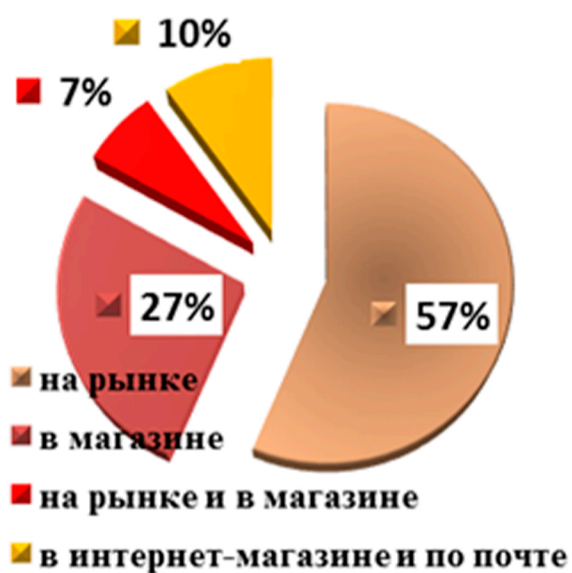




Маркетинговое исследование рынка гончарных изделий в Республике Крым



**Маркетинговое исследование
рынка гончарной продукции
Республики Крым**



Согласно данным интернета и опросов, в Республике Крым существует следующее количество предприятий, занимающихся изготовлением и продажей гончарных изделий, в том числе сувенирной продукции и глиняной посуды:

Магазины (сувенирные магазины и магазины посуды) – 107 предприятий

Рынки и ярмарки (изделия из глины по индивидуальному дизайну, мастер-классы) – 25 предприятий

Гончарные мастерские (изготовление гончарной продукции, проведение мастер-классов) – 15 предприятий.

Магазины, рынки и гончарные мастерские распределены географически следующим образом:

Район Крыма	Магазины	Рынки и ярмарки	Гончарные мастерские
Бахчисарайский р-н	18	4	3
Белогорский р-н	6	2	2

Джанкойский р-н	3	1	-
Красноперекоский р-н	11	2	1
Керченский р-н	16	3	1
Кировский р-н	2	-	-
Ленинский р-н	1	-	-
Нижегородский р-н	1	-	-
Первомайский р-н	3	1	-
Раздольненский р-н	3	-	-
Судакский р-н	12	4	1
Симферопольский р-н	29	8	7
Черноморский р-н	2	-	-



Как видим, основное производство и продажа гончарной продукции сконцентрированы в Симферопольском районе. Это объясняется тем, что для гончарного производства необходим определенный уровень инфраструктуры. Среди гончарной продукции наибольшим спросом пользуется посуда – декоративные тарелки, чашки, чайники, чайные наборы, а также посуда для приготовления пищи, т.е. все, что можно изготовить на гончарном круге.

Сувенирные скульптурные формы сложнее в изготовлении, для их производства необходимы навыки по лепке и художественное образование, которые не требуются в таком объеме для посуды. Лепные гончарные сувениры очень популярны среди других видов народного творчества и хорошо продаются, однако на их продажи оказывает высокое влияние сезонность, в то время как глиняная посуда такой зависимости от сезонности не имеет.



Торговля сувенирами и подарками в последние годы в России является одним из самых динамично развивающихся и перспективных направлений бизнеса. Годовой оборот рынка подарков в 2019 году специалисты оценивают

в 500 миллионов рублей. Это немало, учитывая, что этот объем выручки делается на мелочах: керамические магниты на холодильник, вазы, горшки, статуэтки, часы, фотоальбомы... Достаточно большой процент продукции производится за рубежом (по разным оценкам, от 35 до 45 % продаваемой гончарной продукции), остальное производится крупными заводами и мелкими керамическими мастерскими. Заводы в основном производят серийные изделия, имеющие мало индивидуальности, прошедшие стандартизацию, сертификацию, в случае посуды чаще всего пригодные для использования в духовке. Частные мастерские, не имеющие таких объемов, расширяют продажи за счет индивидуального подхода и продаж через соцсети и онлайн-магазины. Небольшая мастерская, например, по изготовлению дизайнерской посуды при грамотном позиционировании сможет приносить достойную прибыль, а риски при этом будут минимальными. Главное – попасть в струю модных тенденций и обеспечить высокое качество продукции.



Гончарные или керамические предметы изготавливаются из различных видов глины путем смягчения ее водой, дальнейшей лепки и обжига. Данная технология не меняется вот уже три с половиной тысячелетия. Какие-то процессы автоматизировали, но в целом создание современной керамики подразумевает все те же шаги, которые предпринимали древние мастера. Нужно сказать, что даже появление новых материалов, таких как металл, стекло и даже пластик, практически не повлияло на популярность гончарных изделий. Сегодня гончарные изделия используют, в основном, как сувенирную продукцию — в любом магазине можно встретить тарелочки, вазы, чашки, игрушки, таблички, рамки и другие изделия из глины. Они пользуются хорошей популярностью у покупателей и спрос, как правило, сильно превышает предложение.



Особенности Российского и Крымского рынка

Несмотря на обилие новых решений, керамика остается основным материалом для изготовления посуды в России и в Крыму.



Потребитель привык доверять качеству и экологичности продукции родом из СССР, что наложило на мнение о современных товарах. Но если 20-30 лет назад основная масса керамической посуды изготавливалась на отечественных заводах, то сегодня существенный объем приходится на экспорт из Китая. Это не удивительно, поскольку имеющееся в стране оборудование устаревает, не получая должной модернизации, и владельцы бизнеса уже не в состоянии удерживать требуемое потребителем соотношение цены, внешнего вида и потребительских свойств. «Отягощающим» обстоятельством является подорожание и проблемы с поставками сырья, которое ранее по большей части ввозилось из Украины. В Крыму встречаются

не все виды глины, используемые в гончарном производстве, и часть сырья все равно приходится закупать на материке, а не добывать самим, в случае мелких ремесленных производств. Китай же, напротив, имеет все необходимые ресурсы для выпуска больших партий посуды практически любого качества: от самых бюджетных вариантов до товаров элитного сегмента. Также популярностью пользуются изделия из Великобритании, Японии, Германии, Чехии, Польши. Как правило, в этом случае речь идет о высокой и средней ценовых категориях. Что касается отечественной керамической посуды, ситуация двоякая. С одной стороны, потребитель с удовольствием приобретает продукцию российских марок, руководствуясь уже упомянутым мнением о ее высоком качестве и безопасности. С другой – сами действующие производители способствуют падению имиджа выпускаемых товаров. Таким образом, только степень ответственности предпринимателя будет определять успех нового бизнеса. В этом свете важно подобрать качественную рецептуру керамической смеси, глазури, технологию обжига, а также постоянно держать руку на пульсе модных тенденций. Только так можно обеспечить постоянный приток покупателей.



