УДК 339.162 **DOI**: https://doi.org/10.31521/modecon.V21(2020)-21

Мельник Ю. В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль, Україна

ORCID ID: 0000-0002-6938-882X
e-mail: yuvmelnyk@gmail.com

Мякуш О. М., магістрантка, Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль, Україна

ORCID ID: 0000-0001-5276-6794
e-mail: olenamiakush777@gmail.com

Сучасні тенденції електронної торгівлі на міжнародному ринку хендмейд-продукції

Анотація. *У статті розкрито специфіку хендмейд-виробу як предмета міжнародної торгівлі, її основні характеристики. Наведено ключові мотиви придбання виробів ручної роботи сучасними споживачами. Здійснено аналіз світового онлайн-ринку виробів ручної роботи, розглянуто його структуру за різними критеріями сегментування. Виявлено сучасні тенденції електронної торгівлі хендмейд-продукцією на міжнародних ринках та їх вплив на маркетингові стратегії виробників предметів ручної роботи. Розкрито основні переваги та проблеми виходу вітчизняних майстрів на онлайн-ринок хендмейд-продукції. Українські товари ручної роботи та їх попит на ринку потребують детального вивчення задля подальшого розвитку даної галузі бізнесу. Розкрито важливість даного сегменту виробництва, що підтверджується широким попитом на народний хендмейд в усьому світі. Охарактеризовано структуру та темпи поширення продуктів ручної роботи на інтернет-платформах, що потребують детального вивчення для ефективної підприємницької діяльності вітчизняних виробників. Вказано можливі напрями та інструменти, які дають змогу виробити конкурентоспроможну хендмейд-продукцію та просувати її в мережі Інтернет із мінімальними витратами для максимальної зручності та задоволення споживачів.*

Ключові слова*: електронна торгівля; хендмейд-продукція; міжнародний ринок; споживач; тенденції; ручна робота.*

Melnyk Yuliya, PhD (Economics), Associate Professor, Department of International Economic Relations, Ternopil National Economic University, Ternopil, Ukraine

Miakush Olena, master student, Ternopil National Economic University, Ternopil, Ukraine

Current Trends of E-Commerce in the International Handmade Market

Abstract. Introduction. *In recent years, the demand for handmade products or handicrafts has increased rapidly on the global market. Handmade has become one of the important sectors of e-commerce, actively developing with the help of modern information technologies. Steady growth in audiences, low cost of entry, high level of customer engagement promotes maximum use of all the advantages of the Internet by craftsmen. In order to strengthen its competitive advantages and increase its share in the world market, it is important to consider the current trends in this area of international trade.*

Purpose. *The purpose of the article is to identify current trends of e-commerce in the international market of handmade products, considering its specificity, and substantiation of perspectives of Ukrainian handmade manufacturers in this market.*

Results*. Features of e-commerce in handmade products are determined primarily by the specificity of handmade products, which distinguishes them from other consumer products. Their characteristic properties include: emotional component; uniqueness, often made in a single copy; the specificity of the formation of cost, which usually involves the cost of raw materials, auxiliary materials, time spent on creating things, promotion costs, the added value of the invested skill of the author; the need for videos and photos of high quality to promote products; high level of differentiation in the market. The article identifies a number of trends that will accompany e-commerce in the global handmade market in the near future and will determine the strategies of craftsmen: growth of mobile shopping; increasing role of influencers in promoting products; the growth of ethical and conscious consumption, higher popularity of eco-brands; the growing impact of the experience economy, creating new opportunities for handmade business.*

Conclusions. *The global market for handmade products is dynamically growing and changing its structure in the direction of increasing involvement of developing countries. This is made possible by e-commerce tools and low barriers to market entry. The current trends identified in the online market for handmade products should be the basis for developing marketing strategies of domestic handmade manufacturers for successful positioning in the global market.*

Keywords: *electronic commerce; handmade product; international market; consumer; trends; handicrafts.*

JEL Classification*: L1; L16; L26; M31.*

Постановка проблеми. Протягом останніх років на світовому ринку стрімко підвищується попит на вироби ручної роботи або хендмейд-продукцію. За оцінками фахівців, щороку ця галузь зростає на 25 відсотків.

