

Гейко М.Є., магістрант, Євсейцева О.С., к.е.н., доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ, ЩО ПРАЦЮЮТЬ НА РИНКУ ДИТЯЧИХ ТОВАРІВ

Актуальність дослідження полягає у необхідності аналізу ринку дитячих товарів, на якому працює підприємство «Країна Казок» для прийняття рішень щодо його збутової діяльності та вдосконалення продажів шляхом покращення маркетингових комунікацій. При цьому необхідно враховувати, що вони є не лише джерелом інформування, а й засобом переконання та впливу на споживачів, сприяння приверненню уваги, врахування психології, сприйняття тексту та графічних зображень, формування асоціацій тощо. Тоді потреба перетвориться в інтерес, пропуститься через свідомість і життєвий досвід. **Метою** дослідження є аналіз маркетингової комунікаційної політики на підставі огляду ринку, аналізу маркетингової діяльності з метою переконати та стимулювати споживача на придбання товарів для підвищення ефективності продажів та збільшення прибутку. **Основна проблематика** стимулювання продажу на українському ринку дитячих товарів полягає в наступному:

- **наявність на ринку великої кількості гравців** - мультибрендові мережі, роздробні магазини, павільйони та ринки; розвинута інтернет-торгівля дитячими товарами з нижчими цінами і широким вибором;

- **орієнтація на специфічну цільову аудиторію**: в основному покупки в цих магазинах роблять батьки, але їх вибір корегується бажаннями дітей;

- **особлива специфіка просування** товарів для дітей щодо необхідності обрання ефективних джерел впливу на покупців при виборі товару.

Об'єктом дослідження є діяльність компанії «Країна Казок», що працює на ринку продажу товарів для дітей; її маркетингові проблеми та шляхи їх вирішення.

Предметом дослідження є аналіз методів здійснення планування, проведення і обробки результатів маркетингових комунікацій.

Всі гравці ринку використовують стратегію масового маркетингу, оскільки асортимент та портрет цільового споживача має спільні ознаки,

незважаючи на певну спеціалізацію (широту асортименту, цінову політику та ін.). Збільшення виручки залежить від застосування інструментів маркетингових комунікацій, які компанія обирає в залежності від ресурсів, які може застосувати та факторів зовнішнього середовища. Комунікаційна політика компанії є елементом комплексу маркетингу і має наступні напрямки: (1) реклама; (2) паблік релейшнз (зв'язки з громадськістю); (3) стимулювання збуту; (4) прямий маркетинг; (5) брендинг; (6) спонсорство.

Сучасний ринок дитячих товарів оцінюється в 25 млрд. дол. [1] і постійно зростає, починаючи з 2010 року. Онлайн-магазини дитячих товарів займають 38% ринку і пропонують ціни на 5-15% менше, ніж традиційні роздрібні магазини[2]. Ринок роздрібної торгівлі дитячими товарами в Україні ненасичений, а конкуренція серед гравців порівняно низька, що свідчить про його перспективність. Основними учасниками ринку дитячих товарів на ринку України є «Антошка»; «Будинок Іграшок»; «Mothercare»; «Chicco»; «DanMark» kids; магазини одягу; Інтернет магазини; базари, гіпермаркети. За даними опитування Асоціації Рітейлерів України, 55% споживачів купують іграшки дітям в мережі «Антошка», 30% - в «Будинок Іграшок» [3].

Для збільшення продажів компанії мають привертати увагу більшої кількості клієнтів за допомогою креативного контенту, розміщення інформації про товари, щоб доводити клієнтам необхідність придбати товар саме цієї компанії. Важливо не тільки залучити клієнтів, а й регулярно підживлювати їх увагу до діяльності компанії, використовуючи ефективні напрями маркетингових комунікацій.

Література

1. Ринок дитячих товарів. Електронний ресурс – Режим доступу до ресурсу: http://www.bconsult.obedaem.od.ua/articles/runok_detskih_tovarov/.

2. Як розвивається ринок дитячих товарів в e-commerce. 2017. Електронний ресурс – Режим доступу до ресурсу: <http://retailers.ua/news/spetsproektyi/6318-kak-razvivaetsya-ryinok-detskih-tovarov-v-ecommerce>

3. ToyStory: ринок іграшок України в цифрах і картинках. Електронний ресурс – Режим доступу до ресурсу: <https://rau.ua/analytics/toy-story-rynok-igrushek/>.