Структура рынка гончарных изделий по стране производства, ед., %
(данные SoyaNews)

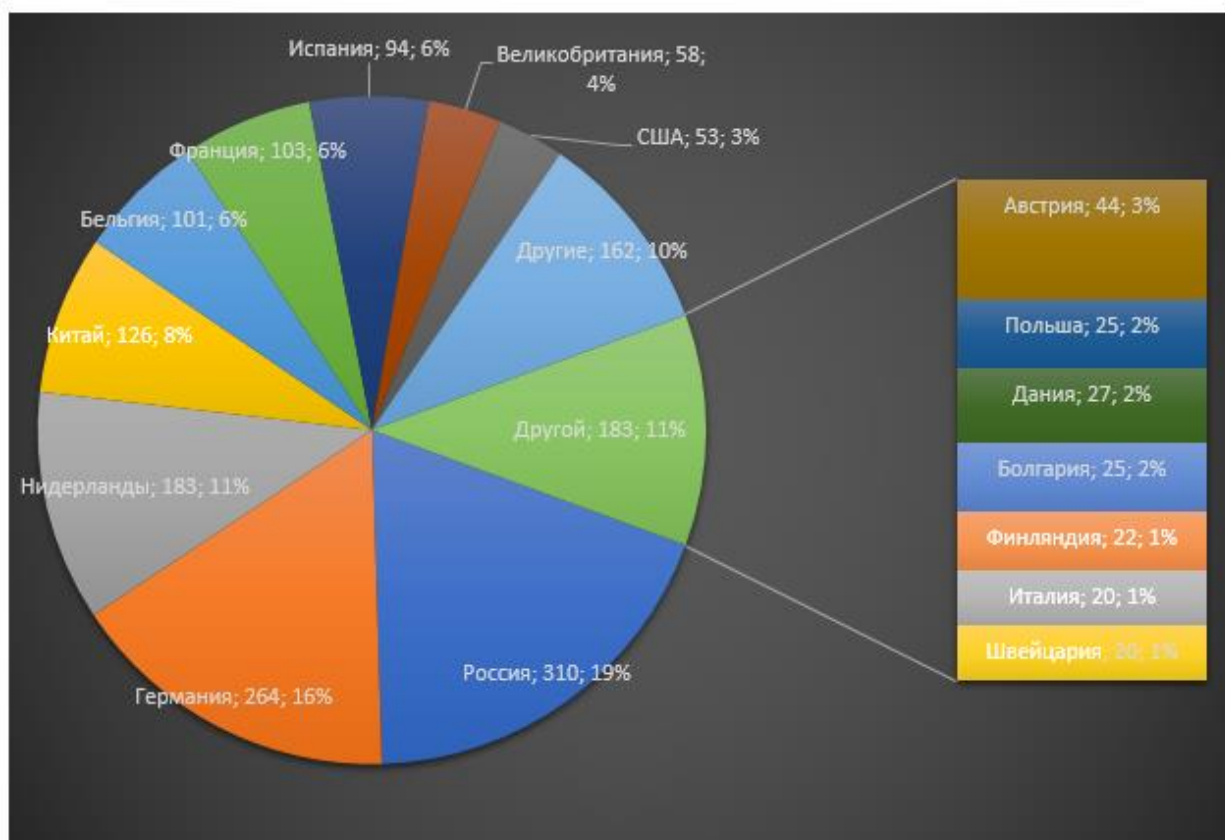


ДИАГРАММА 3. СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА КЕРАМИЧЕСКОЙ ПОСУДЫ В РОССИИ ПО ВИДАМ КЕРАМИКИ В 2016 ГОДУ, %



Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстат

К основным проблемам рынка можно отнести:

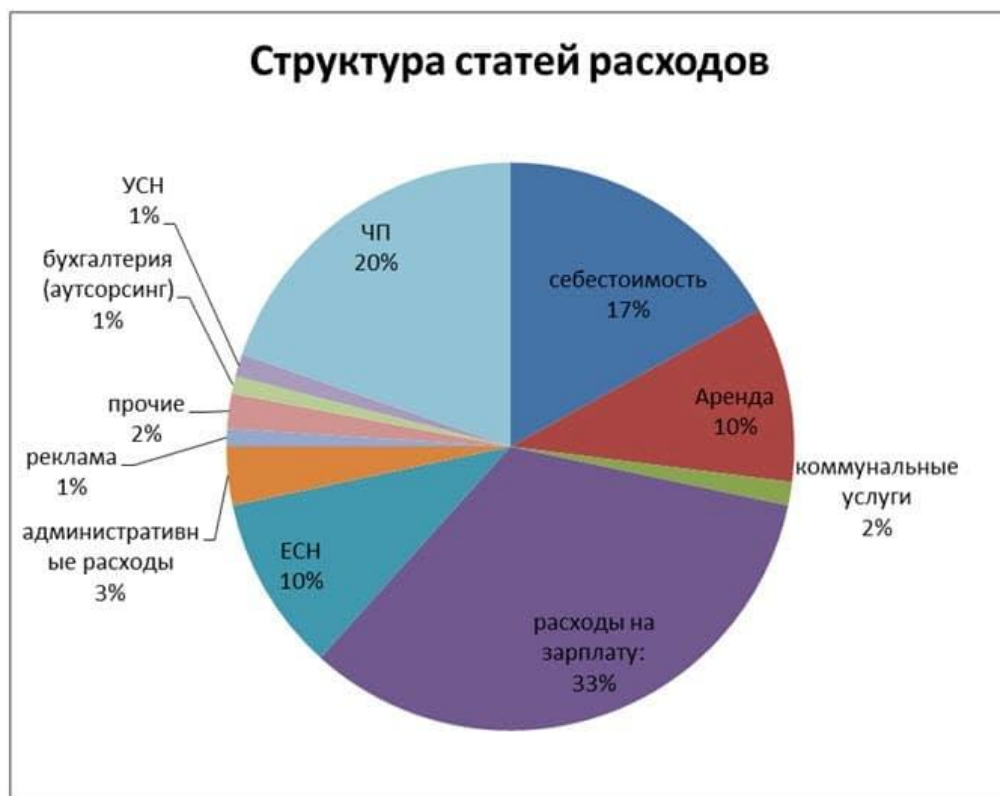
- высокую чувствительность рынка к сезонным колебаниям, особенно в секторе сувенирной продукции

- снижение платежеспособности покупателей в целом, что приводит к ужесточению конкуренции и снижению рентабельности производства
- снижение доступности кредитных ресурсов
- отсутствие государственной поддержки или незнание о ней
- сложность добычи глины постоянного качества
- низкий уровень технического оснащения мелких производителей, дефицит высококачественного оборудования и заметные затраты на модернизацию основных фондов
- дефицит квалифицированных кадров
- низкая способность к внедрению новых технологий производства

Целевые рынки сбыта для гончарной продукции:

- Специализированные магазины посуды;
- Сувенирные магазины;
- Туристические достопримечательности;
- Ярмарки.