Стаття надійшла до редакції: 07.05.2020
Received: 07 May 2020

Загострення конкуренції, високий рівень насиченості, підвищені вимоги споживачів – усе це ускладнює вихід на міжнародний ринок хендмейд-виробників. Водночас, в умовах діджиталізації усіх сфер світової економіки цю проблему суттєво полегшує світова мережа Інтернет, яка дає змогу хендмейд-майстрам не лише вивчати ринок та вподобання споживачів, але й просувати та реалізовувати свою продукцію в усіх куточках світу. Хендмейд став одним із важливих секторів електронної комерції, що активно розвивається за допомогою сучасних інформаційних технологій. Стабільне зростання аудиторії, відносно невелика вартість входу на ринок та високий рівень залучення клієнтів сприяють максимальному використанню усіх переваг мережі Інтернет хендмейд-виробниками. З метою зміцнення своїх конкурентних переваг та збільшення частки на світовому ринку важливо враховувати сучасні тенденції даного напряму міжнародної торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження тенденцій електронної торгівлі на міжнародному ринку хендмейд-виробів опирається, з одного боку, на наукові результати останніх публікацій, що розкривають особливості ринку виробів ручної роботи як частини ринку креативних індустрій (А. А. Лейте, С. Сенем [1], Л. Харрісон [2], К. Гончарова [3], К. Александер, Дж. Сальгверо, М. Перальта, Ф. Агвайо, Е. Арес [4], Поттс Дж., Каннінгем С. [5]), а з іншого – на матеріали аналітичних агенцій, що здійснюють моніторинг цього ринку. Водночас, у науковій літературі бракує ґрунтовних досліджень, присвячених електронній комерції на міжнародному ринку хендмейд, а переважають онлайн-статті публіцистичного характеру, що не мають наукової цінності.

Формулювання цілей дослідження. Мета статті – ідентифікація сучасних тенденцій електронної торгівлі на міжнародному ринку хендмейд-продукції із врахуванням її специфіки та обґрунтування перспектив українських хендмейд-виробників на цьому ринку. Дана мета передбачає вирішення наступних завдань: виявлення характерних особливостей хендмейд-товарів, що впливають на торгівлю ними в мережі Інтернет; обґрунтування основних мотивів придбання виробів ручної роботи споживачами; здійснення аналізу світового онлайн-ринку хендмейд-продукції та виявлення сучасних тенденцій електронної торгівлі цими товарами, що визначатимуть маркетингові стратегії їх виробників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вироби ручної роботи належать до продукції, що виготовляється майстром із використанням простих підручних інструментів та матеріалів, на відміну від масового виробництва за допомогою машин та обладнання. Вони є продуктом творчої діяльності, що відображає традиції та культуру певної території чи нації, і містять високий відсоток доданої вартості, яка приваблює потенційних споживачів. Динамічний розвиток та поява нових онлайн-платформ створили можливості для хендмейд-виробників збільшити свою присутність на світовому ринку та підвищити доступність виробів ручної роботи для електронної торгівлі.

Особливості торгівлі виробами ручної роботи, у тому числі електронної торгівлі, визначаються перш за все специфікою хендмейд-виробів, що відрізняє їх від інших споживчих товарів. До їх характерних властивостей можна віднести:

– емоційну складову (річ зроблена конкретною людиною і має свою історію);

– унікальність, часто виготовлення в єдиному примірнику, що створює труднощі при оцінці якості;

– специфіка формування собівартості, в яку зазвичай закладені витрати на сировину, допоміжні матеріали, затрачений час на створення речі, витрати на просування, додана вартість вкладеної майстерності автора (чим більш оригінальною є річ, тим вища додана вартість, яка може досягати 60% і вище);

– потребу в якісних відео та фото для просування продукції;

– високий рівень диференційованості на ринку.

