



УДК 7.012+339.13.017:671.11

АНАЛІЗ РИНКУ МАС-МАРКЕТУ ТА ДИЗАЙНЕРСЬКИХ ПРИКРАС

ПРИХОДЬКО-КОНОНЕНКО Ірина, МАТВЄЄВА Анастасія,
БЕЛОУСОВ Християн
Київський Національний Університет технологій та дизайну, Україна
irinpiory@gmail.com, wingranovska@gmail.com

Досліджено особливості ювелірного ринку мас-маркету та індивідуальних дизайнерських робіт. Запропоновано рекомендації щодо урізноманітнення асортименту продукції на вітринах магазинів.

Ключові слова: мас-маркет, дизайнерські вироби, прикраси, ринок покупця, дизайн.

ВСТУП

Ювелірні вироби – важливі деталі для створення вишуканого образу на будь-який випадок. Ринок ювелірних аксесуарів поділяється на мас маркет та дизайнерські прикраси. Масове виробництво прикрас має декілька вагомих переваг: необмежене копіювання виробів, простота виробництва, доступність для покупця.

Дизайнерські прикраси цінуються своєю унікальністю, оригінальністю ідеї та високою ціною, адже кожен виріб робиться вручну і здебільшого в одному екземплярі.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Дослідити ринок та клієнтоорієнтованість України. Визначити різницю виробів мас-маркету та дизайнерських прикрас. Запропонувати методи розширення продукції.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Основною проблемою дизайну в ювелірному виробництві являється несумісність технологічного виконання. Тобто не всі ідеї дизайну можливо створити за допомогою машин. Головною задачею дизайнера є не тільки створення прикраси, яку будуть купувати, але й також, щоб її можна було відтворити у масовому виробництві. З цього випливає головна проблема сучасного дизайну – прикраси з магазинів одностипні та прості за своєю стилістикою, формою, та конструкцією. Крім того, масове виробництво завжди націлене на те, щоб знизити собівартість кожного випущеного продукту. У виробках цієї галузі використовують матеріали гіршої якості, в меншому об'ємі, щоб зробити виріб легшим, тому що це вигідніше для транспортування (рис. 1) [1].

Дизайнерські прикраси зроблені з якісних матеріалів, мають більшу масу та зроблені вручну. Кожен з виробів унікальний і не має копій. Але й тут є свої

мінуси: менша кількість покупців, невеликий асортимент виробів та довгі терміни виконання [2]. Проте в результаті замовник буде впевнений в якості покупки та індивідуальності дизайну (рис. 2).



Рис. 1. Продукція мас-маркету на прилавках магазинів



Рис. 2. Приклади Дизайнерських виробів (Aaron Jewelry)

Ювелірне виробництво має широкий спектр товарів від весільних каблучок до повсякденних браслетів та сережок. Одна з головних задач дослідження – дізнатись, що саме українці купляють найчастіше.

Проаналізувавши один з найбільших ринків в Україні, було знайдено процент продажу кожного з виробів. Результати дослідження зазначені нижче в діаграмі (рис. 3) [3]. У зв'язку з високим попитом на каблучки, подальший аналіз було проведено серед даної категорії прикрас.

В період карантину попит на ювелірну продукцію різко збільшився та не перестає зростати. Як результат замовлення прикрас в Інтернеті у період з березня по травень збільшилось у 1,5 рази, порівняно з минулим роком. Це обумовлено масовим закриттям офлайн бізнесу та перенесення усієї діяльності в онлайн. Виробники зосередили увагу на презентації готового продукту, а живі відгуки на товар сприяли зростанню продажу.

Проаналізувавши пошукові інтернет-сторінки, визначено, що саме цікавить українця при покупці ювелірної прикраси. Найважливішим аспектом став вид металу, колір сплаву та вставки з дорогоцінного каміння. Подробиці зазначені нижче в діаграмі (рис. 4) [4].

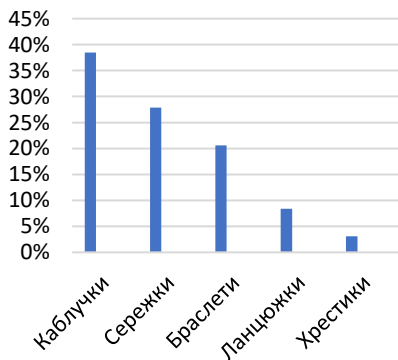


Рис. 3. Діаграма попиту на окремі види прикрас в Україні

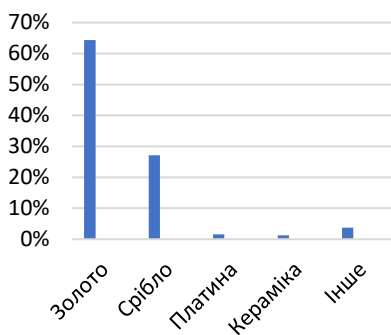


Рис. 4. Тип металу, який переважно обирають українці

Враховуючи проведений аналіз ринку та попит користувачів, було виявлено, що прикраси із золота (каблучки та сережки) стабільно тримають лідируючі позиції. Завдяки цим даним можна запропонувати розширити саме цей сегмент ювелірного ринку. Дизайнерські прикраси - це не лише королівські тіари чи перстні, але й вишуканий мінімалізм. Такі прикраси легкі у виробництві і користуються популярністю у молоді. Дизайн можна комбінувати з техніками чеканки та штампування, для отримання неповторних текстур, що зробить колекцію унікальною.

ВИСНОВКИ

Проаналізовано та виокремлено вирішальні аспекти вибору громадян. Визначені характеристики дозволяють знайти альтернативний підхід до створення нових ювелірних колекцій на прилавках магазинів, шляхом спрощення деяких конструкцій, пошуком нових текстур та форм. Розробка дизайну для молодшої аудиторії дозволить збільшити прибуток та розширити клієнтську базу. Визначивши вагомий попит на каблучки, особливо в передсвятковий період, було запропоновано розширювати даний тип продукції. Нові конструкції та форми, поєднання декількох стилів дає змогу знайти унікальні комбінації, які гарантовано сподобаються покупцям. Розвиток онлайн-магазинів ювелірних прикрас дозволив збільшити продажі, тому що все більше людей переходять на онлайн-шопінг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Карагодін В. П., Золотова С. В. Таможенна експертиза. Учебник і практикум для бакалавриата і спеціалітета. Под ред. В. П. Карагодина. ЛитРес. 2018. С. 100–104.
2. Зубриліна С. Н. *Справочник по ювелірному делу*. Ростов на/Д : Фенікс, 2003. 352 с.
3. *Ювелірні товари та побутові годинники*: навч. посіб. / Т. М. Артюх, Л. В. Черняк, О. І. Сім'ячко, І. В. Григоренко. Київ: КНТЕУ, 2010. 291 с.
4. Ювелірні вироби. *Митна енциклопедія*: у 2 т. І. Г. Бережнюк та ін. Хм.: ПП Мельник А. А., 2013. Т. 2 : М–Я. С. 470.

PRIKHODKO-KONONENKO I., MATVEIEVA A., BIELOUSOV Kh. ANALYSIS OF THE MASS MARKET AND DESIGNER JEWELRY

The results of the research of the peculiarities of the market jewelry and individual design works are presented. Recommendations for diversifying the range of products on store shelves are offered.

Key words: mass market, designer products, jewelry, buyer's market, design.