

АГРОБИЗНЕС «ДОМИК ДЛЯ СЧАСТЬЯ – СТРАУСИНАЯ ФЕРМА»

*Жук Дарья Сергеевна, студент**Гродненский аграрный университет, Гродно, Республика Беларусь*

zhuk_darya02@mail.ru

*Урбанович Елена Николаевна, студент**Гродненский аграрный университет, Гродно, Республика Беларусь*

helle.ellen@yandex.by

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры менеджмента, маркетинга и права
Никитина Нелли Викторовна

Гродненский аграрный университет, Гродно, Республика Беларусь

vlad-nik78@yandex.by

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры менеджмента, маркетинга и права
Баркова Наталья Геннадьевна

Гродненский аграрный университет, Гродно, Республика Беларусь

barkova_ng@mail.ru

Аннотация. В последние годы активно набирает популярность эко-отдых, что позволяет городским жителям ближе познакомиться с сельским колоритом. В данной статье обоснованы перспективы развития агроусадыбы «Бобровая долина» с использованием диверсификации услуг посредством разведения страусов как варианта необычного бизнеса для Республики Беларусь. Учитывая, что страусоводство не характерно для большинства агроусадеб, целесообразно оценить возможности и риски данного бизнеса. Преимуществом является отсутствие сильной конкуренции и соответственно продукция страусоводства востребована, поскольку является эксклюзивной, исходя из природно-климатических особенностей нашей страны.

Ключевые слова: агроусадыба, страусоводство, конкуренция, риски, возможности, востребованность продукции, вид деятельности, окупаемость.

AGROBUSINESS "HOUSE FOR HAPPINESS – OSTRICH FARM"

*Zhuk Darya Sergeevna, student**Grodno Agrarian University, Grodno, Republic of Belarus*

zhuk_darya02@mail.ru

*Elena Nikolaevna Urbanovich, student**Grodno Agrarian University, Grodno, Republic of Belarus*

helle.ellen@yandex.by

Supervisor: Senior lecturer of the Department of Management, Marketing and Law
Nikitina Nelly Viktorovna

Grodno Agrarian University, Grodno, Republic of Belarus

vlad-nik78@yandex.by

Supervisor: Senior Lecturer of the Department of Management, Marketing and Law Natalia G. Barkova

Grodno Agrarian University, Grodno, Republic of Belarus

barkova_ng@mail.ru

Annotation. This article substantiates the prospects for the development of the agroestate «Beaver Valley» using diversification through the expansion of activities. A new type of activity will be the cultivation of ostriches with the involvement of new guests of the estate. It is accepted that the type of activity is not typical for most farmsteads, it is optimal to assess the size and risks. The advantage is the presence of competition and, accordingly, the production of ostrich products, since it is exclusive to Belarus.

Keywords: farming, ostrich farming, competition, risks, opportunities, demand for products, type of activity, payback.

Страусиная ферма – это достаточно экзотическое явление для нашей страны. Общая численность племенного стада страусов в Республике Беларусь составляет ~ 1000 голов. Страусиное яйцо в норме весит до полутора килограммов и имеет около 18 см в высоту и 15 см в диаметре. Чтобы получить страусиное яйцо в «крутую», его необходимо варить не менее 75 мин. Скорлупа страусиных

яиц также идет в дело – из нее изготавливают различные сувениры. Страусиная кожа очень износостойкая, мягкая, не намокает. Она относится к продуктам наивысшего качества и в последнее время с успехом вытесняет с рынка кожи животных, занесенных в список охраняемых. От страуса можно получить 5-7 кг жира. Страусиный жир обладает бактерицидным, гиппоаллергическим и противовоспалительным действием. Лекарства на основе страусиного жира применяют для лечения суставов и мышц. Белые перья используются в декоративном и изобразительном искусстве. Они вырастают только у самцов на крыльях и хвосте. Остальные перья, благодаря их антиэлектростатическим свойствам, используют в оптике и электронике для удаления пыли. Годовое потребление страусиного мяса в Республике Беларусь не превышает 80 тонн. С учетом того, что розничная цена в торговой сети этого мяса может достигать 250-300 руб. за кг, круг его потребителей ограничен только достаточно состоятельными людьми.

Бизнес – идея «Домик для счастья – страусиная ферма» предлагается для внедрения на агроусадьбе «Бобровая Долина», которая эффективно функционирует более 10 лет. Для предоставления более широкого спектра услуг целесообразно начать разведение страусов. Поголовье на первоначальном этапе может составлять не более 4-х страусов. При ежедневном контакте с людьми страусы привыкают к ним и становятся полностью податливыми и ручными. В связи с этим приносить основной доход будет проведение экскурсий, продажа яиц и поделок из продукции.

Планируется разводить черного африканского страуса, который неприхотлив как к содержанию, так и к климатическим условиям, и к тому же быстро размножается. Прекрасно переносит высокие (+30+35 градусов) и низкие (-20-25) температуры. Взрослое поголовье не нуждается в отопляемых помещениях. Африканские черные страусы достаточно быстро набирают вес, наименее подвержены всякого рода инфекциям и уже через 9-13 месяцев готовы к забою. В данном возрасте вес страуса составляет 100-110 кг.