Зазвичай на онлайн-сегмент ринку товарів ручної роботи найбільший вплив мають тенденції у світі моди, споживчі структури закупівель та загальні економічні умови на кінцевому ринку. В даному випадку реакція споживачів на новий товар часто непередбачувана, а тому фактично не піддається кількісним дослідженням. Як зазначає К. Гончарова, даний сегмент потребує якісної маркетингової підтримки, оскільки на нього фактично не існує так званого «гарячого попиту», коли клієнт сам шукає конкретний товар. На ринку хендмейд він зазвичай робить вибір із запропонованого йому переліку товарів [3].

Серед основних мотивів придбання хендмейд-продукції можна виділити наступні: бажання зробити унікальний подарунок (58% споживачів); захоплення талантом і вправністю майстра (55%); естетичне задоволення від купівлі красивих речей (49%); прагнення ексклюзивно володіти чимось унікальним (41%); бажання підтримати хендмейд-майстрів (35%) [6]. Однак переважна більшість покупок виробів ручної роботи відбувається спонтанно і незаплановано, під час перегляду веб-сайтів, стрічки новин чи профілів у соціальних мережах.

У контексті досягнення цілей сталого розвитку ООН все більше покупців на міжнародних ринках демонструють свідоме споживання та віддають перевагу брендам і продукції, безпечним для екології. Такому аспекту приділяють особливу увагу в своїх дослідженнях бразильські науковці А. А. Лейте та С. Сенем [1]. Вони також звертають увагу на високу конкурентоспроможність еко-виробів на ринку. Саме ця особливість призвела до популярності товарів ручної роботи, оскільки здебільшого, – це речі, виготовлені із натуральних матеріалів, що підлягають

повторній переробці або утилізації без шкідливих відходів. Деякі науковці та практики, зокрема, аналітики Morris Hargreaves McIntyre, наголошують на концепції етичного споживання хендмейд-виробів, що передбачає, крім екологічності продукції, ще й захист прав людини та справедливу торгівлю [6].

Ринок виробів ручної роботи як частину ринку креативних індустрій можна досліджувати з кількох позицій. Зокрема, Дж. Поттс та С. Каннінгем пропонують 4 моделі креативних індустрій: модель добробуту, модель конкуренції, модель зростання, модель інновацій [5]. Виходячи з мети нашого дослідження, ринок хендмейд-продукції найдоцільніше розглядати з точки зору зростання та інновацій. Інноваційного підходу дотримуються у своїх працях К. Александер, Дж. Сальгверо, М. Перальта, Ф. Агвайо, Е. Арес [4], які звертають увагу на вплив технологій четвертої промислової революції на дизайн та функціональність хендмейд-виробів на світовому ринку. Л. Харрісон, у свою чергу, підкреслює роль культури та креативних індустрій, у тому числі хендмейд-сегменту, в економічному розвитку та зростанні країни [2].

Проаналізувавши кілька найпопулярніших платформ електронної торгівлі, можна помітити масове зростання продажів виробів ручної роботи. Починаючи з 2004 року, обсяги онлайн-торгівлі хендмейд-виробами фактично подвоїлися. Електронні торговельні платформи – це ринки, вийти на які не важко будь-якому підприємцю-початківцю. Для заснування бізнесу достатньо створити веб-сайт чи сторінку в соціальних мережах, або ж запропонувати свій товар спеціалізованому магазину. Це стало стимулом для продажу товарів ручної роботи по всьому світу.