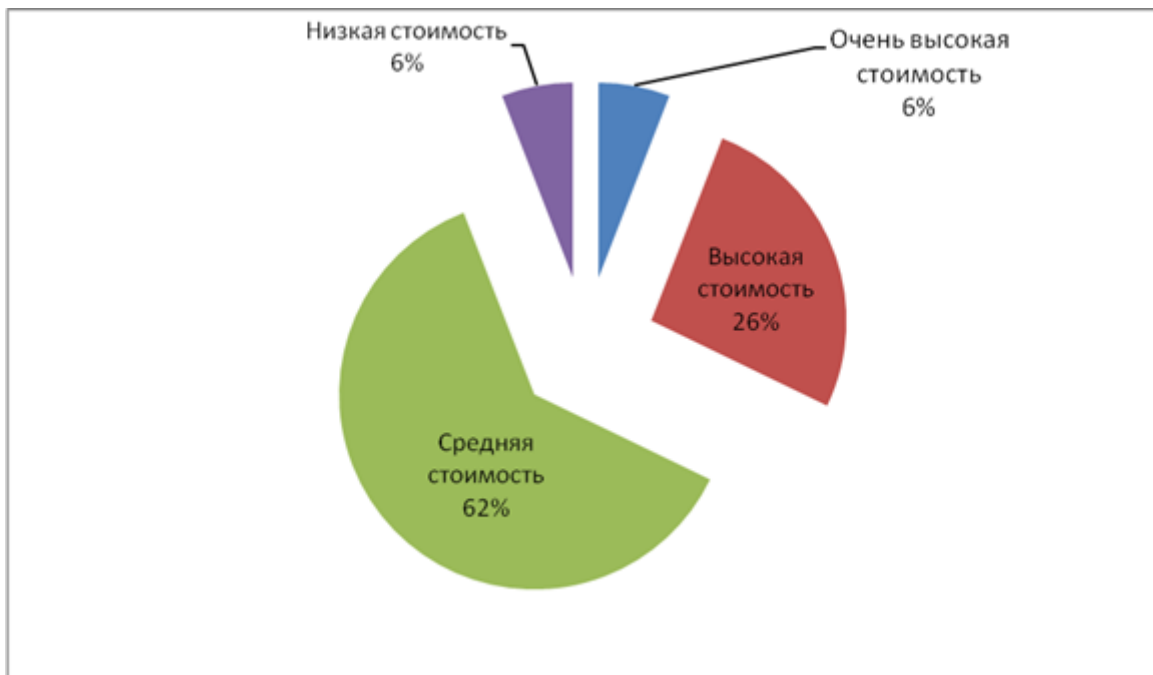




Рентабельность производства зависит от рыночного спроса, динамики цен и покупательной способности целевой аудитории. В общем объеме гончарной продукции удельный вес посуды составляет 64%, из них:

- 41% декоративной посуды;
- 39% посуды для приготовления пищи;
- 18% посуды для хранения пищи;
- 2% – другое.

На рынке крайне популярны декоративные тарелки, блюда и вазы с татарскими народными мотивами (рентабельность производства — 20–30%). Второе место занимает посуда для приготовления пищи, третье — сувенирная продукция.



Процесс покупки гончарных изделий зависит от:

- цены;
- ассортимента продукции;
- сервиса, который предлагает продавец;
- качества продукции;
- наличия твердой упаковки для транспортировки.

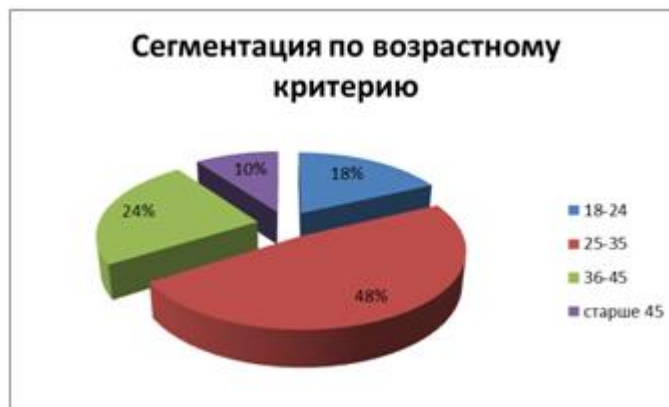
Главными факторами при реализации гончарной продукции специалисты считают:

- качество, наличие, ассортимент;
- конкурентоспособность;
- степень "раскрученности" товара (рекламная поддержка и выполнение в популярных мотивах);
- эстетичный внешний вид;
- ответ на сезонный спрос;
- информационная поддержка (максимальное обеспечение продавцов информацией о том, как и из каких материалов изготовлено изделие).

Основными факторами влияния на решение о приобретении гончарных изделий являются:

- полученный собственный опыт использования гончарной посуды в быту;

- наличие и опыт использования, полученный хорошим знакомым;
- сильная и массовая реклама этого производителя, бренда;
- публикация и распространение информации о весомых преимуществах глиняной посуды над другими видами;
- при выборе из двух предметов посуды одного класса покупатели выбирают более дешевый;
- убеждение покупателя продавцом, который непосредственно находится в прямом контакте с покупателем;
- авторитет фирмы на рынке.



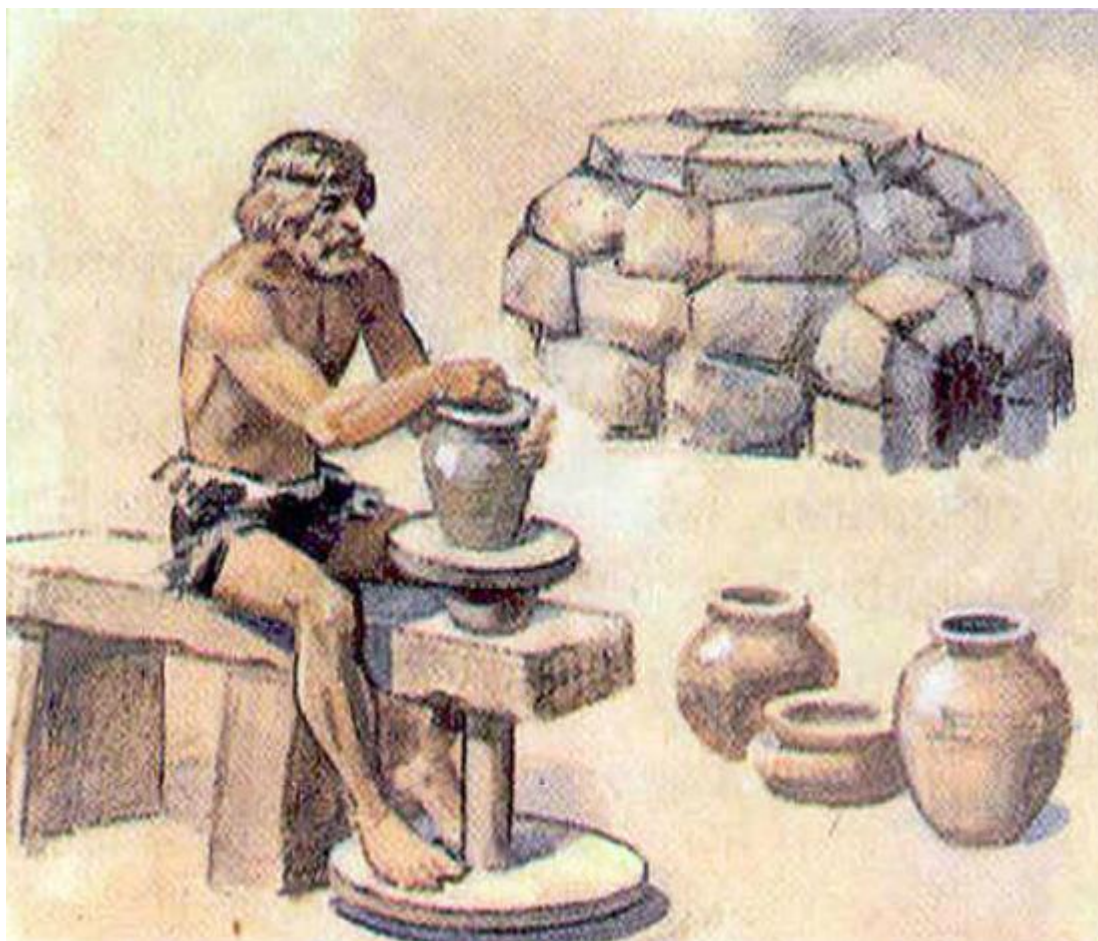
Виды гончарной продукции.

Кроме посуды, из глины изготавливается масса сувенирных изделий – магниты, брелоки, фоторамки, подставки под канцтовары, цветочные горшки, скульптуры, промо-материалы и корпоративная символика. Также очень актуальны лепные сезонные сувениры – символы года перед новогодними праздниками, символы летнего отдыха весной и летом.



