

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ДИТЯЧИХ ІГРАШОК

Антюшин Р.О., учасник проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Куліш Т.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу
*Таврійський державний агротехнологічний
університет імені Дмитра Моторного*

На вітчизняному ринку дитячих іграшок велика конкуренція. Продукцію виробляють невеликі підприємства, зосереджені на локальних ринках. Більшу частку вітчизняного виробництва складають м'яконабивні та пластмасові іграшки. На виробництві дитячих іграшок з дерева спеціалізуються західні області України. Велику конкуренцію вітчизняному ринку іграшок становить імпортована продукція, яка не завжди якісна, але доступна за ціною. Практично всі сучасні дитячі іграшки роблять з полімерів і пластмас. Це практичні і досить міцні матеріали, але вони мають у своєму складі шкідливі хімічні речовини, які можуть чинити негативний вплив на здоров'я дитини. Тому багато батьків віддають перевагу виробам, виготовлених з натуральної сировини. Виробництво іграшок з дерева своїми руками – це перспективний і прибутковий бізнес, яким може зайнятися будь-яка людина, що володіє творчими здібностями.

Зміст проекту полягає у можливості налагодження прибуткового та перспективного бізнесу з виробництва іграшок для дітей з дерева, що є дуже актуальним для батьків, які віддають перевагу виробам, виготовлених з натуральної сировини.

Планується виробництво іграшок для дітей різних вікових категорій. Вироби будуть реалізовуватися під власною торговою маркою «Екогра». Перевагами даних виробів є: неповторність, естетичність і унікальний дизайн, безпечні характеристики, екологічність за рахунок використання натуральної сировини, міцність, в порівнянні з пластмасою. Дерев'яні іграшки вироблятимуться відповідно до вимог державних стандартів і ТУ, тому батьки можуть бути впевнені в тому, що вироби не зашкодять дитині. На перспективу можливо організувати кружок для дітей по роботі з деревиною та проводити майстер – класи.

Реалізувати таку продукцію можна в інтернет-магазинах або соціальних мережах, на власному сайті. Також їх можна здавати і в звичайні магазини. На перспективу планується відкрити власний невеликий магазан іграшок.

Щоб продукція стала затребуваною необхідно донести інформацію до потенційних клієнтів. Для цього необхідно зробити якісні фото іграшок з дерева своїми руками та розмістити їх на власному сайті з невеликим описом. Також інформацію розмістити в соціальних мережах, на спеціалізованих форумах та тематичних платформах. Приймати участь у виставках та ярмарках. В рекламних цілях можна подарувати кілька наборів, попросивши роздати батькам задалегідь виготовлені буклети, присвячені виробництву виробів. Важливу роль в просуванні продукції може зіграти сарафанне радіо. Щоб залучити постійних клієнтів до своєї продукції потрібно постійно вдосконалювати її якість і розширювати асортимент.

Ціни реалізації на вироби ручної роботи коливаються від 100 грн. до 3000 грн. в залежності від кількості витрачених матеріалів, складності та комплектації. Авторські іграшки матимуть більш високу ціну.

Ключові ресурсами для реалізації проекту є : творчі здібності, приміщення, обладнання та інструменти, спеціальні комп'ютерні програми, сировина (деревина), упаковка. Загалом витрати на реалізацію проекту складають 150 тис.грн. В структурі витрат найбільшу питому вагу займають витрати на обладнання та сировину. Собівартість невеликого виробу з дерева складає від 40 грн. Чим складніший виріб, тим вища собівартість.

Планується виручка від реалізації продукції у розмірі 20 тис.грн на місяць та 240 тис.грн. на рік. Даний вид бізнесу не є сезонним, але все ж, найбільшу виручку таке підприємство приносить в період новорічних свят. Прибуток від реалізації становитиме 90 тис. грн., а рентабельність виробництва 49,2%. Бізнес, пов'язаний з виробництвом дерев'яних іграшок, перспективний і прибутковий. Вкладені кошти вдасться купити через 1,6 року.

Список літератури:

1. Від ідеї до власної справи: навч. посіб./ А.С. Коноваленко та ін. Мелітополь, 2017. 250с.
2. Куліш Т.В. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень *Формування ринкової економіки [Електронний ресурс]: зб. наук. праць*. К.: КНЕУ, 2011. Ч. 2. С. 142–149. – Режим доступу: <http://ir.kneu.kiev.ua:8080/handle/2010/1157>.
3. Коноваленко А.С. Необхідність генерування інноваційних ідей на основі інтрамаркетингу. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*; Вип. № 4 (40)-2017