Протягом 2010-2020 рр. світовий ринок ремісничих виробів зазнав переходу від етнічного дизайну до сучасного мистецтва, що одночасно перетворило його на один із видів малого та середнього бізнесу. Ремесла відіграють життєво важливу роль в економічному розвитку країни, оскільки є важливим середовищем для валютних надходжень, передбачають відносно невеликі капіталовкладення та пропонують можливості працевлаштування. Крім того, хендмейд-виробництво потребує менших витрат на енергію, на відміну від інших, більш енергозатратних галузей промисловості [7].

Через невеликий рівень початкових інвестицій хендмейд-виробництво динамічно зростає, особливо в країнах, що розвиваються. Якщо у 2017 р. глобальний ринок виробів ручної роботи складав 526,5 млрд дол. США [8], то у 2019 р. вже сягнув 583,4 млрд доларів. За прогнозами агенції IMARC, до 2024 р. ринок зросте до 1091,2 млрд дол. США, із середньорічними темпами зростання понад 11% протягом 2019-2024 років [9].

Зрозуміло, що усі сегменти хендмейд-продукції широко представлені на світовому ринку, проте є періоди, коли попит на конкретний вид товару зростає чи падає. І для того, щоб вихід на ринок був прибутковим, варто досліджувати та постійно відстежувати тенденції, випереджаючи їх. З метою аналізу ринок хендейд-виробів доцільно сегментувати за каналами дистрибуції на масові роздрібні магазини, ярмарки, спеціалізовані магазини, незалежних роздрібних торговців та інтернет-ринки. За категоріями товарів ринок можна сегментувати на вироби із різних матеріалів: деревини, шкіри, глини, металу, текстилю, вишитих та в'язаних гачком виробів, ювелірних виробів та інших, менш популярних робіт. Опираючись на дані найбільш відвідуваного електронного майданчика з продажу хендмейд-виробів в Україні Crafta.ua, можна здійснити аналіз ринку ручної роботи та виявити певні тенденції на ньому (табл.1).

Таблиця 1 **Статистичні дані щодо відвідуваності окремих товарних сегментів на онлайн-ринку Crafta.ua, 2019 р.**

Категорії товарів / сегмент хендмейд-ринку	Кількість відвідувачів за місяць
Біжутерія	3847
Вироби із полімерної глини	394
Вироби із скла	234
Вироби із дерева	3954
Вироби із шкіри	5207
Вироби із епоксидної смоли	1324
Ювелірні вироби із дорогоцінним/недорогоцінним камінням	9874
Одяг	2542
Іграшки	482
Предмети декору	10204
Косметика та здоров’я	897

Джерело: складено авторами за даними [10]

Дані табл. 1 свідчать, що найбільшою відвідуваністю та попитом характеризуються сегменти предметів декору, ювелірних виробів ручної роботи, виробів зі шкіри та дерева. Дана тенденція властива й таким великим хендмейд-ринкам в мережі Інтернет, як Etsy, Amazon, Ebay, Facebook та Instagram, хоча за кількістю відвідування та охопленням аудиторії вони перевищують український ринок у десятки разів.

Аналіз основних товарних сегментів міжнародного онлайн-ринку Etsy наведений на рисунку 1. Як видно з діаграми, все ж існують певні відмінності між українським та міжнародним онлайн-попитом на хендмейд-вироби: іноземні споживачі найчастіше купують товари сезонного характеру, аксесуари та іграшки.

