

Анализ рынка национальной продукции Республики Татарстан на примере национальной татарской обуви

Научный руководитель – Рыбалко Мария Александровна

Хван Алина Андреевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Кафедра маркетинга, Москва, Россия

E-mail: khvanalina17@gmail.com

В условиях мировой глобализации происходит размывание национальной и региональной культуры стран, то есть культурная диффузия. С одной стороны, она способствует сближению народов и позволяет делиться опытом. Но с другой стороны, ведёт к потере культурной самобытности, местных традиций и видов народного искусства.

Декоративно-прикладное искусство Республики Татарстан очень разнообразно и уходит корнями еще во времена Волжской Булгарии. К основным видам прикладного искусства татар относятся ювелирное искусство, искусство кожаной мозаики и вышивка. В последние десятилетия татарское искусство постепенно стало забывается и теряет популярность, несмотря на быстрое развитие города Казани. Однако Правительство республики старается поддерживать компании, возрождающие национальное искусство. Так, в 2009 году компания, для которой проводилось исследование, ООО «Гранд Мастер-Р» получила грант Правительства РТ на реализацию проекта "Организация художественной обработки кожи и производство татарской национальной обуви и сувениров". Основой национальной продукции данной компании являются татарские национальные сапоги и тапочки, вышитые по технике кожаной мозаики с использованием «казанского шва».

Цель исследования - изучить рынок национальной татарской обуви в Республике Татарстан (анализ конкурентов и рынка сбыта).

Конкурентов у компании ООО «Гранд Мастер-Р» не много: среди основных можно выделить производителя татарских сапогов ИП Хабриева Р.Р. [1], интернет-магазин татарских сувениров «ТатарМаркет» [2], производителя сапог и тапочек ИП Емелеев Р.Р. [4]. Низкий уровень конкуренции говорит о невысокой отдаче от производства, как правило, им занимаются энтузиасты и любители татарского искусства. Кроме того, рынок национальной обуви имеет высокий барьер входа, так как для начала производства необходимо закупить дорогое оборудование, швейные машины и найти мастеров по технике кожаной мозаики, которых не очень много.

Для анализа рынка сбыта был использован сервис Яндекс.Wordstat [3]. Согласно данному сервису в 2016 году в среднем каждый месяц запрос «Татарская национальная обувь купить» вводили 18,75 раз, запрос «Татарские сапоги купить» - 39,92 раза, запрос «Татарские тапочки купить» - 44,58 раз. Такая статистика подтверждает то, что рынок сбыта продукции компании очень мал, что объясняется упадком спроса на национальную продукцию в целом, высокими ценами на изделия ручной работы, а также маленькими расходами на продвижение товаров, рекламу.

Анализ рынка национальной обуви в Республике Татарстан показал, что на данном рынке, с одной стороны, невысокая конкуренция, что создает благоприятные условия для производства. С другой стороны, рынок сбыта национальной татарской обуви имеет маленький рынок сбыта, что говорит о необходимости затрат на продвижение продукции.

Источники и литература

- 1) Группа ИП Хабриева Р.Р. URL: <https://m.vk.com/club89704970> (Дата обращения 25.02.2017)
- 2) Сайт Интернет-магазина «ТатарМаркет» URL: <http://www.tatarmarket.ru/> (Дата обращения 25.02.2017)
- 3) Сервис Яндекс.Wordstat URL: <https://wordstat.yandex.ru/>
- 4) Страница ИП Емелев Р.Р. URL: <https://vk.com/id263204706> (Дата обращения 25.02.2017)