Для функционирования страусиной фермы будет использоваться территория агроусадьбы, так как для страусов одним из необходимых условий является наличие просторных вольеров. Планируется строительство летнего загона для птиц и ангара.

В будущем внутри ангара расположится инкубатор, помещение для разделки страусиных тушек, холодильное оборудование. Дополнительно потребуется оборудование для забоя и разделки страусов. Внутри помещения необходимо провести все инженерные коммуникации.

Согласно бизнес-плану, ежегодно 125 яиц будут передаваться в инкубатор для разведения. Спустя месяц молодняк страусов можно уже выводить из инкубатора в естественные условия. Продуктивный период страусов проходит с марта по октябрь. За год самка может снести до 90-100 яиц. Инкубационный период составляет 42 дня. Репродуктивный период самки длится около 30 лет, начиная с 2,5 лет. Для получения инкубационных яиц страусов можно содержать до 30-ти летнего возраста.

Несмотря на то, что конкуренции в данной сфере практически отсутствует, потребуется уделить значительное внимание рекламе. Основным каналом станет интернет. Информация об услугах будет размещена на бесплатных интернета-порталах, на интернет-сайтах. Также планируется создание страничек в социальных сетях: «Вконтакте», «Одноклассники», Instagram и обновлением собственного сайта с информацией о номерном фонде и услугах агроусадьбы, предложим туристическим фирмам включить страусиную ферму в план экскурсий.

Основными потребителями нашей продукции будут мясные рынки, рестораны, супермаркеты, частные лица, мастерские и ателье, которые используют кожу в качестве материала для изделий. По мере роста доходов «фермы» планируется создание производственной линии по пакетированию продукции.

Первоначальные затраты на организацию бизнес-идеи представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Расчет первоначальных затрат на открытие страусиной фермы

№	Показатель	Цена, руб.	Количество, шт	Общая сумма, руб.
Первоначальный этап				
1.	Регистрация бизнеса	200	1	200
	Итого		200	
Оборудование				
2.	Инкубатор	1821,05	1	1821
3.	Семья страусов (1 самец, 3 самки)	1250	3	3750

4.	Инвентарь	2000	1	2000
5.	Ангары для содержания	400	1	400
6.	Холодильник	400	2	800
7.	Оборудование для производства жира	1000	1	1000
Итого				9771
Мебель и оборудование(офис)				
8.	Кассовый аппарат	999	1	999
9.	Офисное оборудование: – 2 стола – 4 стула – 1 шкаф – 1 тумба	11389	1	1389
10.	Компьютер	750	1	750
11.	Принтер	650	1	650
Итого				3788
ВСЕГО ЗАТРАТ			13759	

Инвестиции на запуск диверсификационной составляющей бизнеса составят 13759 руб. Основная часть инвестиций придется на оборудование (90 %), а 10 % - затраты на рекламный бюджет. Данный бизнес начнет приносить прибыль примерно со второго года основания.

Для реализации проекта будут использованы собственные и привлеченные средства в соотношении 75:25.

Кроме того, агротуризм как сфера, связанная с развитием услуг в сельской местности, существенно меняет систему экономических отношений не только между местными жителями, но также между сельскими жителями и туристами. Все перечисленное характеризует социальную направленность проекта.

К основным рискам бизнес-идеи можно отнести:

1. Отсутствие продаж. Данный фактор, прежде всего, связан с тем, что рекламная кампания может быть неэффективна. Для снижения риска при выборе каналов продвижения требуется анализировать их эффективность.

2. Болезнь птиц. Данный фактор тяжело спрогнозировать. Для снижения риска заболеваний птиц необходимо соблюдать правильное питание и условия их содержания.

3. Низкая квалификация кадров. Для снижения данного риска необходимо подбирать специалистов, уже имеющих опыт в данной сфере, а также постоянно консультироваться у экспертов данной отрасли для повышения эффективности бизнеса.

Таким образом, ферма по разведению страусов на базе агроусадыбы «Бобровая Долина» способна обеспечить имеющийся спрос со стороны частных лиц и организаций на подобного рода продукцию и услуги. Своевременный выход на перспективные рынки и четко разработанная стратегия позволят увеличить количество туристов и в дальнейшем успешно развивать бизнес.

Список литературы

1. Неманкова Ю. Число агроусадеб в Беларуси за 2019 год выросло на 11,6% [Электронный ресурс] // Информационное агентство БЕЛТА. – Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/chislo-agrousadeb-v-belarusi-za-2019-god-vyroslo-na-116-381287-2020/>

2. Калиновская Т. Количество агроусадеб переходит в качество [Электронный ресурс] // Газета «Белорусы и рынок». – Режим доступа: <http://www.belmarket.by/kolichestvo-agrousadeb-perehodit-v-kachestvo>

3. Указ Президента Республики Беларусь «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» №372 от 02.06.2006 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.mst.by/uploads/folderForLinks/000177_771513_Ukaz-372.doc