІ

2.1. Резюме проекту

Таблиця 2.1

Резюме проекту з вирощування органічного салату Айсберг*

Назва	Вирощування органічного салату Айсберг
Ініціатор	Пархомчук Максим Миколайович
Мета проекту	Створення та розвиток сучасної теплиці для вирощування салату Айсберг площею 0,4 га
Джерела фінансування	Власні кошти
Термін реалізації проекту	5 років
Термін прогнозу, міс.	60
Ставка дисконтування	15,0%
IRR (Внутрішня норма доходності), % на рік	52,3%
Загальний обсяг фінансування проекту	1 864 000 грн
Чистий грошовий потік	2 659 470 грн
NPV (Чистий дисконтований дохід)	795470
Термінальна вартість бізнесу	256 211
PB (Простий термін окупності), роки	0,9
DPB (Дисконтований термін окупності), роки	0,9
PI (Індекс доходності за проектом)	1,89

Примітка. *Сформовано автором

2.2. Концептуальне значення та цілі проекту

Теплиці в нашій країні незмінно асоціюються з огірками і помідорами. І досить рідко – із зеленню або салатом. Ця бізнес-ніша ще робить перші кроки в промислових масштабах. На думку експертів, підприємці, які навчаться забезпечувати споживачів свіжими салатами круглий рік займе лідируючі позиції на ринку зелених насаджень.

Ринок салатів в Україні поки перебуває в стадії формування і становлення.

Варто відзначити, що в Україні присутні промислові виробники в даному сегменті і їх кількість з кожним роком збільшується, що пояснюється високою прибутковістю напрямку, а також зростаючим споживанням продукції на українському ринку. В Україні тенденція споживання салатів та зелені тільки починає набирати обертів. Мода на здорове харчування і здоровий спосіб життя, особливо серед міських жителів, сприяє поширенню культури споживання листових салатів в останні роки.

Проектом передбачається створення теплиці з вирощування салату айсберг на площі в 0,4 га.

Актуальність даного виду підприємницької діяльності полягає в тому, що сьогодні спостерігається підвищений попит на продукти для підтримки здорового способу життя, а також продукції для веганів, сиродів і вегетаріанців. Все частіше населення країни, крім стандартного овочевого набору, купує салат Айсберг або Лолло Росса, Латук і інші його сорти. Ці зелені листочки, на думку вітчизняних овочівників, останнім часом конкурують на столах українських жителів з традиційною капустою. Свіжі овочі взимку – це сьогодні швидше норма, ніж розкіш, причому споживач дуже присклииво ставиться до такого товару та уважно вибирає постачальника, щоб продукт був екологічно чистим і вирощеним без застосування пестицидів і нітратів.

Добре, якщо присадибну ділянку буде розташований недалеко від міста - це дозволить знизити витрати на логістику товарів і щоденне обслуговування ділянки. Важливо, щоб ділянка мала доступ до електромережі та системам

водопостачання і водовідведення.

Попит на такий вид товару, як салат айсберг у міських жителів є завжди свіжа зелень багата вітамінами, особливо їх нестачу люди відчують в осінньо-зимовий період. Тому попит на товар буде практично постійний. Перевага даного

виду підприємницької діяльності полягає головним чином в тому, що для старту

потрібно мінімум зусиль і коштів. Вирощувати зелень найкраще в теплиці.

Вирощування зелені може стати джерелом основного доходу, через те, що така діяльність не потребує дуже великих ресурсів і придбання додаткового

обладнання.

Ціни на українському ринку овочів та зелені останніми роками суттєво коливалися. Основними факторами цього явища є:

- погодні умови в країнах-імпортерах;
- політичні відносини з іншими країнами,
- сезон.

До переваг діяльності з вирощування органічної зелені можна віднести:

- невелика вартість насіння, добрив, мінеральних речовин і садивного матеріалу;

- досить простий догляд за рослинами, однак для того, щоб підготувати землю до висадки, необхідно її попередньо зорати і якісно удобрити, а також подбати про знищення можливих шкідників;

- достатня невибагливість зелені при створенні гарного догляду та належних умов.

В класичному варіанті облаштування теплиці необхідно буде придбати фольгу – вона стане додатковим джерелом тепла для саджанців і відбивати світло.

2.3. Загальна характеристика бізнесу

Стратегічна мета проекту – побудувати високотехнологічну теплицю,

стати одним з ключових виробників і постачальників салатної продукції в торговельні мережі України.

Проектом передбачено створення теплиці для вирощування салату айсберг.

До основних завдань проекту з вирощування салату айсберг можуть відноситися такі пункти.

1. Вибір правильної сільськогосподарської території для вирощування салату айсберг.

2. Проведення досліджень щодо відповідного ґрунту, кліматичних умов та інших факторів, необхідних для успішного вирощування салату айсберг.

3. Вибір сорту салату айсберг, який найкраще відповідає місцевим умовам та попиту споживачів.

4. Розробка спеціалізованих сільськогосподарських методів для вирощування салату айсберг, зокрема щодо поливу, добрив, захисту від шкідників та хвороб.

5. Організація системи збору, зберігання та транспортування салату айсберг до ринків збуту.

6. Вивчення технологій для зберігання та пакування салату айсберг з метою збереження якості протягом тривалого часу.

Стале виробництво, безпека харчових продуктів, споживання місцевих продуктів – ці тенденції стимулюють зростаючий інтерес до виробництва фруктів та овочів у теплицях. Все більше країн шукають інноваційні та надійні рішення таких питань, як виробництво продуктів харчування та економне використання джерел енергії та води. Важливість цих рішень постійно зростає разом зі збільшенням населення планети, особливо в містах. В Україні тепличне господарство стало одним з найперспективніших напрямків сільського господарства.

Вітчизняним виробникам зі старими енергоємними теплицями складно конкурувати з імпоротною продукцією. Тільки впровадження нових технологій і зниження собівартості продукції дозволить компаніям підняти

свої позиції на ринку. Проект передбачає використання технології вирощування салату методом гідропоніки. Це безперервний процес вирощування салату та на конвеєрній салатній лінії на рухомих рослинних жолобах з подачею живильного розчину і цілодобовим електричним підсвічуванням. Дана технологія є найбільш передовою і інтенсивною, а також відноситься до екологічно чистих технологій вирощування зелених культур і салату.

Для досягнення цієї мети компанія планує використовувати сучасне тепличне обладнання, яке використовується передовими тепличними господарствами Нідерландів.

Реалізація проекту з вирощування органічного салату айсберг може мати кілька корисних наслідків.

1. Забезпечення якісної та здорової органічної їжі для споживачів.
2. Створення нових робочих місць у сільському господарстві.
3. Зменшення використання шкідливих хімічних добрив та пестицидів, що сприяє збереженню природних ресурсів та зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище.
4. Залучення уваги споживачів до проблеми здорового способу життя та середовища через підтримку органічного виробництва.

2.4. Аналіз конкурентного середовища та маркетингова складова

проекту

Аналіз конкурентного середовища вирощування салату айсберг включає в себе дослідження існуючих виробників цього продукту, їхню ринкову частку, стратегії, сильні та слабкі сторони. Також важливо розглянути можливості для входу на ринок, тенденції споживання, необхідність інновацій тощо. Ринок салату айсберг може бути конкурентним, тому важливо глибоко вивчити його перед вирішенням питань щодо вирощування продукції.