Существует три основных материала для производства керамической посуды – собственно керамика, фарфор и фаянс. Все три представляют собой разновидности керамики, но имеют различия в рецептуре и технологии

изготовления. Керамические изделия получают при помощи спекания глин с минеральными добавками и другими соединениями неорганического происхождения. Это самое простое решение. Для изготовления фаянса и фарфора используются более сложные технологии. Фарфор – тонкостенная керамика из смеси каолина, кварца, полевого шпата или других алюмосиликатов, способная пропускать сквозь себя свет. Для достижения этого эффекта сырье подвергают сверхтонкому помолу (его пропускают сквозь сито с 10 000 отверстий на квадратный сантиметр). Фарфоровая поверхность лишена пор, характеризуется прочностью, белизной, термической стойкостью и способностью чисто звучать при прикосновении. Различают твердый и мягкий фарфор. Благодаря высокому содержанию каолина и относительно небольшому полевого шпата, изделия из твердого фарфора отличаются однородностью и белизна поверхности, а также характерный звон. Получают их путем двукратного обжига. Сначала при относительно невысокой температуре (порядка 1350°C), затем, после нанесения глазури, при более высокой (1450°C). Именно таким образом изготавливается дорогостоящая столовая посуда высокого качества, статуэтки, вазы и прочий декор, изоляторы и лабораторная тара. К твердым относят также неглазурованный или бисквитный (его используют, например, для изготовления головок фарфоровых куколок) и костяной фарфор. Второй материал содержит золу костей крупного рогатого скота, благодаря чему обладает великолепной белизной и просвечиваемостью. Однако этот же компонент делает изделия чрезвычайно хрупкими, поэтому костяной фарфор чаще применяют для производства декора, а не посуды. То же относится к мягким сортам фарфора. По цвету и белизне он ничем не отличается от твердого, но при этом чувствителен к перепадам температур и механическому воздействию, поэтому не подходит для изготовления посуды. В отличие от фарфора фаянс содержит до 85% глины в составе и обжигается при более низкой температуре – 1050-1280°C. В результате получается недорогая, средней прочности посуда, как правило, белого цвета. Поверхность изделий содержит поры и, соответственно, впитывает влагу, что приводит к необходимости покрывать поверхность достаточно толстым слоем глазури. Примером таких товаров могут служить цветные кружки и чашки, которые есть в каждом доме. В зависимости от состава и характеристик выделяют глиноземный, шамотный, известковый и полевошпатовый фаянс. Последний используется для производства посуды чаще всего, благодаря однородности и высокому содержанию в смеси каолина и глины.



Рекомендации по входу на рынок гончарных изделий:

Определяться с ассортиментом предприятия нужно как можно раньше. Не стоит делать его слишком большим – достаточно 50-60 позиций. Изделия должны быть высокого качества и гармонично сочетаться между собой, чтобы клиенту проще было составить комплект. Лучше всего продается керамическая посуда средней ценовой категории – чашки, тарелки, блюда, сахарницы и т. д. Рекомендуется иметь в ассортименте для начала хотя бы 3 серии посуды, выполненной в одном стиле. Предпринимателю рекомендуется постоянно работать над обновлением ассортимента – с учетом пожеланий клиентов и модных тенденций. Также необходимо определиться с основной категорией потребителей. Ориентироваться можно как на работу с маркетами и магазинами посуды, основными клиентами которых являются розничные покупатели, так и на оптовую реализацию, например, заведениям общественного питания. В последние годы в стране стабильно растет число открывающихся ресторанов и кафе, которым необходимы большие объемы качественной и красивой посуды, внешне и по характеристикам соответствующей европейским требованиям. Еще один фактор, который нужно учесть владельцу бизнеса по производству керамической посуды, – сезонность. Сама отрасль формально не относится к сезонным, но существуют некоторые нюансы. Так, в жаркое время года продажи могут пойти на спад.

Причина – период отпусков и нежелание потребителей стоять у плиты. С другой стороны, по этой же причине рестораны будут покупать больше посуды. Кроме этого, производителю керамики нужно помнить о высоком влагопоглощении материала. Соответственно, в очень сырую погоду может возникнуть необходимость приостановить работу цеха, чтобы избежать увеличения количества брака.



Сырье

Для производства керамической посуды используют глинистые и непластичные материалы. К первым относят каолины, огнеупорные, туго- и легкоплавкие глины, а также бентониты (пластификаторы). В группу непластичных материалов входят шамот (отошающая добавка, необходимая для снижения температуры обжига и повышения прочности черепка), полевой шпат, тальк, мел, доломит и прочие плавни. Для декорирования и защиты изделий от механических повреждений потребуется глазурь. Она представляет собой полевошпатное, борносвинцовое, циркониевое или другое силикатное стекло, которое наносится слоем 80-260 мкм в зависимости от вида продукции. Глазури могут быть прозрачными или глухими (полностью перекрывают первоначальный цвет изделия). Во втором случае их называют «эмальями». По цвету различают глазури окрашенные и бесцветные. Для придания того или иного оттенка в состав вводят молекулярные (оксиды и соли) либо

коллоидные пигменты. Приступая к организации производства керамической посуды, следует помнить о высокой материалоемкости отрасли. Для обеспечения относительно небольшого предприятия потребуется порядка 3-4 млн. тонн глинистых материалов и 130-150 тыс. тонн плавней ежегодно. Это означает, что наряду с финансовыми вложениями, необходимо позаботиться о местах складирования сырья, транспортных расходах и эффективном графике поставок. К слову, снизить затраты на сырьевое обеспечение производства можно за счет применения обогащенных материалов, закупки глин на региональных месторождениях. Также экономии материалов будет способствовать грамотная организация складских площадей. Она предусматривает: обустройство зданий или крытых площадок, поднятых выше уровня грунта и оборудованных стоками для отвода вод; закупку ларей и отсеков для раздельного (по видам, сортам, маркам) хранения материалов; приобретение эффективного грузоподъемного оборудования – автокаров, весовых тележек, мостовых кранов; разработка формы складских карточек учета, где фиксируются максимальный и минимальный запас сырья, движение материалов внутри производства. Все материалы, поступающие на склад, должны проходить контроль качества с фиксацией в журналах учета. Если предприятие планирует работать с сырьем, поставляемым из-за рубежа, дополнительно следует заложить расходы на оформление документов и растаможивание грузов, а также учесть в производственном графике время доставки. Впрочем, на той же Украине имеет смысл закупать именно глинистые материалы в больших объемах. Стоимость тонны глины в России составляет порядка 500-600 руб. У соседа материалы аналогичного и выше качества можно приобрести почти в 2 раза дешевле. Что касается глазурей и других компонентов, то они широко представлены на территории РФ. Ознакомиться с ассортиментом отечественных поставщиков можно в сети Интернет, например, здесь (<http://керамистика.рф>, <https://гончарныймир.рф>, <https://ceramgzhel.ru/>, <http://breezecolour.ru>).



Технология производства

Алгоритм производства керамической посуды будет зависеть от вида изделий, что на крупных производствах прописывается в технологических картах. Обобщенно процесс можно представить в виде ряда последовательных этапов:

Подготовка сырья: практически все глинистые материалы (кроме специальных пакетированных смесей) при поставке содержат примеси. Соответственно, сначала нужно очистить сырье от ненужных минеральных включений. Затем оно размалывается, пропускается через сито и только затем смешивается с остальными компонентами согласно рецептуре.

