

ПРОЕКТ З ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКО-СУМОК

Сердюк М.Н., учасник проекту «Норвегія-Україна.
Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

Арестенко Т.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу
*Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра
Моторно го*

Популярність екологічних товарів зростає з кожним днем, тому що люди починають розуміти, що засмічення навколишнього середовища продуктами своєї життєдіяльності призводить до проблем з утилізацією відходів. Зокрема, втрачають свою колишню популярність поліетиленові пакети, пластикові кульки, якими вже давно всі звикли користуватися. Тому актуальним стає питання заміни небезпечних для навколишнього середовища матеріалів.

Бізнес-ідея - виробництво з пошиття еко-сумок є актуальною, цікавою для підприємців. Це в першу чергу пов'язано з тим, що вони практичні і надійні. Ця продукція користується великим попитом, вона входить в моду. Шують їх з натуральних матеріалів, які не засмічують середу. Еко-сумки зручні у використанні, не вимагають багато місця. Крім того, в умовах кризи люди почали серйозніше ставитися до своїх щоденних витрат. Вирушаючи в супермаркети за покупками замість містких поліетиленових кульків, покупці упаковують куплений товар в принесені з собою багаторазові тканинні сумки.

Крім того, створення бізнесу з виробництва еко-сумок має низку переваг :

- по-перше, купівельна аудиторія збільшується з кожним днем - сьогодні бути захисником природи украй модно;

- по-друге, що стосується матеріалів для виготовлення - їх асортимент широкий;

- по-третє, в силу дешевизни сировини на етапі становлення бізнесу, матеріальні інвестиції в подібний бізнес малі, а ось прибуток може бути дуже високий - тут все залежить лише від дизайнерських здібностей. І це реальна можливість накопичення коштів для подальшого розвитку бізнесу і, в першу чергу, закупівлі сучасних тканин та фурнітури [2-4] .

Тому нас зацікавила дана ідея і ми розробили відповідний проект. Мета проекту – налагодження прибуткового бізнесу з виробництва та реалізації еко-сумок з принтом та розширенні виробництва та асортименту продукції на перспективу.

Для реалізації проекту потрібні відповідні ресурси, а саме приміщення (50-70 м²), обладнання (швейні машини, оверлок, стіл для обробки матеріалів та розкрою сумок, стелаж для зберігання сировини, праска, прес, що закріплює кнопки, люверси, шелкотрафаретний станок), сировина (бавовняні тканини, лляні тканини, мішковина декоративна, мішковина джутова, фарби, клей, яскрава фурнітура: дерев'яні ручки, клежки, гудзики, різнокольорові нитки, блискавки і т.п.), а також спеціалісти - швачки-розкрийщиці з добре розвиненою художньою фантазією. Витрати на відкриття бізнесу в цілому складуть 395710 грн.

Реалізувати продукцію планується через Інтернет – магазини, соціальні мережі та на власному сайті. Також їх планується здавати і в звичайні магазини аксесуарів, а на перспективу - відкрити власну торгову точку [1].

Ціни реалізації на еко-сумки коливаються від 80 грн. за господарську до 350 грн. та вище за еко-сумку шоппер в залежності від кількості витрачених матеріалів, наявності принту. Еко-сумки за індивідуальним замовленням можуть коштувати дорожче. Планується виручка від реалізації продукції у розмірі 50,4 тис. грн. на місяць та 604,8 тис. грн. на рік. Прибуток від реалізації продукції складе 209, 1 тис. грн., рівень рентабельності – 43,3%.

Бізнес, пов'язаний з виробництвом еко-сумок з нанесенням принту, перспективний і прибутковий. Вкладені кошти вдасться окупити через 0,6 року.

Список літератури:

1. Арестенко Т.В. Планування рекламної кампанії сучасного підприємства. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)*. - Мелітополь, 2018. № 2 (37). С. 63-69.

2. Арестенко Т.В., Арестенко В.В. Методичні підходи до виділення ринкових ніш. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. Мелітополь, 2017. №3(35). С.93-98.

3. Куліш Т.В. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень *Формування ринкової економіки [Електронний ресурс]: зб. наук. праць*. К.: КНЕУ, 2011. Ч. 2. С. 142–149. – Режим доступу: <http://ir.kneu.kiev.ua:8080/handle/2010/1157>

4. Шквиря Н.О., Сокіл Я.С. Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямків розвитку підприємства. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)*. Мелітополь: Люкс, 2020. № 2(42). С. 214-219.

5. Лига .В.А., Лук'яненко А.В., Демчук О.М. Сучасний друк на тканинах, створив свій неповторний друк. *Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту «Норвегія - Україна». Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему» (NUPASS)*. Мелітополь: «Колор Принт». 2020. с. 17-18.

6. Гаценко М.О., Валентиров І.В., Сокіл Я.С. Інтернет- маркетинг як ефективний інструмент розвитку сучасних підприємств та підвищення їх маркетингової компетентності. *Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до створення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу» учасників проекту «Норвегія - Україна». Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему» (NUPASS)*. Мелітополь: «Колор Принт». 2020. с. 5- 6.

7. Легеза Д. Г. Влияние маркетинговых факторов на конкурентоспособность предприятий Украины. *Вестник Кыргызского Национального университета им. Ж. Баосагина / КНУ им. Ж. Баосагина*. Бишкек, 2015. № 6. С. 115-127.