Рекламні та маркетингові заходи необхідні компанії для того, щоб представити свою продукцію потенційній цільовій аудиторії, проінформувати про продуктову лінійку і цінову політику, а також налагодити контакти з великих дистриб'юторів та партнерів.

Цільовою аудиторією покупців салату і овочів є великі торгові мережі міст. Перш за все, підприємство планує налагодити співпрацю з оптовими компаніями, що мають розгалужені мережі збуту та канали збуту. Однак реалізація продукції відбуватиметься і з дрібнішими оптовиками регіону та сусідніх міст.

Для розробки успішної маркетингової програми необхідно проводити дослідницькі роботи з оцінки ситуації на ринку і його впливу на компанію по ряду показників. Необхідно проаналізувати квартальні обсяги продажів і виявлені фактори впливу.

Планується стежити за тенденціями ринку та зовнішньоекономічною ситуацією, макроекономічною ситуацією в країні та передумовами розвитку, обсягами продажів аналогічної продукції та рівнем конкуренції на ринку.

Головне, щоб продукція мала товарний вигляд і не мала підгнилого листя та неприємного запаху. Однак, якщо того вимагає масштаб виробництва, можна придумати креативне пакування для салату, яка збереже довше товарний вигляд продукту і приверне покупця.

Щоб зайняти вигідну нішу на ринку, необхідно запропонувати вигіднішу ціну, ніж конкуренти, і продукцію відмінної якості. Рівень сервісу також має значення, тому послуга своєчасне доставлення і замовлення свіжої зелені через інтернет буде мати гарну віддачу.

Перший список потенційних клієнтів повинен бути готовий вже до моменту висадки зелені, через те, що основна особливість товару – дуже короткий термін зберігання. Так ви зможете уникнути ризику псування товару і втрати фінансових коштів.

Наразі Державний реєстр налічує близько 50 компаній і він невпинно збільшується, а на ринку вже з'явився перший органічний продукт маркований

державним логотипом України для органічної продукції. Перелік органічних компаній, які працюють на ринку України з виробництва органічної сільськогосподарської продукції є наступні: Галекс-агро (Житомирська),

Агровест груп (Житомирська), агрофірма Україна-говтва (Полтавська), Околиця (Полтавська), Домашня курочка (Житомирська), Шаповалюк Микола

(Вінницька), Забодотнюк Вячеслав (Вінницька), Білик В'ячеслав (Вінницька),

Органік Оригінал (Київська), Кучер Богдан (Черкаська), Петрович 2016 (Рівненська), Сад-логістик (Вінницька), Киянівка (Вінницька), Фуд Пак

(Київська), Комарівці (Вінницька), Пфаннер Агро (Вінницька), Мельник Тетяна

(Рівненська), Сіріус (Житомирська), Біо Фармінг (Житомирська), Цефей-еко

(Житомирська), Агрофіт (Дніпропетровська), Мольфар еко (Закарпатська),

Діброва Фармз (Рівненська), Диво ягода (Харківська), Агрофірма Терравіно

(Херсонська), Ягідки (Київська), Органік лайф (Київська), Сумський

національний аграрний університет (СНАУ) (Сумська), Пушкар Галина

(Волинська), Золотий колос (Хмельницька), Дедленс Агро (Рівненська),

Кунівське (Хмельницька), Ріттер біо Агро (Рівненська), Цвільов Микола

(Сумська), Граніт-Агро (Полтавська), Агро-сула (Полтавська), Лящівка

(Черкаська), Світанок1 (Полтавська), Рублівський елеватор (Полтавська), Біо-

органік (Житомирська), Грона Агро (Київська), Агро органік (Рівненська), Жива-

земля (Волинська), ПСП ім. Т. Г. Шевченка (Київська), РСМ-трейд (Рівненська),

Сквирський комбінат хлібопродуктів (Київська), ЕКО-лісова компанія

(Київська), Органічний м'ясний продукт (Житомирська), Каленський

Олександр (Житомирська), АГ Групп (Київська), Органік Агро (Тернопільська),

Органік Мілк (Житомирська), ЛАН-агро (Полтавська), Арніка органік

(Полтавська) [10].

Оцінку конкурентних переваг бізнесу на внутрішньому ринку вирощування органічної продукції за допомогою SWOT-аналізу представлено в

табл. 2.2.

Поле СІМ – підтримка та розвиток сильних етерін підприємства в напрямку реалізації можливостей зовнішнього оточення.

Поле СіЗ – використання сильних сторін підприємства з метою усунення загроз.

Поле СЛІМ – подолання слабких сторін підприємства за рахунок можливостей, що їх надає зовнішнє середовище.

Поле СЛІЗ – поєднуються загрози середовища зі слабкими сторонами підприємства.

SWOT – аналіз вирощування органічного салату Айсберг

Сильні сторони	Слабкі сторони
Високий попит на продукцію; високий рівень рентабельності діяльності, на належному рівні матеріально-технічне забезпечення; географічне розташування; наявність кваліфікованої робочої сили; наявність розгалуженої системи транспортування; високий рівень конкуренції; відсутність істотних бар'єрів входження до бізнесу.	Значна концентрація виробництва у господарствах населення та неможливість реалізувати ефект масштабу виробництва; неефективна система інвестиційного та кредитного забезпечення; значне зношення основних фондів, що використовуються у виробничому процесі; низький рівень експортної державної аграрної політики.
Можливості	Загрози
Збереження зайнятих позицій на ринку зелени; освоєння нових ринків збуту; розробка та освоєння нових економічно вигідних технологій; залучення інвестицій; можливість розширення обсягів та асортименту робіт та послуг	Невідповідність світових стандартів якості овочової продукції вітчизняним; конкуренція з боку виробників зелени; залежність від посередницької ланки; політична та соціально-економічна нестабільність; коливання валютного курсу; інфляційні очікування

Примітка. *Сформовано автором.

Виявлені конкурентні переваги підприємства на внутрішньому ринку органічної продукції, можливості та загрози, що дозволяють розробити комплекс заходів щодо подолання наявних загроз та виявлення нових можливостей для подальшої роботи підприємства (табл. 2.3).

Основними цілями реклами щодо реалізації салату айсберг можуть бути:

1. Збільшення усвідомленості споживачів. Привернення уваги споживачів до продукту та пояснення його переваг.
2. Стимулювання попиту. Переконавання споживачів спробувати та купити салат айсберг через висвітлення його користі та смакових якостей.
3. Підвищення впізнаваності бренду. Розповсюдження інформації про виробника та його продукцію серед цільової аудиторії.

Система заходів щодо подолання наявних загроз та виявлення нових можливостей для підприємства щодо вирощування органічного салату

Айсберг*

Поле СіМ	Поле СіЗ
Створення ефективної системи реалізації продукції; підвищення якості продукції; підвищення інвестиційної привабливості підприємств для інвесторів; удосконалення логістичної системи; забезпечення страхування ризиків діяльності.	Налагодження прямої системи збуту овочевої продукції; пошук нових та збереження старих торговельних партнерів; просування органічної зелені на нові ринки.
Поле СЛіМ	Поле СЛіЗ
Прогнозування попиту на овочеву продукцію на маркетинговий рік; залучення інвестицій на переобладнання та оснащення основними фондами; підвищення рівня технологічності діяльності.	Підвищення якості продукції, що відповідатиме міжнародним стандартам; використання інструментів, спрямованих на підвищення конкурентних переваг підприємств на ринку органічної зелені.