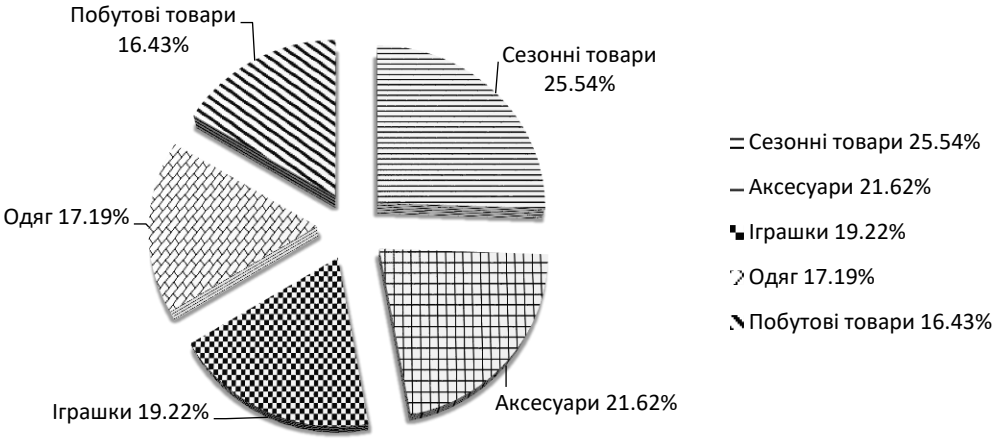

Рисунок 1 – **Хендмейд-вироби, що найчастіше продаються на електронній платформі Etsy, 2019 р**.

Джерело: наведено за даними [11].

Важливою складовою аналізу будь-якого ринку є оцінка рівня цін на ньому в розрізі груп товарів та споживачів. Опираючись на дані агенції Pro-Consulting, можна порівняти середньостатистичні ціни на хендмейд-товари українського виробництва на міжнародному онлайн-ринку (табл. 2).

Таблиця 2 **Середні ціни на міжнародному ринку хендмейд-виробів за видами товару, 2018 р**.

Вид товару	Середня ціна, дол/шт
Аксесуари	36,16
Іграшки	44,27
Предмети декору	75,52
Сезонні товари	38,74
Побутові товари	37,12
Товари для хобі	33,66
Одяг	81,29

Джерело: складено авторами за даними [12]

На електронному хендмейд-ринку найдорожчими є такі товари, як одяг, предмети декору та іграшки. Водночас, ринок виробів ручної роботи можна поділити на три основні цінові сегменти, кожен з яких має свою специфіку за властивостями товару та групами споживачів (табл. 3).

Таблиця 3 **Цінові сегменти та основні характеристики товарів ручної роботи на світовому онлайн-ринку, 2017 р.**

Сегмент	Середня ціна	Основні характеристики товару
Преміальні товари	Від 200 дол. США / шт. та вище	Висока якість товару; Унікальний, новітній дизайн виробу; Часто ідея є запатентованою, виробник дає гарантію на товар; Практично вся продукція виготовляється в обмеженій кількості та під замовлення.
Товари середнього класу	Від 75 дол. США / шт. до 200 дол. США / шт.	Якість товару, унікальність та доступність; Оптимальне співвідношення якості, дизайну та ціни.
Товари низького класу	Менше 75 дол. США / шт.	Товари із привабливим дизайном, але часто якість не відповідає ціні; Виготовляється із дешевих матеріалів, не надається належної уваги упаковці, часто ідея виробництва є плагіатом.

Джерело: складено авторами за даними [7]

Слід зауважити, що на торгових майданчиках Amazon та Ebay хендмейд-товари українського виробництва користуються меншим попитом порівняно із зарубіжними виробами, що пов'язано головним чином із відсутністю в Україні платіжної системи PayPal, якій віддають перевагу іноземні споживачі. Незважаючи на це, на Інтернет платформі Amazon українські продукти ручної роботи продаються, хоч і в невеликих обсягах. Станом на 2020 рік, на ній зареєстровано 750 продавців із України та представлено понад 20 тис. їхніх товарів. Частка ювелірних виробів становить 23,8% від усіх продажів, домашній декор – 22,9%, аксесуари займають 22%, канцелярські вироби – 7,5% та вироби для дому – 7,3 відсотків. Близько 70% усієї продукції виготовлені з природніх матеріалів, що відповідає сучасним еко-тенденціям у споживанні [13].