Приготовление рабочей массы: в зависимости от способа дальнейшей обработки в сухую смесь компонентов вводится определенное количество воды. Например, при использовании для отливки сложных изделий требуется шликер влажностью 35%, простая посуда (блюдца, тарелки) формируется при помощи гипсовых форм и стальных шаблонов из пластической массы, влажность которой составляет около 25%.

Первичное затвердевание: оно может происходить естественным образом или в конвекторной печи (70-90°C). Стоимость такого оборудования достаточно высока, поэтому в условиях малых производств оно применяется достаточно редко.

Глазирование, нанесение рисунка и обжиг: очередность и кратность этих операций отличается для разных видов керамики. Так, в случае с гончарной продукцией достаточно однократного обжига, а фарфору потребуется двукратный при высоких температурах. Окрашивание может быть надглазурным (чаще применяется для фарфора) и подглазурным, а сама глазурь – разных видов. Таким образом, технология изготовления керамической посуды должна подбираться индивидуально. Для этого на крупном производстве сначала определяется номенклатура товаров, а затем нанимается технолог, который разработает производственный алгоритм. Мелкое предпринимательство обычно состоит из одного-двух гончаров, которые выполняют все эти работы самостоятельно. В производственном цикле, в котором состоит несколько человек, оптимально такое распределение обязанностей: два-три человека, один замешивает глину, другой ее формирует, третий обжигает. На изготовление одного горшка уходит 1-2 часа: 10 мин. — замес, 7-10 мин. — лепка и все остальное время — обжиг. При этом оптимально производить обжиг партиями.



Продажи.

Стандартные формованные изделия найдут спрос у оптовиков. Можно договориться с владельцами маленьких сувенирных магазинчиков, крупными торговыми сетями, супермаркетами. Однако крупные сети требуют постоянного потока продукции одних и тех же типов. Производство глиняных изделий под заказ, например, рекламные сувениры (магниты на холодильник, подставки под канцелярские товары и т.п.), оформление интерьеров. Украсить офис или торговый центр красивыми цветочными горшками, развесить глиняные картины и рамки для фотографий ручной работы сегодня актуально. Такие промо-материалы оценят в крупных компаниях, и начинающему гончару весьма выгодно подобное сотрудничество.



Производственные мощности.

Существуют определенные требования к площади мастерской. Она должна состоять как минимум из двух помещений. Первое площадью не менее 50 кв. метров отводится под производственный цех, а второе площадью в 20 кв. метров используется для хранения сырья и готовой продукции. Рабочее помещение должно быть оборудовано хорошей системой вентиляции. Лучше всего, если в вашей мастерской будет еще одно отдельное, третье помещение, где будет проходить глазирование изделий. Глазурь содержит свинец и другие вредные вещества, поэтому работать с ней нужно с соблюдением техники безопасности и с использованием респираторов. В идеале помещение должно быть в вашей собственности. Но если такового нет, то придется арендовать

подходящее на несколько месяцев. Стоимость аренды составит от 35 тыс. рублей (точная сумма зависит от региона, расположения, площади и состояния помещений). Большинство гончарных мастерских открывается либо на окраине города (или даже пригороде), или и вовсе в области. Но последний вариант подходит для более крупных предприятий, которые экономят на доставке сырья, располагая свое производство поблизости от места добычи глины.



К основному оборудованию относятся гончарные круги, оборудование для замеса глины, весы для дозировки глиняной массы, формы для изделий (например, для изготовления магнитов, рамок для фотографий и прочей мелочевки), инструменты и специальные печи для обжига готовых изделий. Потребуется также рабочие столы и стулья для гончаров, стеллажи, полки и шкафы для хранения продукции и сырья. В набор инструментов для гончарных работ входят стеки, струны с ручками, скалки, ножи, циркули и кронциркули, ложечки, гончарные ножи и пр. Один гончарный круг обойдется в сумму от 30 тыс. до 50 тыс. рублей. Около 30 тыс. рублей стоит и машина для вымешивания глины. Еще около 5-7 тыс. рублей потребуются на покупку весов и около 5 тыс. рублей – на инструменты.



Возможно самостоятельное изготовление некоторой части оборудования, в том числе печи, однако в этом случае качество обжига может пострадать, а процент успешно обожженных и глазурированных изделий снизится. Стоимость одной печи заводского изготовления составляет от 50 тыс. до 100 тыс. рублей. Даже в случае с небольшой мастерской желательно иметь хотя бы две-три печи. На закупку первой партии сырья, примесей, глазури, красок и пр. потребуется около 50 тыс. рублей. В небольшой мастерской площадью около 50 кв. метров могут работать одновременно три мастера. Заработная плата каждого из них начинается от 10-15 тыс. рублей, в зависимости от региона, занятости, квалификации и т.д. Итак, для открытия небольшой гончарной мастерской понадобится от 250 тыс. р., сроки окупаемости разные специалисты оценивают от 1 до 2 лет.

Вложения:

- Аренда 100 кв.м по 400 руб. за метр = 40 000 руб. в месяц.
- Глину можно закупать, однако во многих регионах Крыма ее можно самому добыть бесплатно. Нужны будут лишь примеси.
- Оплата труда 3-х работников по 10 000 руб. = 30 000 руб. в месяц.

- Гончарный круг: от 30 000 до 50 000 руб.
- Печь: от 40 000 до 100 000 руб.
- Глиномесительная машина — 30 000 руб.
- Весы: 6 000 руб.
- Реклама: от 10 000 руб. в месяц.

Доходы:

- Стоимость горшка: 100-1000 руб. в зависимости от объема и формы
- Стоимость горшка по индивидуальному дизайну: от 400 руб.
- Магнит: от 40 руб.
- Магнит по индивидуальному заказу: от 100 руб.
- Рамка для фотографии: от 80 руб.
- Рамка для фотографии по индивидуальному заказу: от 200 руб.
- Мастер-классы по работе с керамикой, по работе на гончарном круге: от 350 рублей/чел.
- Сдача в аренду керамической мастерской: от 1000 рублей в день (оборудованная мастерская).

Советы и мнения:

Евгений Перминов, фермер, владелец небольшой гончарной мастерской:

«Это хобби, но не бизнес» - Заниматься изготовлением горшков, лепить свистульки и другие игрушки — скорее, хобби, нежели бизнес. Сейчас у меня три гончарных круга и печь. Любой может прийти и слепить что хочет. Я не стремлюсь заработать на этом, получить, как говорят, сверхприбыль. Честно говоря, я думал о расширении производства, но, когда начал общаться с магазинами, просчитал, сколько денег надо будет вложить, передумал. Вложения и постоянные вливания в этом деле будут не столько в производство, материалы и рекламу, сколько в оплату штрафов, откатов и т.д. Может, и имеет смысл открыть гончарное производство, водить туда людей на экскурсии и обучать их лепке, но это будет востребовано только в больших городах, где люди забыли, как деревья выглядят».