Примітка. *Сформовано автором.

4. Заохочення до купівлі. Використання привабливих акцій, знижок або промо-пропозицій для збільшення обсягів продажів.

Компанія планує перейти в активну фазу реклами з початку поставок. Ефективними інструментами маркетингового просування будуть використання різноманітних інтернет-ресурсів (сайт, його просування пошуковими системами), активна рекламна кампанія в соціальних мережах, зовнішня реклама тощо.

2.5. Організаційно-виробничий план

Для того, щоб вирощувати та продавати свіжу зелень на законних підставах, необхідно зареєструватися в якості фізичної особи підприємця і відправити в податкову Службу запит про постановку на облік за спрощеною системою оподаткування.

Теплиці найкраще вибирати з полікарбонату, на металевому каркасі - вони вимагають мінімум обслуговування, до того ж їх простіше обігріти. У теплиці

також можна встановити апарат гідропоніки. Крім самого апарату, знадобиться керамзит і сам посадковий матеріал.

За допомогою технології гідропоніки в приміщенні теплиці можна регулювати концентрацію вуглекислого газу в повітрі, сприятливу для фотосинтезу, регулювати вологість повітря, температуру повітря, тривалість і інтенсивність світла.

Створення оптимальних умов забезпечує дуже високі врожаї, кращу якість і в більш короткі терміни. Вирощування рослин гідропонними методами менш трудомістке, ніж на ґрунтах, вода і поживні речовини витрачаються набагато

економніше і ефективніше. Виключаються такі процедури, як поливка і прополка, а можливість появи комах, личинок, бур'янів і рослин-конкурентів зводиться до мінімуму.

Матеріальне забезпечення методів гідропоніки здійснюється технічними методами із залученням новітніх досягнень у багатьох галузях науки і техніки, насамперед електроніки. Це дає можливість створювати повністю автоматизовані системи підтримки життєдіяльності рослин, які контролюють і регулюють не тільки біологічні процеси в самих рослинах, а й здійснюють контроль і регулювання факторів середовища, які активно на них впливають, тобто допомагають в кінцевому підсумку створити необхідний мікроклімат.

Малооб'ємна гідропоніка має кілька переваг:

1. ефективне використання простору – системи малого обсягу можуть бути розміщені в обмеженому просторі, що робить їх ідеальними для місць з обмеженим простором, таких як столиці та міські області;
2. економія води – малооб'ємна гідропоніка вимагає менше води порівняно із традиційними методами вирощування рослин, оскільки вода циркулює у системі;
3. збільшення врожайності – завдяки оптимальному контролю над умовами вирощування, малооб'ємна гідропоніка може сприяти збільшенню врожайності;

4. менший вплив на довкілля – малооб'ємна гідропоніка дозволяє зменшити використання пестицидів та добрив, зменшуючи тим самим негативний вплив на довкілля.

Це дозволяє знизити трудовитрати, поліпшити якість продукції і отримати більш високий урожай в порівнянні з ґрунтовим методом. Технологічний процес гідропонного вирощування починається із завантаження автоматичної посівної лінії торфом і касетами, а також горщиками. Після заповнення касет їх розміщують на стелажах. Температура і вологість в камері для пророщування регулюються і підтримуються автоматично. Касети з насінням знаходяться в камері пророщування необхідну кількість днів, в залежності від вирощуваної культури.

Салат Айсберг – овочева культура, що відноситься до качанних салатів, у нього світло-зелене листя, загорнуті в дрібні, не дуже дрібні голівки. Головки щільні, соковиті і хрусткі на смак. Зовні салат айсберг дуже схожий на блококачанну капусту. В середньому вага однієї голівки становить 300-400 г. Айсберг за смаком дуже схожий на листовий салат, тільки має приємний хрускіт, який абсолютно нехарактерний для останніх. Причому, чим вище концентрація води в цьому листовому овочі, тим він хрусткіший.

Калорійність салату Айсберг становить 14 ккал на 100 грам продукту. Салат Айсберг містить достатню кількість фолієвої кислоти, вітамінів С, В, К і А, холіну. Крім того, салат багатий фосфором, калієм, натрієм і магнієм, є кальцій і мідь. Салат айсберг допомагає регулювати обмін речовин в організмі, сприяє змінненню нервової системи, допомагає при стресах і емоційних розладах.

Основним елементом системи крапельного поливу є крапельниці (прилади дозованої подачі води, емітери). Важливо використовувати фільтрацію в системі крапельного поливу. Справа в тому, що навіть використання чистої води (наприклад, водопровідної) не гарантує відсутність в ній мікрочастинок. В тепличному комплексі будуть використовуватися спеціалізовані автоматичні розчинні вузли, які самостійно готують живильний розчин

відповідно до програми удобрювальної суміші.

У періоди з коротким світловим днем, в похмурі дні, а також у вечірній і нічний час необхідне застосовують системи штучного освітлення.

У теплиці будуть встановлені кліматичні комп'ютери, які підтримують не тільки основні показники мікроклімату, але і дозволяють контролювати розширений набір показників. Архітектура кліматичних комп'ютерів дає можливість управляти всіма відомими типами виконавчих систем теплиці в повністю автоматичному режимі в суворій відповідності з режимом, заданим агрономом.

Період реалізації проекту згідно з бізнес-плану становить 3 роки. Початок проектних робіт і будівництва теплиці планується з березня місяця наступного року. Час, необхідний для будівництва теплиці, розрахованої на виробничу площу в 0,4 га.

В підприємстві буде задіяно в загальній кількості 5 осіб (табл. 2.4).

Таблиця 2.4
Персонал підприємства з вирощування органічного салату Айсберг*

Посада	Кількість шт. од	Заробітна плата 1 працівника, грн/міс	Заробітна плата, включаючи податок	Загалом заробітна плата
Директор-адміністратор	1	28 175	35 000	35 000
Робітники	4	14 490	18 000	72 000
Разом:	5	42 665	53 000	107 000

Примітка. *Сформовано автором.

Компанією з вирощування органічного салату Айсберг управлятиме власник проекту, який виконуватиме функції головного адміністратора, а також головного агронома та маркетолога. У його функції входитимуть усі процеси організації бізнесу на етапі підготовки проекту, включаючи державну реєстрацію, управління та підбір персоналу тощо.

Для роботи підприємства необхідно буде найняти робітників теплиці. Місячний фонд заробітної плати становить 107 тис. грн.

Інвестиційний розділ бізнес-плану відображає інвестиційні витрати підприємства (довгострокові капітальні вкладення), спрямовані на придбання матеріальних і нематеріальних активів. Загальна вартість проекту становить 1864000 грн.

Фінансування проекту здійснюється в обсязі 559200 грн власних коштів та за рахунок кредитних коштів – 1304800 грн.

Кошти, необхідні для реалізації проекту, будуть спрямовані на фінансування наступних інвестиційних витрат, що представлені у таблиці 2.5.

Реалізація проекту включає місячні постійні витрати і змінні витрати.

Змінні витрати будуть варіювати залежно від кількості реалізованої продукції, а також матиме вплив сезонність вирощування салату.

Структуру витрат реалізації проекту з вирощування органічного салату представлена на рисунку 2.1.

