

МАРКЕТИНГОВІ ІСТРУМЕТИ В ПРОСУВАННІ ПРОДУКЦІЇ БДЖІЛЬНИЦТВА

Бовкун О., Воронін І. О., Сердюк С. О., учасники 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*

Мед та продукція бджільництва є дуже цінними продуктами, що користується попитом у населення через високі лікувальні властивості. Тому дана продукція не потребує популяризації, так як споживач і так зацікавлений у натуральній та висоефективній продукції. Однак на ринку України присутня велика кількість дрібних товаровиробників в яких виникає потреба вигідно реалізувати власну продукцію. Оптовики та перекупкини пропонують дуже низькі закупівельні ціни. В цих умовах певний відсоток господарств бджільництва працює неефективно. Використання маркетингових інструментів при реалізації продукції бджільництва допоможе товаровиробникам вигідно реалізовувати власну продукцію, навіть при невеликих обсягах виробництва.

Проблеми маркетингу продукції сільського господарства, в тому числі і продукції бджільництва є предметом дослідження вітчизняних вчених Л.І. Боднарчука, Д.Г. Легеза, Т.В. Куліш, Я.С. Сокіл, О.М. Яценко. Актуальними залишаються питання щодо використання маркетингових інструментів в просуванні виробленої продукції на ринок.

Зміст проекту полягає в розширенні власної пасіки та просуванні продукції бджільництва на ринок з метою отримання прибутку. В наявності є власна пасіка на 18 бджолосімей і досвід роботи з бджолами більше 10 років. Планується розширити виробництво до 30 бджолосімей.

Продуктами проекту є продукція бджільництва власного виробництва: мед, мікси (з додаванням пилку, горіхів, сухофруктів), прополіс, віск, пилок, маточне молочко, бджолина отрута, лікувальні настоянки, що буде представлена під власною торговою маркою «Пасіка діда Панаса» і буде упакована в зручну та стильну упаковку. Фасування меду буде здійснюватися у ємності різного об'єму: від 200 грам і більше. На упаковці зазначатиметься: торгова марка, вид меду, його властивості, корисні якості, рівень його міцності, рекомендації з яким продуктом краще за все споживати даний вид меду, адреса виробника. Можливе формування подарункових наборів на замовлення. При фасуванні лікувальної продукції бджолярства надаватиметься детальна інструкція щодо властивостей, умов споживання та протипоказань.

Джерела доходу проекту: продаж продукції бджільництва роздрібним покупцям; продаж оптовим покупцям (оптимально при значних обсягах); продаж продукції виробникам афродізіаків та лікарських засобів; продаж для розведення високопродуктивних бджолосімей; надання послуг для аграріїв по запиленню сільськогосподарських рослин; надання послуг пасічникам щодо фасування їх продукції.

Реалізація продукції планується у приватному домоволодінні, на ринку міста, в роздрібних магазинах та через власний сайт і соціальні мережі.

Для налагодження взаємодії з клієнтами та споживачами необхідно розмістити інформацію щодо асортименту продукції бджільництва на власному сайті з невеликим описом властивостей, корисних якостей, рекомендації щодо споживання. Також інформацію розмістити в соціальних мережах, на спеціалізованих форумах та тематичних платформах, широко використовувати сарафанне радіо. Приймати участь у виставках, ярмарках, тематичних заходах. Для посилення рекламної активності в просуванні власної продукції можливе налагодження партнерських відносин з виробниками суміжної продукції: трав'яних чаїв, сиру, бринзи, хлібних снєків.

В результаті реалізації проекту підвищиться прибутковість бізнесу. Розширення виробництва до 30 бджолосімей збільшить обсяги виробництва продукції до 1000-1200 кг. Середня ціна упакованого меду становитиме мінімум 110 грн./кг, на відміну від оптової 38-40 грн./кг. Дохід від реалізації вторинної продукції бджільництва складе 30%, дохід від надання додаткових послуг складе 20 % від загальної виручки. Загальна виручка від реалізації фасованої продукції складе 115,5 тис.грн. Для реалізації проекту з просування продукції бджільництва сума інвестицій становить 150 тис. грн., чистий прибуток складе 81,8 тис грн., рентабельність виробництва – 155,8 % та строк окупності – 1,8 років.

Отже, бджільництво, як бізнес має ряд переваг висока рентабельність, не потрібно наймати помічників на перших етапах, немає сталих виробничих технологій, може бути додатковим джерелом прибутку, невисока ціна обладнання, простий метод отримання готового продуктів (мед, прополіс та ін.).

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. Кулиш Т.В., Бокренко Е.С., Маркетинговая стратегия продвижения продукции пчеловодства. Международная научно-практическая конференция, проведенная в рамках «*Международной магистерской летней школы*», 26 мая-9июня 2020г. Алматы, Казахстан, 2020. С. 219-223.
4. Легеза Д. Г. Влияние маркетинговых факторов на конкурентоспособность предприятий Украины. *Вестник Кыргызского Национального университета им. Ж. Баоасагина / КНУ им. Ж. Баоасагина*. Бишкек, 2015. № 6. С. 115-127.
5. Сокіл Я.С. Формування стратегії розвитку ринку. Формування ефективних механізмів господарювання: колективна монографія / кол. авторів за ред Ф.В. Зинов'єва. Саки: ПП «Підприємство Фенікс», 2013. (2-е вид.). С. 15-23.