

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет

Економічні проблеми сталого розвитку

Экономические проблемы устойчивого развития

Economical Problems of Sustainable Development



Матеріали

Всеукраїнської науково-технічної конференції студентів,
аспірантів і молодих учених, присвяченої 80-річчю
від дня народження професора Олега Балацького
(Україна, Суми, 21 – 25 квітня 2017р.)

Суми
Сумський державний університет
2017

2. Что такое вирусный маркетинг – Режим доступа: <http://www.genon.ru/GetAnswer.aspx?qid=c4c789e6-b211-4f3e-b01e-ca652ebce18f>

3. С.В. Ковальчук, О. С. Тябіна Вірусний маркетинг — ліки від кризи – Режим доступа: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_6_3/pdf/072-075.pdf

Науковий керівник: к.е.н., доц. Шипуліна Ю.С.

ДОСЛІДЖЕННЯ HANDMADE ТОВАРІВ У МІСТІ СУМИ

студентка гр. МК-51 Чигрин Ю. А.

Речі ручної роботи користуються все більшою популярністю, а handmade все менше сприймається як хобі простих домогосподарок. У наші дні рукоділля є самостійним напрямком фрілансу, здатним принести непоганий дохід.

Handmade – це речі ручної роботи, а також сам процес їх створення. Це спосіб заявити про свою індивідуальність і показати своє естетичне бачення світу. Завдяки інтернету умільці перестають бути простими домогосподарками, а перетворюються в справжніх бізнес-леді, непогано розбираються в продажах і маркетингу.

Метою дослідження було дізнатися думку респондентів щодо популярності товарів handmade, та сформулювати певне враження за допомогою якого ми зможемо повноцінно розвивати галузь, проінформувавши населення міста, і при цьому збільшити попит на handmade товари.

Дослідження ринку handmade товарів в м. Суми проводили за допомогою такого методу, як опитування (за допомогою анкет). Для полегшення процесу збирання маркетингової інформації сформулювали так звані гіпотези – можливі відповіді на кожне пошукове запитання. Було розроблено 14 повних запитань, які відповідають основним вимогам формулювання питань[1].

За результатами дослідження було опитано 100 респондентів, із яких 70% респондентів купували такі товари тобто є проінформованими, цікавляться розвитком нових технологій та цікавих речей в місті, і лише 30% не купували, але хотіли б придбати, якщо б мали більше інформації про такі товари.

Не дивлячись на те, що 70% респондентів купують такі товари, частота купівлі є дуже малою, майже 56% респондентів купують такі товари кілька разів на рік, або взагалі один раз на рік, що свідчить про недостатню

поінформованість для населення, тому необхідно збільшити кількість різноманітних заходів, ярмарок, що дозволить показати населенню, що такі товари є дуже популярними та мають неабияке значення в сучасному світі.

Та чи задоволені респонденти можливостями вибору цікавих їм товарів? Майже 45% задоволені вибором, але необхідний більший асортимент, натомість 33% респондентів повністю задоволені, і лише 22% складно зробити свій вибір.

Handmade товари виступають дуже гарним подарунком, адже 63,7% респондентів відповіли саме так, тому було дуже важливо дізнатися, які напрями цікавлять найбільше, та скільки готові заплатити за такі товари ручної роботи. Опрацювавши всі отримані відповіді можна сказати, що відповіді були рівнозначними, 25% цікавляться сувенірами, 26% подарунковими наборами, 26% декором та 21% це прикраси, що не можна сказати про цінові характеристики.

Як видно на діаграмі думки респондентів розділилися, адже орієнтовний дохід на місяць у кожного різний, 50,5 % респондентів мають до 3200 гривень дохід на місяць, тому не можуть дозволити собі купувати такі товари за дуже високими цінами.

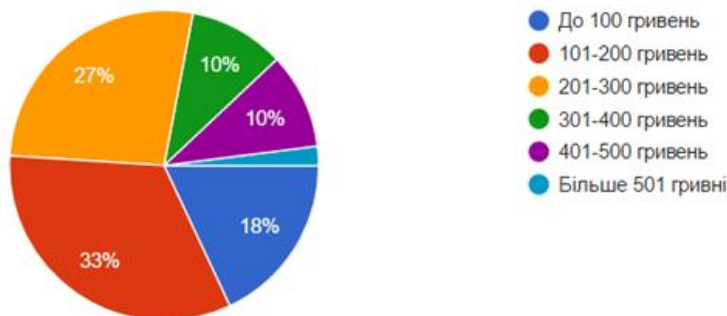


Рис. 1. – Скільки готові заплатити респонденти за handmade товари

Головним питанням було дізнатися, яким же способом респондентам зручніше купувати handmade товари, та чи потрібно збільшити кількість спеціалізованих магазинів. Сучасна молодь багато часу проводить в Інтернеті, тому 46 % обрали саме такий спосіб, і 41% спеціалізовані магазини, тому потрібно збільшити кількість відповідної інформації на Інтернет сторінках, що значно збільшить поінформованість і попит на такі товари.

Зробивши дослідження ставлення та поінформованості населення міста Суми можна зробити висновок, що більшість респондентів купують і хочуть купувати handmade товари в подальшому. Варто більше часу приділяти

даному виду діяльності, також необхідною умовою гарного розвитку це можливості реалізації товарів – спеціалізовані магазини чи ярмарки, заходи з покращення поінформованості.

Можливі шляхи для заохочення жителів міста купувати такі товари: збільшити кількість ярмарок, на прикладі тих, що проводить ТЦ Київ; робити більший уклін на соціальні мережі та Інтернет сторінки, адже сучасна молодь все більше і більше часу проводить саме там; почати організовувати майстер-класи для всіх бажаючих, що дозволить збільшити зацікавленість до таких товарів; для більшої зручності як для споживачів так і для майстрів, це створити спеціалізовані місця продажу, адже як відомо в місті Суми їх досить невелика кількість.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Телетов О.С., Маркетингові дослідження: навчальний посібник – К: Знання України, 2010. – 299 с.
2. Маркетинг: бакалаврський курс: Навчальний посібник / Під загальною редакцією д.е.н., проф. С.Н. Ілляшенко.– Суми: ВВП «Університетська книга», 2004. – 976 с.

Науковий керівник асистент кафедри МУІД, Провозін М.В.