Таблиця 2.5.
Загальні витрати на реалізацію проекту з вирощування органічного салату Айсберг* у розрахунку на 3 роки, грн

Спрямування інвестиційних вкладень	Всього
Реєстрація ФОП 2-ї групи	4000
Придбання земельної ділянки 1 га	220000
Виготовлення технічної документації для будівництва теплиць	50000
Будівництво теплиць площею 0.4 га	500000
Придбання та встановлення краплинного зрошення	70000
Придбання трактора для теплиць та навісних агрегатів	240000
Придбання автомобіля б/в	240000
Придбання насіннєвого матеріалу і ЗЗР	10000
Облаштування майданчика	20000
Придбання садового господарчого будиночка б/в	20000
Освітлення та водопостачання зі свердловини	100000
Підключення електроенергії	40000
Інші непередбачувані витрати	50000
Оборотні кошти	300000
Всього:	1 864 000

Примітка. *Сформовано автором.

У таблиці відображені інвестиційні витрати на проект, необхідні для початку експлуатації теплиці, серед яких основну частину займають:

1. Купівля земельної ділянки;



Рис. 2.1. Структура витрат по проекту з вирощування органічного салату

Айсберг*

Примітка. * Побудовано автором.

2. Салатна лійка для вирощування рослин методом гідропоніки;

3. Система штучного освітлення для забезпечення освітленості рослин і більш швидкого їх зростання;

4. Будівництво теплиці – це витрати безпосередньо на закупівлю будівельних матеріалів для зведення каркаса його обшивки;

5. Витрати на організацію роботи теплиці: буріння свердловини, організацію технічного резервуара, підключення до комунікацій, будівництво цеху і складу зберігання тощо;

Інші витрати: придбання котельні, резервуарів для зберігання води наземне, конденсаторна установка CO₂ і інше обладнання.

У структурі собівартості переважають постійні витрати, які складають

83,87%, змінні – 16,13%

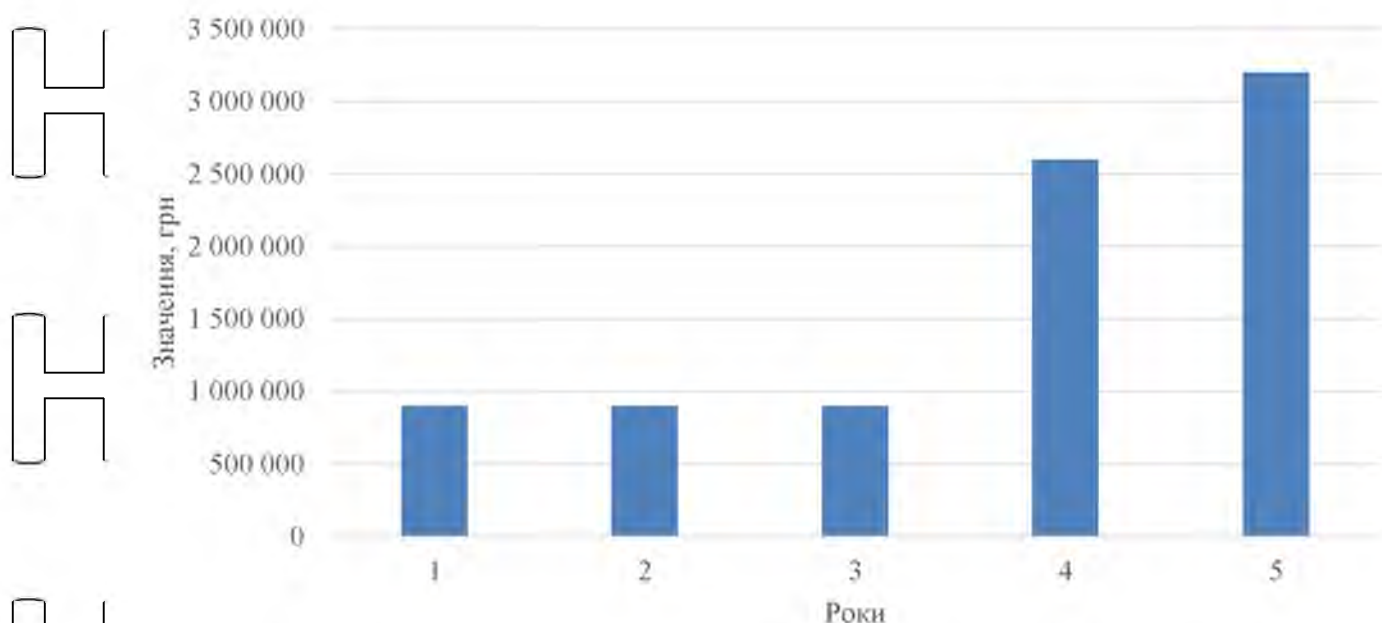


Рис. 2.2. Динаміка виручки реалізації проекту з вирощування органічного салату Айсберг*

Примітка. *Побудовано автором.

Це можна обґрунтувати тим, що бізнес спеціалізується на вирощуванні органічної зелені, де збільшений рівень витрат на процес вирощування ніж реалізацію. Технологією вирощування передано максимальний рівень одержання врожайності салату.

Значення даних рисунка 2.2 свідчать про поступове збільшення виручки діяльності підприємства за роки реалізації проекту. Цьому сприяють підвищення цін на органічний салат та збільшення кількості покупців.

Сума розміру сплати необхідних податків за проектом на 3 роки становить 513 044 грн (табл. 2.6).

Таблиця 2.6
Розрахунок розміру податків проекту з проекту з вирощування органічного салату Айсберг*

Податки	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	Всього
ЄСВ	17 292	17 688	17 688	17 688	17 688	88 044
ЄП	45 000	45 000	45 000	130 000	160 000	425 000
Всього:	62 292	62 688	62 688	147 688	177 688	513 044

Джерело: сформовано автором.

Важливо розподілити всю суму на 5 років функціонування бізнесу (рис.