Дослідити попит на певний продукт на міжнародному ринку також можна за допомогою інструментів Google Trends: дані формуються на основі пошукових запитів користувачів з усього світу та постійно оновлюються в режимі реального часу. На світовому ринку електронної торгівлі хендмейд-виробами найбільшу частку займає Північна Америка (перш за все США), за якою слідують країни Європи, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Близький Схід, Африка та Латинська Америка. За даними Google Trends, близько 80% попиту припадає на США, 10% – на Великобританію, 4% – на Канаду, 2% – Францію та 1% – на Німеччину. Протягом останніх 10 років Україна входить до переліку топ-10 ринків хендмейд-продукції Європи, що активно розвивається. За даними компанії Pro-Consulting, середньорічний темп зростання цього ринку оцінюється у 31,7 відсотків [9]. Аналіз хендмейд-ринку Європейського Союзу свідчить, що провідними країнами у виробництві товарів ручної роботи є Німеччина, Франція, Великобританія та Іспанія. Чинниками, що визначають попит на товари ручної роботи в цих країнах, є популярність бренду, історія виготовлення продукту, унікальність та створення виробу в єдиному примірнику.

Провівши аналіз структури світового ринку хендмейд-продукції, можна зробити висновок, що на даний час це один із найбільш динамічних ринків за показниками зростання як у розвинених країнах, так і країнах, що розвиваються. Згідно зі звітом ООН, обсяг світового ринку творчих індустрій, до яких належить і хендмейд-виробництво, зріс удвічі за останні 10 років. Для багатьох країн експорт продукції і послуг творчих індустрій сьогодні є однією з головних статей доходів держави. Згідно з даними звіту, частка розвинених країн у структурі світового експорту цих товарів становила 58% (196,1 млрд. дол.), країн, що розвиваються — 41% (138,2 млрд. дол.), транзитивних економік — 1% (3,2 млрд дол.) [14].

Поряд із динамічним розвитком електронної торгівлі на світовому ринку хендмейд-виробів можна виокремити низку тенденцій, що супроводжуватимуть його у найближчому майбутньому та визначатимуть стратегії виробників:

1) зростання частки продажів через смартфони (mobile shopping). За даними Shopify, 66% покупок виробів ручної роботи тепер здійснюється через додатки, соціальні мережі або веб-сайти з мобільних пристроїв [15]. Тому для успішного просування хендмейд-продукції в мережі Інтернет важливо перевірити, наскільки зручною є мобільна версія для покупця;

2) зростання впливу інфлюенсерів (лідерів думок, блогерів) на попит на ринку хендмейд. Виходячи з цього, перспективною є співпраця з ними для просування продукції в мережі Інтернет;

3) зростання етичного та свідомого споживання, що спонукає покупців обирати хендмейд-продукцію з екологічних матеріалів та віддавати перевагу виробникам, які дбають про захист прав людини і справедливу торгівлю, при цьому споживачі готові платити більше за еко-бренди. Враховуючи цю тенденцію, хендмейд-майстрам доцільно переходити на виготовлення еко-продукції, що піддається повторній переробці або безпечній утилізації;

4) зростання впливу економіки вражень, що створює додатковий потенціал для ринку товарів ручної роботи. Споживачі хочуть не лише купувати хендмейд-вироби, але й навчитися самим їх виготовляти, що зумовлює попит на майстер-класи.

За такої динаміки даної галузі постає питання: в який спосіб її розвивати у майбутньому, щоб забезпечити належний рівень конкурентоспро-можності пропонованої продукції. Успішний досвід у цій сфері демонструють виробники азійських країн (Китай, Індія, Пакистан, Туреччина, В'єтнам, Бангладеш, Індонезія), які вже на даній стадії пропонують значний відсоток традиційних виробів художніх ремесел на ринках більшості країн світу. За даними ООН, продукція народних промислів і творів мистецтва у загальній структурі експорту України становить лише 0,14%, що свідчить про неповне використання потенціалу цієї галузі.