Любовь Богданова, художник, специалист по керамике:

«Работа должна быть штучной, покупатель — обладать вкусом» - В-первых, одной печки мало, лучше 3-4. Во-вторых, помимо глины, в сувенирном производстве используется так называемая глазурь (это то разноцветное и блестящее чем покрывают изделия), которая, как правило, содержит свинец и множество других химических элементов. В связи с этим возникает необходимость в хорошей вентиляционной системе (или работниках-камикадзе), а лучше — специальном помещении для глазуровки, куда желательно заходить только в респираторах. На самом деле процесс глазуровки — самый «волшебный» момент этого вида творчества, при взаимодействии друг с другом химические элементы могут давать совершенно невообразимые и не всегда предсказуемые оттенки. Это не единственный способ покрытия изделий — многие пользуются более экологичными, но не такими эффектными акриловыми красками. Ну и в-третьих, работа с керамикой у нас как раз неплохо развита — в галерее под ЦУМом и «доме ремесел» на Советской, помимо работ детских объединений, всегда присутствуют и авторские работы. На мой взгляд, самое сложное — это организовать поток на достойном художественном уровне. Ручная работа должна быть штучной, а на нее должен быть покупатель с соответствующим художественным вкусом (к тому же готовый заплатить предложенную цену) Вот и везут наши мастера свои шедевры в Питер, поближе к Европе — там авторское творчество в большом почете. Но если совместить количество и качество вам под силу, то все обязательно получится».



Прибыли.

Доходы гончарной мастерской складываются из двух составляющих – продажи самих гончарных изделий и изготовление их под заказ, а также проведения платных мастер-классов, экскурсий, сдачи в аренду рабочего помещения и оборудования. Оптовая стоимость простого предмета из глины, выполненного методом штамповки (например, магнита), начинается от 60-70 рублей при себестоимости 25-30 рублей. При этом в розницу такие магниты продаются по цене около 170-190 рублей. Посещение мастер-класса с обучением азам работы с гончарным кругом стоит от 350 рублей с человека. Среднее количество участников одного мастер-класса – пять-шесть человек. Стоимость аренды гончарной мастерской вместе со всем необходимым оборудованием начинается с 1000 рублей и выше. Конечно, зарабатывать на обучении и сдаче мастерской в аренду можно лишь в том случае, если она располагается в крупном городе, где конкуренция в данной области практически отсутствует и есть интерес со стороны людей к гончарному ремеслу.



Реализовать готовые изделия можно через мелкооптовые компании (по мере увеличения объемов производства можно будет задуматься и о крупном опте), через торговые сети, отдельные магазины (цветочные, магазины игрушек, магазины сувениров и подарков), торговые точки и ларьки (включая сувенирные лавки в торговых центрах города, на вокзалах и в аэропортах), точки на рынках, через собственный магазин при мастерской, а также через интернет-магазины (но этот вариант подходит только для продажи мелкой сувенирной продукции). Мечта всех мелких производителей сувенирной продукции – стать поставщиком крупных российских торговых сетей.



Глиняные сувениры самобытны и пользуются спросом, а конкуренция на федеральном уровне отсутствует. Но для сотрудничества с торговыми сетями минимальная партия товара должна составлять не менее тысячи штук одного наименования, что является довольно большим объемом для небольшой мастерской, даже если речь идет о мелочевке, вроде штампованных магнитов. Другая сложность связана со спецификой любого полукустарного производства, к которым относится нестабильное качество продукции и несоблюдение сроков поставок.

Возможно открытие при мастерской специализированного магазина по розничной продаже изделий из глины. Возможно наполнение ассортимента магазина не только за счет собственной продукции, но и за счет продукции известных брендов, а также продукции «ноу-нейм», в том числе китайской, способной заполнить средний и нижний ценовой сектор.



Ввиду узкой специализации магазина основной упор нужно сделать на широту ассортимента. В таком магазине можно будет найти как магнитики, фоторамки, так и широкий ассортимент посуды, цветочных горшков и прочего. Помимо реализации изделий из глины в магазине можно проводить мастер-классы, если объемы производства в мастерской или ее географическое расположение не позволяют проводить их на производственной площади. Целевой аудиторией такого проекта станут домохозяйки (посуда), любители сувенирной продукции, любители активного и интеллектуального отдыха (мастер-классы).



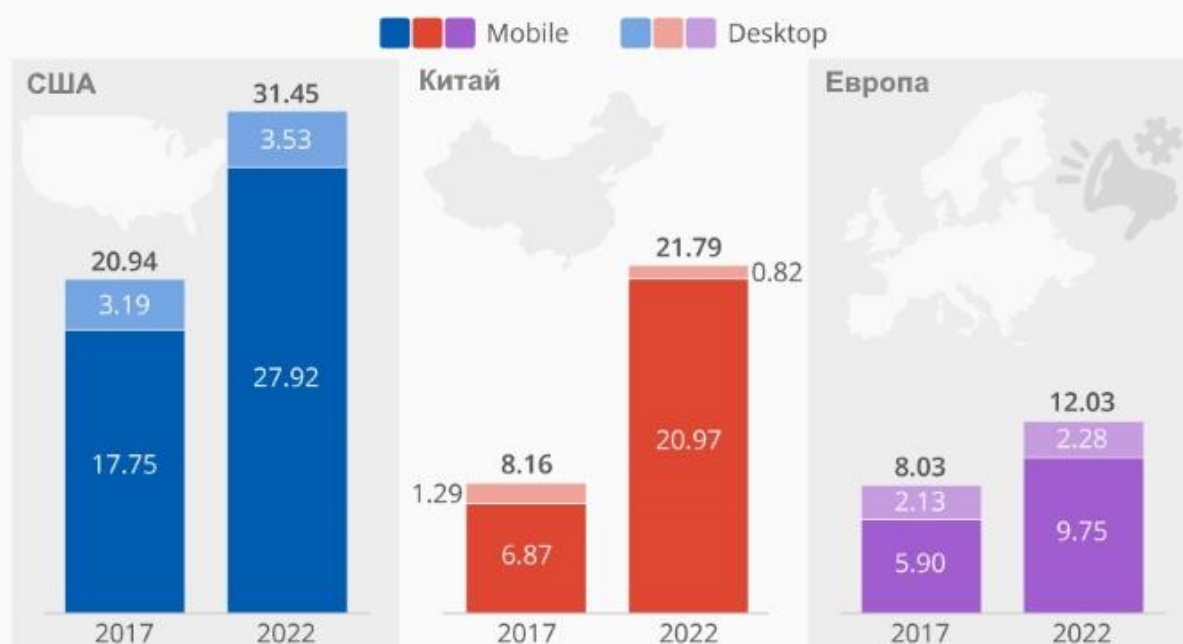
Инвестиции в открытие магазина совместно с мастерской – 986 000 руб. Этап подготовки к началу продаж составит 3 месяца, включая ремонт и оснащение помещения, подбор персонала, формирование стартового ассортимента. Данный бизнес-план актуален для городов с населением более 500 тыс. человек.

Ключевые финансовые показатели проекта	
Ставка дисконтирования, %	17
Чистая приведенная стоимость (NPV), руб.	1 512 960
Чистая прибыль проекта, руб.	50 000 – 200 000
Рентабельность продаж, %	5,71
Срок окупаемости (PP), мес.	24
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес.	29
Индекс прибыльности (PI)%	1,3

В ассортимент магазина можно включить, кроме собственной продукции мастерской, отечественную и зарубежную продукцию, включая посуду известных брендов, возможно, также и стеклянную. В основе товарной матрицы будут находиться изделия трех категорий: сувениры, пользующиеся массовым спросом, а также отечественные и брендовые изделия нижнего, среднего и премиум-сегментов. В рамках работы магазина также оптимально наладить продажи через соцсети и сайты.