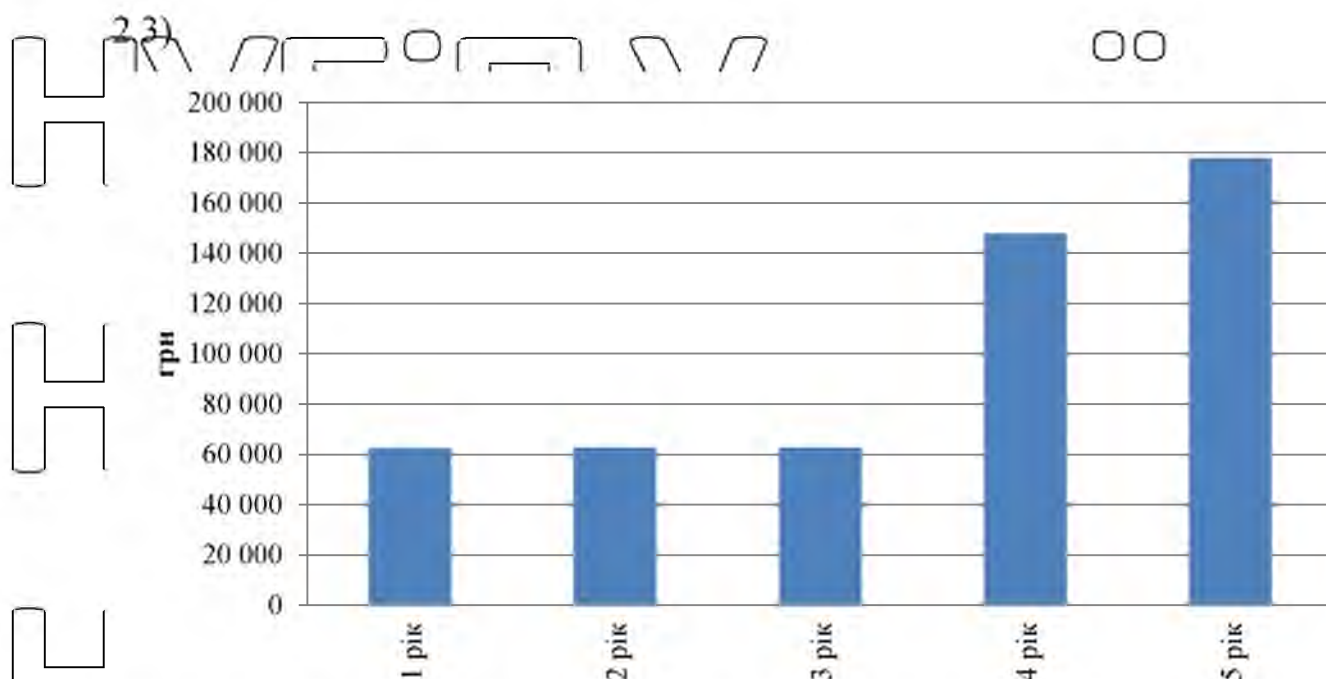


Рис. 2.3. Динаміка розміру податків проекту з вирощування органічного салату Айсберг*

Примітка. *Побудовано автором.

Було обрано спрощену систему оподаткування, 2 грудня ФВП, ЄСВ 22%. Значення даних рис. 2.3. свідчать про тенденцію збільшення нарахування та сплати ЄП. Збільшення ЄСВ свідчить про підвищення мінімального рівня заробітної плати.

2.6. Оцінка ефективності проекту

Для реалізації проекту з вирощування органічного салату Айсберг планується залучити власні кошти в розмірі 559200 грн і позикові кошти (банківський кредит) у розмірі 1304800 грн. Загальна вартість реалізації бізнес-проекту за розрахунками становить 1864000 грн.

Якщо розраховане значення IRR не менше необхідної норми прибутку – проект слід вважати ефективним.

Показники основної діяльності представлено на рисунку 2.4:

– середній обсяг реалізації продукції – 141667 грн/міс (за 5 років)

діяльності);
 – середній обсяг поточних витрат – 3 008 грн/міс (за 5 років діяльності);
 – EBITDA – 138 659 грн/міс (за 5 років діяльності);
 – чистий прибуток – 130 108 грн/міс (за 5 років діяльності).

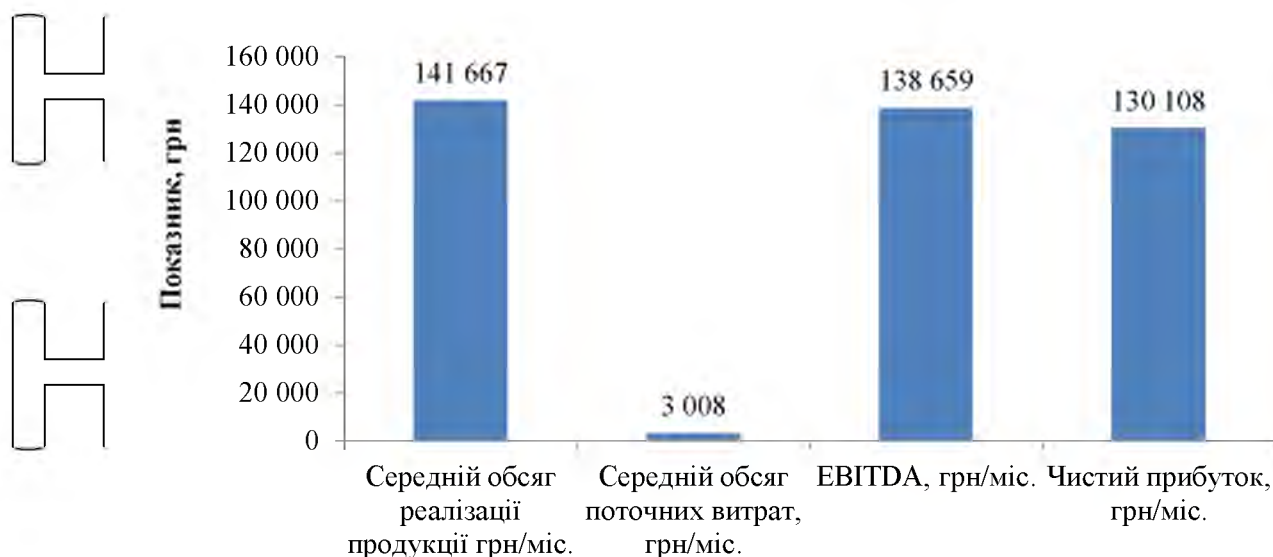


Рис. 2.4) Показники основної діяльності проекту з вирощування органічного салату Айсберг, %*

Примітка. *Побудовано автором.

Проведемо розрахунки основних показників продажу продукції з реалізації бізнес-плану (рис. 2.5).

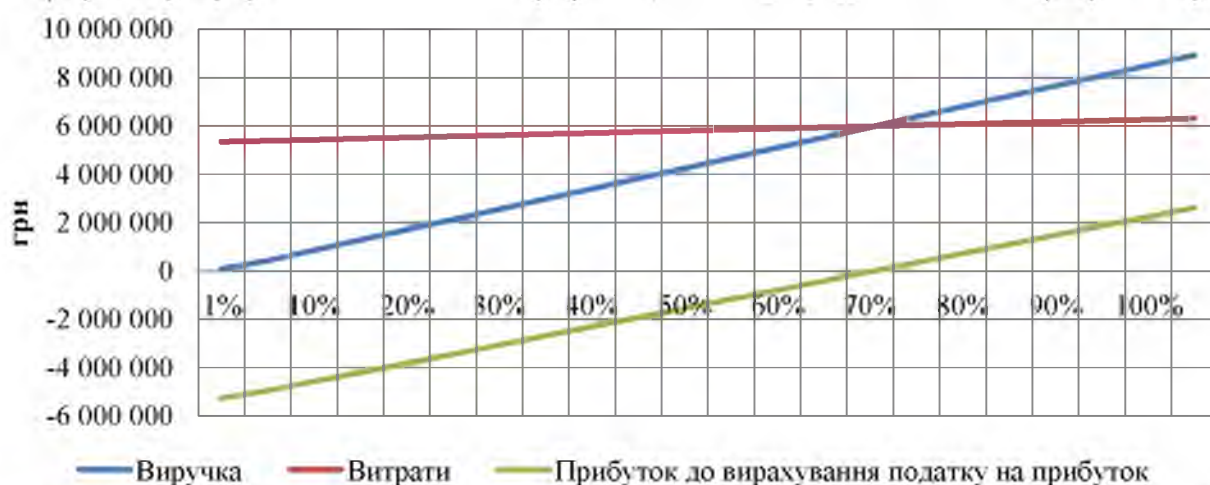


Рис. 2.5. Точка беззбитковості проекту з вирощування органічного салату Айсберг, %*

Примітка. * Побудовано автором

Основними показниками продажу продукції є наступні (рис. 2.5):

- Точка беззбитковості, % реалізації продукції становить – 70,5%;
- Точка беззбитковості, грн реалізації продукції складає – 599090;
- Точка беззбитковості, грн в середньому на місяць складає – 99848;
- Величина операційного важеля – 89,1%.