Для успішного виходу на онлайн-ринок із власною хендмейд-продукцією українським виробникам необхідно розробляти стратегії інтернет-маркетингу, що передбачають наступні етапи: а) дослідження особливостей хендмейд-продукції та її просування на міжнародному онлайн-ринку; б) вивчення найновіших тенденцій розвитку електронної комерції на ринку хендмейд-продукції; в) визначення пріоритетних інструментів електронної комерції виробами ручної роботи; г) розробка стратегії просування хендмейд-бізнесу в мережі Інтернет.

Висновки. Проведене дослідження свідчить, що світовий ринок виробів ручної роботи динамічно зростає та змінює свою структуру в напрямі все більшого залучення країн, що розвивається. Це стало можливим завдяки сучасним інструментам електронної торгівлі та невисоким бар'єрам входу в

галузь, що суттєво спрощують доступ на цей ринок хендмейд-виробників з усього світу. Реалізація продукції в мережі Інтернет значно економить витрати виробників, які в офлайн-бізнесі зазвичай витрачаються на оренду приміщення і заробітну плату працівникам. У свою чергу, для споживачів - це зручний спосіб здійснити покупку, не виходячи з дому, та можливість порівнювати безліч товарів даного сегменту за ціною та конкретними особливостями одночасно, без значних витрат енергії та часу. Виявлені на онлайн-ринку виробів ручної роботи сучасні тенденції мають стати основою для розробки маркетингових стратегій вітчизняних хендмейд-виробників для успішного позиціонування на світовому ринку.

Література:

1. Leite A.A.V., Sehnem S. A proposal for a model of sustainable and competitive craft management. Cad. EBAPE.BR, v. 16, nº 2. Rio de Janeiro. Apr./June 2018. URL: https://www.scielo.br/pdf/cebape/v16n2/en_1679-3951-cebape-16-02-264.pdf (Last accessed: 27.04.2020).
2. Харрісон Л. Культура та економічний розвиток. *In liberty — бібліотека свободи* : веб-сайт. URL: http://www.inliberty.ru/library/study/324 (дата звернення: 27.04.2020).
3. Гончарова К. Креативна економіка: як хендмейд здатний вивести Україну в лідери на світовому ринку. URL: https://styler.rbc.ua/ukr/intervyu/kreativnaya-ekonomikaustroeny-tvorcheskie-1468227218.html (дата звернення: 27.04.2020).
4. Alexandre C. B., Salguero J., Peralta M. E., Aguayo F., Ares E. New design and manufacturing technologies for craft products. *Procedia Manufacturing*. 2017. Vol.13. P.1284-1291. https://doi.org/10.1016/j.promfg.2017.09.054. (Last accessed: 27.04.2020).
5. Potts J., Cunningham S. Four models of the creative industries. *Revue d'économie politique*. 2010. Vol.120. #1. P.163-180. https://doi.org/10.3917/redp.201.0163. (Last accessed: 27.04.2020).
6. Morris Hargreaves McIntyre. Making it to Market: developing the market for contemporary craft. Arts Council England, 2006. URL: https://www.craftscouncil.org.uk/content/files/consuming_craft_full_report.pdf (Last accessed: 27.04.2020).
7. Креативна економіка: як хендмейд здатний вивести Україну в лідери на світовому ринку. URL: http://www.ucid.org.ua/?p=573 (дата звернення: 27.04.2020).
8. Handicrafts Market: Global Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2018-2023. URL: https://www.researchandmarkets.com/reports/4592343/handicrafts-market-global-industry-trends (Last accessed: 27.04.2020).
9. Душа народу: Аналіз ринку хендмейд продуктів України. URL: https://pro-consulting.ua (дата звернення: 27.04.2020).
10. Які вироби можна продавати на Crafta. URL: https://crafta.ua/uk (дата звернення: 27.04.2020).
11. Найпопулярніші товари та статистичні дані Etsy у 2019 році. URL: https://proetsy.ru/new-stats-page-etsy-shop/(дата звернення: 27.04.2020).
12. Душа народу: Аналіз ринку хенд-мейд продуктів України. URL: https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/dusha-naroda-analiz-rynka-hendmejd-produktov-ukrainy (дата звернення: 27.04.2020).
13. Стратегії просування Інтернет – магазинів у 2020 році. URL: https://livepage.pro/blog/promo-ecommerce.html (дата звернення: 27.04.2020).
14. Міжнародна конференція «Народні художні промисли як складова креативних індустрій: перспективи, промоція, просування». 2018. URL: https://doumck.wordpress.com/2018/09/12/ (дата звернення: 27.04.2020).
15. Craft and handmade industry stats and trends. 2018. URL: https://wunderlabel.com/blog/p/craft-handmade-industry-stats-and-trends (Last accessed: 27.04.2020).