Потенциал рекламы в социальных медиа

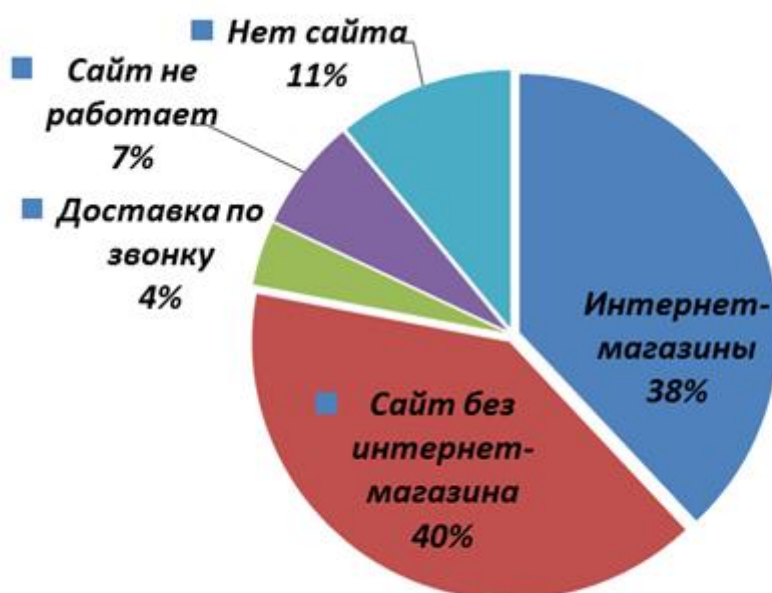
Объем рынка рекламы в соцсетях в 2017 и 2022 гг (в млрд долларов США)



@StatistaCharts Source: Statista Digital Advertising Report 2017

statista

Вся представленная в магазине продукция должна также быть выставлена для продажи через интернет.



Целевой аудиторией мастерской и магазина будет являться преимущественно женское население города. На основе анализа участников групп в социальных сетях специализированных магазинов керамики и мастерских керамистов,

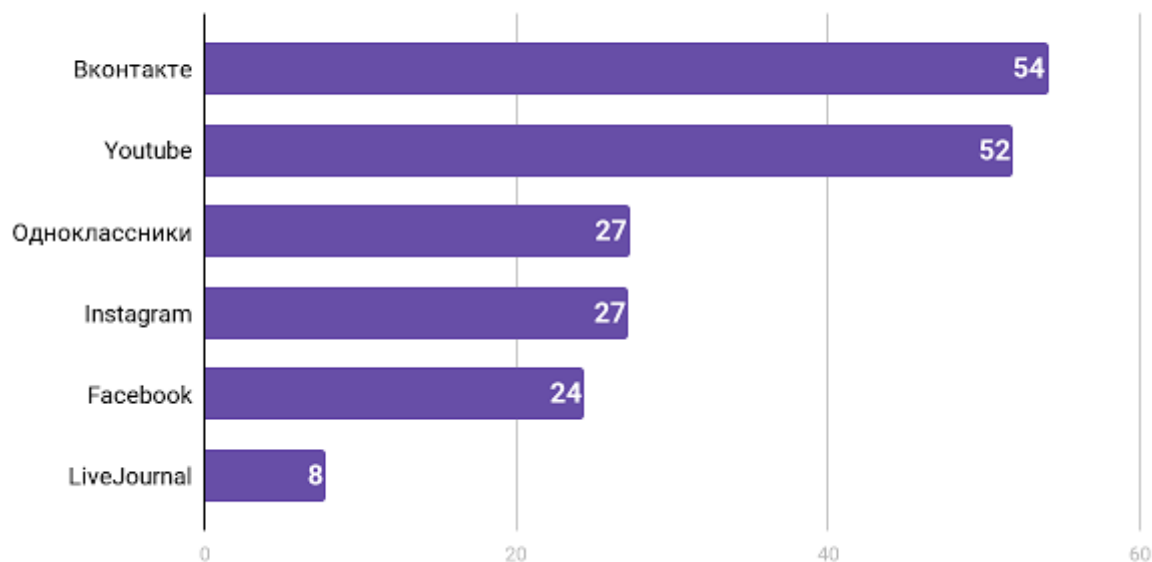
выяснено, что доля покупателей-мужчин не превышает 10-15%. Если говорить о женском контингенте покупателей, то подобная продукция пользуется наибольшим спросом у женщин возрастом от 23 до 40 лет (около 60% покупателей), остальные 40% приходятся на аудиторию до 23 лет, либо лиц, старше 40 лет. В основном клиентам подобных магазинов и мастерских являются:

- домохозяйки (украшение интерьера, посуда),
- любители сувениров (сезонность необходимо учитывать при подборе ассортимента),
- любители рукоделия, предметов, изготовленных собственноручно.

Помимо специализированных магазинов подобного формата, гончарная продукция бывает представлена в более узком ассортименте в сувенирных магазинах, а также на рынках и ярмарках. Все большую конкуренцию также создают также интернет-магазины, имеющие успех благодаря отсутствию издержек за недвижимость и заработную плату сотрудникам.

Аудитория крупнейших соц. сетей в России, 2017 г., млн. чел.

Выборка: Россия, 12-64 лет, города 100к+

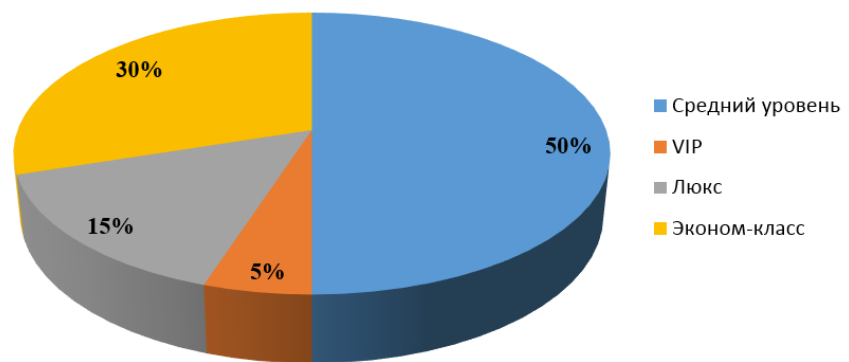


Требования покупателей к изделиям различаются в зависимости от конкретных видов изделий и областей их применения. Если говорить общими словами, то наибольшим успехом среди активных потребителей пользуются изделия, сочетающие в себе два качества: практичность в использовании и стильный внешний вид. На выбор того или иного товара могут повлиять несколько основных критериев, включая вид и качество глины, твердость,

практичность, бренд и производителя, доступную стоимость, удобство и эргономичность, износостойкость и срок гарантии от производителя.

Стоит отметить и тот факт, что в отличие от 90-х годов, покупатель стал более требовательным. Кругозор покупателей расширился, при этом все больше из них хотят индивидуальную глиняную посуду, выполненную на заказ либо в ограниченной серии. Современный покупатель получил возможность приобрести индивидуальный продукт, подходящий именно ему по характеристикам и внешнему исполнению.

Объем рынка сегментов индустрии



В связи с вышеназванными тенденциями в магазине при производстве следует представить многообразие современной продукции для совершения покупки, отвечающей индивидуальным потребностям покупателя. Создание стационарного специализированного магазина при мастерской будет наиболее целесообразно в городе с населением более 500 тыс. человек, который располагает большим числом потенциальных платежеспособных клиентов.

Основным каналом продвижения продукции мастерской и ассортимента магазина на рынке должен стать интернет. Для мастерской и магазина необходимо создать собственный сайт, на котором будет представлен каталог продукции с основными характеристиками товара. Необходимо, чтобы клиенты онлайн четко различали собственную продукцию мастерской и продукцию сторонних производителей, представленную для расширения ассортимента магазина. Для клиентов необходима возможность заказа онлайн и бесплатной доставки по городу. Заказы в другие города будут отправляться по почте либо транспортными компаниями. В основе сервиса должен лежать клиентоориентированный подход. Мастерская и магазин будут представлены

в популярных социальных сетях, где будет публиковаться информация о новых созданных мастерами моделях посуды, статуэтках, сериях изделий, новых поступлениях, акциях и скидках, даваться консультации клиентам в форме вопрос-ответ. Для расширения рынка сбыта руководство мастерской и магазина должно вести активное сотрудничество с городскими продавцами сувениров и туристическими объектами.