Дисконтований чистий прибуток – це сума запланованого потоку платежів, приведена до поточної вартості з урахуванням ставки дисконту. Норма дисконту відображає швидкість зміни вартості грошей у часі. Цей показник обраний на рівні 15% (максимальний прогнозований рівень інфляції на найближчі роки, а також рівень ризику проекту).

Таблиця 2.7

Показники ефективності проекту з вирощування

органічного салату Айсберг*

Інвестиційні показники	Значення за проектом
Термін прогнозу, міс.	60
Ставка дисконтування	15,0%
IRR (Внутрішня норма доходності), % на рік	52,3%
IRR (Внутрішня норма доходності), % на міс.	4,7%
Загальний обсяг фінансування проекту, грн	1 864 000
Чистий грошовий потік	2 659 470
NPV (Чистий дисконтований дохід)	795470
Термінальна вартість бізнесу	256 211
PB (Простий термін окупності), роки	0,9
DPB (Дисконтований термін окупності), роки	0,9

Примітка. * Сформовано автором.

Показник цілком реальний. Беручи до уваги такі фактори, як доходи, витрати, кредит, податки, ми бачимо, що проект почне приносити значний дохід і, відповідно, чистий прибуток вже на 5-му році свого існування. Завдяки правильно підбраній ціні на послуги ми не потрапили в мінус, що важливо для невеликої компанії, яка тільки починає надавати послуги.

Розраховані показники економічної та фінансової ефективності свідчать

про хорошу прибутковість бізнес-проекту.

Отже, можемо зробити висновок про те, що запропонований бізнес-проект буде гарантувати власну прибутковість та досягнення високих показників господарської діяльності. Тому, розпочинати реалізацією даного бізнес-проекту у сьогоднішніх умовах варто.

2.7. Управління ризиками проекту

Ризики бізнесу з вирощування органічної зелені можуть бути суттєвими, а саме стосуватися:

– Неврожато;

– розірвання договору постачання з партнерами;

– перебої в водо- і електропостачання (рівні вологості, температурний режим і освітлення повинні бути постійними, інакше урожай може загинути або стати непридатним для використання / втратити привабливий зовнішній вигляд).

Із початком повномасштабного військового вторгнення прогнози щодо ризиків є актуальні.

Продажі свіжої зелені дуже залежать від економічної ситуації. У періоди нестабільності – як то на початку пандемії коронавірусу або на початку повномасштабної війни люди запасалися різними продуктами крупами та овочами, які можна зберігати довго.

У такі моменти було відчутно різке падіння попиту на свіжу зелену продукцію. Салати поки що не стали основним продуктом у раціоні харчування вітчизняного населення. Їх часто використовують не як основний продукт, а як прикрасу, декор. Виростити салат зимою досить складно, і дуже дорого, тож вартість – не найнижча. Споживачем салату є покупець з рівнем доходів вище середнього. Якщо в країні економічна ситуація не буде покращуватися, рівень доходів буде зменшуватися – тоді й попит на продукцію буде зменшуватися.

Велика кількість споживачів органічної продукції виїхали за кордон. Тому

попит впав на основі даної ситуації.

Поки триватимуть військові дії, відбуватиметься зниження платоспроможності населення та спад економіки в країні, доти розвитку бізнесу з вирощування органічної зелені не слід очікувати.

Отже, на рівні держави потрібно звернути увагу і запровадити програми

державної підтримки з розвитку органічного виробництва з метою підтримки виробників та пропагування здорового способу життя і харчування населення.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 3

ПРОПОЗИЦІЇ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС ПЛАНУ

НУВБІП УКРАЇНИ

Розвиток імпорту органічної продукції з України – це позитивний шлях і важливий елемент національної економіки та міжнародного іміджу країни.

НУВБІП УКРАЇНИ

Українські споживачі очікують появи на полицях магазинів органічних продуктів та зацікавлені в оздоровленні довкілля: органічне агровиробництво здатне комплексно забезпечити ці життєво важливі потреби. Потрібно чітко

визначена державна політика та запровадження системи стандартів та гарантій,

НУВБІП УКРАЇНИ

а також урядова підтримка органічного сектору виробництва та споживання.

НУВБІП УКРАЇНИ

Перехід від традиційного до органічного виробництва в Україні серйозно гальмується сьогоденною ситуацією як у маркетингу, так і в рекламі продуктів

органічного виробництва. Потрібна інтенсивна реклама для інформування

НУВБІП УКРАЇНИ

потенційних споживачів органічної продукції, а також переробників, які виробляють готові продукти харчування, щоб вони були достатньо проінформовані про переваги органічних методів виробництва.

Це сприятиме тому, що представники харчової промисловості будуть запроваджувати органічні продукти до асортименту свого виробництва. Щоб

НУВБІП УКРАЇНИ

досягти доброї обізнаності споживачів про органічну продукцію і створити попит на неї важливо вивчити успішний досвід провідних країн ЄС і проводити інтенсивну рекламну кампанію через ЗМІ, підкреслюючи переваги органічних

продуктів для людського здоров'я, пов'язання їх з позитивними атрибутами,

НУВБІП УКРАЇНИ

такими як «добробут», «тривалість життя», «традиційна кухня», «народна культура» тощо.

Інтенсивний маркетинг продукції через мережі гуртової торгівлі та супермаркетів має значний потенціал для розвитку бізнесу. Це може сприяти

створенню позитивного ставлення громадськості до органічного сектора в

НУВБІП УКРАЇНИ

цілому і, в основному, буде стимулювати споживання органічної продукції, розвиток органічного агровиробництва підприємства.

Отже, основними завданнями для досягнення стратегічних цілей та

забезпечення успішного розвитку підприємства з вирощування органічної зелені вбачається вжиття заходів за наступними напрямками:

1. Постачання органічної зелені на ринок – головна мета є вирощування та постачання органічної зелені на ринок для задоволення попиту споживачів на здорову та екологічно чисту продукцію.

2. Зменшення негативного впливу на навколишнє середовище – проекти органічного землеробства можуть визначити середовище як одну з головних стратегічних цілей, спрямованих на зменшення використання хімічних добрив і пестицидів, а також оптимізацію використання ресурсів.

3. Підвищення рентабельності збільшення виробництва та зниження витрат може бути однією з цілей проекту, спрямованих на підвищення рентабельності вирощування органічної зелені.

4. Забезпечення сталої агрокультури – проекти органічного землеробства можуть мати за мету забезпечити сталу агрокультуру, що означає збереження родючості ґрунту та ефективне використання ресурсів для довгострокового виробництва.

5. Забезпечення безпеки харчування – з збільшення обсягів виробництва органічної зелені може сприяти забезпеченню місцевого населення здоровою та безпечною харчовою продукцією.

6. Підвищення якості продукції – забезпечення високої якості органічної зелені може бути однією з стратегічних цілей для задоволення вимог споживачів та створення конкурентних переваг на ринку.