References:

1. Leite, A.A.V. & Sehnem, S. (2018). A proposal for a model of sustainable and competitive craft management. Cad. EBAPE.BR, v. 16, nº 2. Rio de Janeiro. Apr./June. Retrieved from https://www.scielo.br/pdf/cebape/v16n2/en_1679-3951-cebape-16-02-264.pdf.
2. Harrison, L. (2017). Culture and economic development. *In liberty – library of freedom*. Retrieved from http://www.inliberty.ru/library/study/324 [In Ukrainian].
3. Goncharova, K. (2016). Creative economy: how handmade can make Ukraine a leader on the global market. Retrieved from https://styler.rbc.ua/ukr/intervyu/kreativnaya-ekonomikaustroeny-tvorcheskie-1468227218.html [In Ukrainian].
4. Alexandre, C. B., Salguero, J., Peralta, M. E., Aguayo, F. & Ares, E. (2017). New design and manufacturing technologies for craft products. *Procedia Manufacturing*, 13, 1284-1291. https://doi.org/10.1016/j.promfg.2017.09.054.
5. Potts, J. & Cunningham, S. (2010). Four models of the creative industries. *Revue d'économie politique*, 120, 1, 163-180. https://doi.org/10.3917/redp.201.0163.
6. Morris Hargreaves McIntyre (2006). Making it to Market: developing the market for contemporary craft. Arts Council England. Retrieved from https://www.craftscouncil.org.uk/content/files/consuming_craft_full_report.pdf.
7. Creative economy: how handmade can lead Ukraine to leadership on the global market (2017). Retrieved from http://www.ucid.org.ua/?p=573 [In Ukrainian].
8. Handicrafts Market: Global Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2018-2023. (2018). Retrieved from https://www.researchandmarkets.com/reports/4592343/handicrafts-market-global-industry-trends.
9. The analysis of the Ukrainian handmade market (2018). Retrieved from https://pro-consulting.ua [In Ukrainian].
10. Which handicrafts could be sold at Crafta (2019). Retrieved from https://crafta.ua/uk [In Ukrainian].

11. The most popular goods and statistical data at Etsy in 2019 (2019). Retrieved from https://proetsy.ru/new-stats-page-etsy-shop/ [In Ukrainian].
12. The soul of Nation: The analysis of handmade market in Ukraine (2018). Retrieved from https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/dusha-naroda-analiz-rynka-hendmejd-produktov-ukrainy [In Ukrainian].
13. Strategies of the online shops' promotion in 2020 (2020). Retrieved from https://livepage.pro/blog/promo-ecommerce.html [In Ukrainian].
14. International Conference "Folk Arts as a Component of Creative Industries: Prospects, Advertisement, Promotion" (2018). Retrieved from https://doumck.wordpress.com/2018/09/12/ [In Ukrainian].
15. Craft and handmade industry stats and trends (2018). Retrieved from https://wunderlabel.com/blog/p/craft-handmade-industry-stats-and-trends.

Ця робота ліцензована Creative Commons Attribution 4.0 International License