Об уровне спроса на гончарные изделия можно судить на основе количества запросов в электронных поисковых системах (см. Табл. 2-3).

Табл. 2 Количество интернет-запросов, связанных с покупкой гончарных изделий по городам России*

№	Город	Запрос «купить гончарные изделия»	Всего запросов, связанных с покупкой гончарных изделий**
	Вся Россия	251 216	489 933
1	Москва	61 645	119 522
2	Санкт-Петербург	23 548	47 090

3	Екатеринбург	6 763	11 975
4	Ростов-на-Дону	5 629	10 983
5	Нижний Новгород	5 699	10 581
6	Новосибирск	5 603	10 130
7	Воронеж	4 185	8 085
8	Краснодар	3 663	6 827
9	Челябинск	3 039	5 613
10	Красноярск	3 013	5 576
11	Самара	2 995	5 435
12	Волгоград	2 442	5 402
13	Пермь	2 620	5 293
14	Саратов	2 252	4 400
15	Кемерово	2 034	3 989
16	Уфа	2 055	3 948
17	Тула	2 006	3 842
18	Казань	1 992	3 715

19	Тюмень	1 769	3 383
20	Ставрополь	1 676	3 381

*на основе статистики Яндекс Wordstat на 14.04.2019

**в сумму включены запросы «купить посуду из глины», «глиняная посуда цена», «магазин глиняной посуды», «интернет магазин глиняной посуды», «купить посуду из глины в москве», «купить сувениры из глины», «глиняный колокольчик купить», «посуда глина магазин купить», «посуда глина купить интернет», «купить глиняный горшок для цветов», «набор посуды из глины купить», «где купить глиняную посуду», «купить глиняную посуду в интернет магазине», «купить глиняную посуду в спб», «глина сувенирка купить», «фигурки из глины купить», «купить чашку из глины», «продажа глиняной посуды», «купить тарелку с народным орнаментом из глины», «купить глиняную статуэтку цена», «купить фоторамку из глины цена».

Для работы магазина потребуется два продавца-консультанта, работающих в посменном режиме. На начальном этапе работу в качестве одного из продавцов может взять на себя сам предприниматель, если он сможет делегировать работу в гончарной мастерской и управленческую работу. Основные требования к продавцам – это умение хорошо разбираться в гончарных изделиях, хорошо знать теорию, различать виды глины и способы обработки, хорошо ориентироваться в сериях продукции и производителях.

Этап подготовки к старту продаж в магазине займет 3 месяца, которые понадобятся на операции с недвижимостью (заключение договора аренды, ремонт и оснащение), формирование ассортимента, найм персонала, разработку и запуск сайта и прочее. Обязанности по руководству штатными и внештатными сотрудниками возьмет на себя предприниматель. На нем будет лежать работа по налаживанию контактов с поставщиками, стратегическое планирование, маркетинговая деятельность, организация взаимодействия мастерской и магазина, а также обязанности продавца консультанта в начальный период работы. Продавцы-консультанты будут ответственны за прием, выкладку, реализацию товара, ведение учета продаж и консультирование клиентов. Обязанности, не связанные с извлечением прибыли, такие как бухгалтерия, обслуживание сайта, будут переложены на сторонние организации.

Размер первоначальных вложений составит 986 000 руб. Статьи инвестиционных затрат представлены в таблице ниже.

Инвестиционные затраты:

№	Статья затрат	Сумма, руб.
	<i>Вложения в недвижимость</i>	
1	Ремонт помещения	300 000
	<i>Оборудование помещения</i>	
2	Закупка оборудования	290 000
	<i>Нематериальные активы</i>	
3	Создание сайта	80 000
4	Прочие траты (транспортные расходы, регистрация, телефонные переговоры)	15 000
	<i>Оборотные средства</i>	
5	Оборотные средства	200 000
	Итого:	986 000

8. Оценка эффективности проекта

Произведенные расчеты позволяют утверждать о рентабельности проекта. В Табл. 7 приведены показатели эффективности мастерской по изготовлению гончарных изделий и специализированного магазина гончарных изделий.

Таблица 7. Показатели эффективности проекта

№	Показатель	Значение
1	Ставка дисконтирования, %	17
2	Чистая приведенная стоимость (NPV), руб.	1 512 960
3	Чистая прибыль проекта, руб.	50 000 – 230 000
4	Рентабельность продаж, %	5,71
5	Срок окупаемости (PP), мес.	24
6	Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес.	29
7	Индекс прибыльности (PI)%	1,3

9. Риски и гарантии

Проект по открытию гончарной мастерской и специализированного магазина гончарных изделий имеет средний уровень риска. Основная опасность данного вида бизнеса связана с узостью целевой аудитории, в связи с чем магазину для рентабельности необходимо тесно работать с покупателями, предлагая им не только качественную продукцию, но и возможность получить индивидуальный продукт по уникальному дизайну. Кроме того, нестабильность спроса может быть непосредственно связана с самой продукцией: качественная глиняная посуда будет служить хозяину годами, до тех пор, пока не разобьется. В связи с этим, руководство магазина будет постоянно заинтересовано в расширении каналов сбыта продукции. Весьма целесообразно расширить каналы получения прибыли за счет проведения мастерклассов.

Таблица 8. Оценка рисков проекта и мероприятия по предотвращению их наступления или их последствий

№	Риск	Вероятность наступления	Степень тяжести последствий	Меры по предотвращению
1	Нестабильность спроса	средняя	высокая	Более активная работа с клиентом в социальных сетях, предоставление сезонных скидок, рекламные акции, расширение партнерской сети
2	Проблемы с растаможкой продукции	средняя	средняя	Закладывание в бюджет издержек на таможенную очистку, заказ небольшими партиями
3	Чрезвычайная ситуация, стихийное бедствие, вооруженный конфликт и прочее	низкая	высокая	Наличие пожарно-охранной сигнализации, страхование
4	Повышение арендной платы	низкая	средняя	Заключение долгосрочного договора аренды с фиксированным уровнем платежа в рублях

Выводы и рекомендации.

1. Рынок гончарных изделий в Республике Крым перспективен и устойчиво развивается, его нужды не покрываются местными производителями.
2. Пути продвижения на рынок гончарных изделий: реклама в социальных сетях, позиционирование в магазинах, проведение мастер-классов. Наиболее перспективным представляется налаживание личных контактов с потенциальными покупателями (например, с ресторанами народной тематики для декоративной посуды и посуды для пищи), распространение через сеть магазинов (для сувенирной продукции и серийной посуды).
3. Важные факторы для входа на рынок глиняных изделий: цена, качество, эргономичность, удобство в использовании (в том числе актуальна возможность мыть посуду в посудомоечной машине), доставка, твердая упаковка. Крайне желательно партнерство с туристическими достопримечательностями для размещения продукции в сувенирных магазинах при них.
4. Предполагаемый возврат на инвестиции должен составить от 25 до 28% в первый год.
5. Необходимо заранее готовиться к сезонным колебаниям рынка и изготавливать тематическую сувенирную продукцию заранее, чтобы она вовремя попадала в магазины.