7. Розвиток інновацій – проекти органічного землеробства можуть сприяти розвитку та впровадженню інноваційних методів та технологій для підвищення продуктивності та сталості вирощування органічної зелені.

НУБІП України

ВИСНОВКИ

НУБІП України

Проведені дослідження у магістерській кваліфікаційній роботі стосувалися узагальнення теоретичних аспектів щодо розробки бізнес-плану з вирощування органічної зелені у закритому ґрунті та розробка практичних рекомендацій щодо його організації, реалізації та подальшого розвитку. Основні результати виконаного дослідження полягають у наступному:

НУБІП України

1. Встановлено, що у харчуванні людини важливе значення має не тільки забезпечення її калоріями, білками, але й необхідними у харчуванні незамінними

НУБІП України

амінокислотами, вітамінами, мінеральними речовинами тощо. Для українських покупців вже стало звичним присутність на прилавках магазинів свіжої зелені серед зими. Про це дбають тепличні господарства, яких все більше з'являється на території нашої країни. Закритий ґрунт – це створення для овочевих, зеленних та

НУБІП України

інших рослин оптимальних мікрокліматичних умов і факторів біологічного й агрономічного характеру, які забезпечують ріст і розвиток рослин у будь-яку пору року шляхом використання теплиць, парників, утепленого ґрунту, плівкових накривів тощо. Органічне агровиробництво є єдиним серед широкого спектру методів господарювання, що не завдає шкоди довкіллю.

НУБІП України

Визначено, що органічні продукти є більш привабливими для споживачів, оскільки вони: корисні для здоров'я та екологічно безпечні; мають кращу якість і вищі смакові якості; не містять у собі генетично модифікованих організмів; не

НУБІП України

містять токсичних та шкідливих речовин; не містять шкідливих залишків штучних речовин з вирощування зелені; не містять хвороботворних мікроорганізмів, паразитів та алергенів; зберігають поживні речовини та натуральний склад при переробці.

НУБІП України

2. Сьогодні, вітчизняний ринок зелені розвивається, здійснюється поступове вкладання коштів у тепличне господарство і розвиток сільськогосподарської галузі. Ринок зелені в Україні складається з численної кількості культур, найбільш популярними серед споживачів є: салати; зелень; пряні культури.

Встановлено, що до основних факторів впливу на ринок зелені в Україні мають вплив: зростання попиту на здорові продукти; демографічна криза; втрата посівних площ; підвищення цін на енергоресурси; автоматизація виробництва та розвиток сільськогосподарських технологій.

За даними статистики, культивування зелені у 2022 році сконцентровано на Заході України, тому обсяги вирощування зелені не зазнали суттєвих змін протягом року. Основними областями, де вирощувалась зелень в 2022 році стали: Львівська, Вінницька, Чернівецька та Житомирська області. Обсяги експорту вітчизняної зелені скоротились на 93%. Причиною цього стало ускладнення логістики та значне підвищення собівартості продукції.

Визначено, що до основних груп споживачів зелені в Україні відносяться: домашні споживачі, ресторани, фудсервіс та кейтеринг, органічні продукти (еколавки).

Не зважаючи на війну в країні, тенденція здорового харчування є і все більше споживачів відкривають для себе здоровий спосіб життя та правильне харчування. Це свідчить про зростання попиту на ринку зелені.

3. Світове споживання органічної продукції в 2021 році склало 124,8 млрд євро (+4,2 млрд євро в порівнянні з 2020 роком). Найбільшим ринком органічної продукції залишається США, хоча тут продажі трохи впали, 48,6 млрд євро порівняно до 49,5 у 2020 році. Другим найбільшим ринком є Німеччина – 15,9 млрд євро (+0,9 млрд євро) та третім – Франція – 12,7 млрд євро (без змін). Якщо говорити про кількість земель, зайнятих під органічне виробництво, то їх кількість зросла на 1,7% і складає 76,4 млн га, лідером за площами залишається Австралія. Кількість органічних виробників зросла на 4,9% і становить понад 3,7 млн.

У 2022 році обсяг світового ринку сільського господарства в закритому ґрунті оцінювався в 34246,5 мільйона доларів США і, як очікується, розширюватиметься із сукупним річним темпом зростання в 12,9% з 2023 по 2030 рік. Очікується, що підвищення обізнаності споживачів щодо переваг споживання свіжих та високоякісних продуктів харчування сприятиме

зростанню ринку.

В Євросоюзі також є плани по збільшенню долі органічної землі. Згідно стратегії «Від ферми до виделки», що є частиною Green Deal, доля органічних земель в країнах ЄС має досягти 25% до 2030 року. Ця мета є доволі амбітною,

адже враховуючи попередню динаміку та за умов відсутності додаткових заходів підтримки, доля органічних земель в ЄС до 2030 за прогнозами має досягти 15-18%. Для підтримки цієї мети Європейська Комісія ухвалили План дій із розвитку органічного сектору. План дій пропонує 23 заходи, які згруповані за

трьома основними напрямками: стимулювання споживання; стимулювання виробництва; розвиток сталості сектору та його сприяння захисту навколишнього середовища.

4. Розроблено бізнес-план з вирощування зелені у закритому ґрунті, концепція якої полягає у створенні теплиці з вирощування салату айсберг на

площі в 0,4 га. Актуальність даного виду підприємницької діяльності полягає в тому, що сьогодні спостерігається підвищений попит на продукти для підтримки здорового способу життя, а також продукції для веганів, сироїдів і вегетаріанців.

Все частіше населення країни, крім стандартного овочевого набору, купує салат Айсберг або Лолло Росса, Латук і інші його сорти. Свіжі овочі взимку – це

сьогодні швидше норма, ніж розкіш, причому споживач дуже прискіпливо ставиться до такого товару та уважно вибирає постачальника, щоб продукт був екологічно чистим і вирощеним без застосування пестицидів і нітратів.

Попит на такий вид товару, як салат айсберг у міських жителів є завжди – свіжа зелень багата вітамінами, особливо їх нестачу люди відчують в осінньо-зимовий період. Тому попит на товар буде практично постійний. Перевага даного виду підприємницької діяльності полягає головним чином в тому, що для старту потрібно мінімум зусиль і коштів. Вирощувати зелень найкраще в теплиці.

До переваг діяльності з вирощування органічної зелені можна віднести: невелика вартість насіння, добрив, мінеральних речовин і садивного матеріалу; досить простий догляд за рослинами; достатня невибагливість зелені при створенні гарного догляду та належних умов.

5. Надано загальну характеристику бізнесу та проведена оцінка цільової аудиторії – споживачів органічної продукції. Стратегічна мета проекту – побудувати високотехнологічну теплицю, стати одним з ключових виробників і постачальників салатної продукції в торговельні мережі України. Проектом передбачено створення теплиці для вирощування салату айсберг. Визначено основні завдання проекту з вирощування салату айсберг. Для досягнення цієї мети компанія планує використовувати сучасне тепличне обладнання, яке використовується передовими тепличними господарствами.

6. Здійснено аналіз конкурентного середовища ринку органічної зелені, вирощування салату айсберг. Підприємство планує налагодити співпрацю з оптовими компаніями, що мають розгалужені мережі збуту та канали збуту. Однак реалізація продукції відбуватиметься і з дрібнішими оптовиками регіону та сусідніх міст.

Здійснено оцінку конкурентних переваг бізнесу на внутрішньому ринку вирощування органічної продукції за допомогою SWOT-аналізу. Виявлені конкурентні переваги підприємства на внутрішньому ринку органічної продукції, можливості та загрози, що дозволили розробити комплекс заходів щодо подолання наявних загроз та виявлення нових можливостей для подальшої роботи підприємства.

7. Розроблено організаційний, виробничий план проекту з вирощування органічної зелені у закритому ґрунті. Розраховано загальні інвестиційні витрати проекту та проаналізовано основні потреби та етапи процесу вирощування органічної зелені у закритому ґрунті.

8. Проведено розрахунки щодо оцінки рівня ефективності проекту. Встановлено, що запропонований бізнес-проект буде гарантувати власну прибутковість та досягнення високих показників господарської діяльності. Тому, розпочинати реалізацією даного бізнес-проекту у сьогоdnішніх умовах варто.

9. Встановлено, що ризики бізнесу з вирощування органічної зелені можуть бути суттєвими, а саме стосуватися неврожаю; розірвання договору постачання з партнерами; перебоїв в водо- і електропостачанні (рівні вологості,

температурний режим і освітлення повинні бути постійними, інакше урожай може загинути або стати непридатним для використання / втратити привабливий зовнішній вигляд). Продажі свіжої зелені дуже залежать від економічної ситуації в країні та платоспроможності споживачів.

10. Запропоновано для досягнення стратегічних цілей та забезпечення успішного розвитку підприємства застосування наступних заходів за наступними напрямками: постачання органічної зелені на ринок; зменшення негативного впливу на навколишнє середовище; підвищення рентабельності; забезпечення сталої агрокультури; забезпечення безпеки харчування; підвищення якості продукції; розвиток інновацій.

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз ринку зелени в Україні. URL:

<https://inventure.com.ua/uk/analytics/investments/analiz-rinku-zeleni-v-ukravini>

(дата звернення: 23.10.2023 р.)

2. Аналіз ринку тепличної зелени та овочів в Україні, 2021 рік. *Pro-consulting*. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-teplichnoj-zeleni-i-ovoshej-v-ukraine-2021-god> (дата звернення: 24.10.2023 р.)

3. Встигнути до 2030: місце України на мапі органічного ринку ЄС. URL:

<https://kurkul.com/spetsproekty/1192-vstignuti-do-2030-mistse-ukrayini-na-mapi-organichnogo-rynku-yes> (дата звернення: 23.10.2023 р.)

4. Басейн для салату й полив із телефону, як в Україні вирощують зелень що не поступається імпортній. *TCH*. URL: <https://tsn.ua/ukrayina/baseyn-dlya-salatu-v-poliv-iz-telefonu-yak-v-ukrayini-viroschuyut-zelen-scho-ne-postupayetsya-imporniy-1460004.html> (дата звернення: 18.10.2023 р.)

5. Бізнес-планування в аграрних формуваннях/ Навч. посіб. / Г.Є. Мазнева, О.О. Красноручський, В.С. Ніценко та ін.; за ред. проф. Г.Є. Мазнева; Одеський державний аграрний університет. Видання 2-ге, перероб. Одеса: ЛЕРАДРУК, 2014. 219 с.

6. Галяс А., Капштик М., Бакун Ю. Органічне агровиробництво: нові ринкові можливості та виклики для виробників зерна в Україні. К., 2008. URL: <https://organicinfo.ua/wp-content/uploads/2019/10/organichne-agrovirobnitstvo-novi-rynkovi-mozhливosti-ta-vikliki-dlya-virobnikiv-zerna-v-ukrajini.pdf> (дата звернення: 20.10.2023 р.)

7. Гіль Л. С., Пашковський А. І., Суліма Л. Т. Сучасні технології овочівництва закритого ґрунту. Ч.1. Закритий ґрунт. Навчальний посібник. Вінниця: Нова Книга, 2008. 368 с.

8. Державна цільова програма розвитку овочівництва на період до 2025 року/ за наук. ред. Гадзала Я.М., Роїка М.В., Кондратенко П.В., Висоцького Г.М., Могильної О.М. Селекційне. ІОБ НААН, 2020. 62 с.

9. Оприлюднено особливості вирощування зелені та овочів в тепличних умовах. Agronews. URL: <https://agronews.ua/news/ozvucheno-perevalyv-vyroschuvannya-zeleni-v-teplytsvakh/> (дата звернення: 24.10.2023 р.)

10. Конференція «органічний день в Україні» – пост-реліз. Органічна ініціатива. Веб-сайт. URL: <https://organicinitiative.org.ua/news/organic-day-in-ukraine-2023/> (дата звернення: 24.10.2023 р.)

11. Клітна М. Р., Брижпнь А. І. Стан і розвиток органічного виробництва та ринку органічної продукції в Україні. *Ефективна економіка*. 2013. №10.

12. Ключові показники органічного виробництва в світі (2023). URL: <https://organicinfo.ua/infographics/organic-agriculture-2023/> (дата звернення: 18.10.2023 р.)

13. Органічне агровиробництво: освіта і наука : збірник матеріалів VII Міжнародної науково-практичної конференції, 25 жовтня 2022 р., Науково-методичний центр ВФПО. Київ, 2022. 168 с.

14. Основи органічного рослинництва : навч. посіб. / В. Пиндус, С. Гуцаленко, С. Омельчук, Л. Василенко, С. Горбань. Київ : Науково-методичний центр ВФПО, 2022. 326 с.

15. Приліпка О. В., Цизь О. М. Агротехнологічні та організаційні засади функціонування підприємств закритого ґрунту : монографія. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 384 с.

16. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції. Закон України від 26 жовтня 2023 року № 2496-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text> (дата звернення: 23.10.2023 р.)

17. Річний звіт. Результати роботи об'єднання учасників органічного сектору України «Органічна ініціатива» у 2022 році. URL: https://organicinitiative.org.ua/wp-content/uploads/2023/01/Organic-initiative-Annual-report-2022.pdf?fbclid=IwAR3o6XhOeij5oIXWvaEF_gipetc5lxTNO6LIWM2OB9FO9qHJB_EsE0UxUfQ (дата звернення: 23.10.2023 р.)

18. Рудь В. П. Ринок зелених овочевих культур в Україні. *Інтелект XXI*. 2021. №4. С. 23–31.

19. Світовий органічний ринок продовжує зростати. URL: <https://organicinfo.ua/news/biofach2023-opened/> (дата звернення: 17.10.2023 р.)

20. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. К.: ННЦ-ІАЕ. 2012. 182 с.

21. Core Organic Cofund. Call Announcement of the CORE Organic Cofund-Call 2016 with Cofunds from the EU 2016. Available online: <https://www.coreorganic.org/CO-Cofund-2016-Call-Announcement-minus-Bulgaria.pdf> (дата звернення: 23.10.2023 р.)

22. Indoor Farming Market Size, Share & Trends Analysis Report By Facility Type (Greenhouses, Vertical Farms, Others), By Component (Hardware, Software, Services), By Growing Mechanism, By Crop Category, By Region, And Segment Forecasts, 2023–2030. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/indoor-farming-market> (дата звернення: 23.10.2023 р.)

23. Reform and Realignment that is Required to Build Sustainable Food Systems in Europe. 2019. Available online: http://www.ipes-food.org/_img/upload/files/CFP-FullReport.pdf (дата звернення: 28.10.2023 р.)