

## References

1. Rob B Briner and Peter Totterdell (2002) *The Experience, Expression and Management of Emotion at Work*. Psychology at Work. Fifth Edition (pp. 229-252). Penguin Books.
2. John D. Matthews *Cognitive Behavioural Therapy Approach for Suicidal Thinking and Behaviours in Depression* January 16<sup>th</sup> 2013.

## ВИГОТОВЛЕННЯ ОРИГІНАЛЬНИХ КЕРАМІЧНИХ ВИРОБІВ І КРЕАТИВНИХ ПОДАРУНКІВ

**В. Волощенко**, учасник проекту «Creative Spark: програма підтримки підприємництва в системі освіти»

**О. М. Михайленко**, к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Пропозиція на ринку оригінальної кераміки (продукція і хобі-класи) в Україні і, зокрема, у Полтаві вдвічі поступається попиту. У Полтаві та області діють декілька гуртків кераміки для дітей, креативна школа для різних вікових категорій, колегіум мистецтв в Опішні. Професійну підготовку художників-керамістів здійснює Миргородський технікум і ПНТУ. Також в регіоні є невелика кількість майстерень оригінальної кераміки та з виготовлення сувенірів і посуду для ярмарків та закладів харчування. У більшості своєї це невеликі обсяги, вузька спеціалізація або молочена кераміка (без використання полив).

В інших регіонах: м. Слов'янськ Донецької області: 152 майстерні і заводи, що виготовляють дешеву «литу» кераміку, чим перенаситили ринок України і 1 майстерня оригінальної кераміки «Стасенки». У Києві функціонують невеличкі майстерні подібного нашому типу, але ринок не заповнений повністю. В селищі Опішне Полтавської області працюють дрібні майстерні традиційної кераміки, завод знищено, ринок на 95 % заповнений продукцією зі Слов'янська. В інших містах ринок оригінальної кераміки і хобі-класів заповнений менше, ніж у Полтаві.

За кордоном спостерігається подібна тенденція. Гончарство витіснили великі заводи посуду зі скла, керамічної маси і порцеляни, дрібні майстерні з оригінальною продукцією мають

попит, спостерігається тенденція до створення спільного виробництва на невеликих цехах і фабриках.

Мета нашого проєкту: створення майстерні з виготовлення оригінальних керамічних виробів і оригінального, безпечного пакування, адаптація приміщення під майстер-класи для невеликих груп, а також реалізація готової продукції і послуг. Також у межах проєкту плануємо здійснювати трансляцію покрокової реалізації проєкту для можливості його масштабування. У перспективі можливо використання технік суміжних ремесел для створення арт-предметів побуту із вторинної сировини.

Це «справа для душі» – вона не передбачає росту виробництва до масштабів мас-маркету, але може також приносити прибуток.

Таким чином, суть нашого проєкту – це задоволення попиту клієнтів на унікальні товари ручної роботи, щоб порадувати себе або зробити подарунки для близьких, бажання виготовити прикрасу, світильник або чашку власноруч і з користю провести дозвілля. У подальшому вважаємо перспективним напрямком задоволення потреби закладів харчування середнього і преміум сегментів у оригінальному посуді і предметах інтер'єру, що складно знайти у магазинах.

Оригінальність цього проєкту порівняно з наявними полягає в дотичності і залученості клієнта до створення продукції (кастомізація) і трансляції його поетапного впровадження, аби таку майстерню могли створити у будь-якому місті, де є попит і розвивати креативні індустрії на місцях. Якщо для когось це конкуренція, для нас це перспектива створення глобальної спільноти партнерів, які будуть обмінюватися досвідом, допомагати реалізовувати продукцію на своїх локальних ринках, адже масштабуватися буде формат роботи, а не сама продукція.

Наш проєкт має розширити пропозицію і можливість масштабуватися в інших країнах і містах, де цього не вистачає.

На початковому етапі реалізації проєкту очікується невелика конкуренція, оскільки ринок не заповнений.

Нашими конкурентами ми вважаємо магазини посуду та виробників цієї продукції, хоча асортиментна категорія інша, але вони часто закривають ті самі потреби споживачів. У перспективі плануємо активізувати боротьбу з головним конкурен-

том – Слов'янськ, але для цього треба підняти рівень споживчої культури аби переманити їхніх клієнтів.

Організаційно-правова форма бізнесу – ФОП 2 групи. У майстерні буде працювати одна-дві особи. Партнерами виступатимуть підприємці, які мають майстерні з виготовлення меблів і гончарних виробів; бренд-команда, що допоможе з брендингом, маркетинговою стратегією і УТП. У перспективі: громадські організації і фестивалі, органи місцевого самоврядування, майстри, які захочуть масштабувати цей проект на місцях, інші керамісти, які виготовляють вузький асортимент продукції на ярмарки і хочуть його розширити.

Планується співпраця з декількома постачальниками сировини для вироблення керамічних виробів, пакування тощо.

Активізація продажів буде здійснюватися через промоції в соціальних медіа, участь у виставках.

Для старту продажів скористуємося наявною базою друзів і знайомих, колег, деякими громадськими організаціями, з якими маємо досвід співпраці.

Таким чином, вважаємо нашу ідею перспективною та докладемо зусиль до її втілення в життя.

## **ВИГОТОВЛЕННЯ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ ШОППЕРІВ**

***К. В. Говтвяниця**, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ-21, учасниця проєкту «Creative Spark: програма підтримки підприємництва в системі освіти»*

***І. В. Юрко**, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

В Україні популярність екологічних товарів зростає з кожним днем через те, що люди починають розуміти, що засмічення навколишнього середовища продуктами своєї життєдіяльності призводить до проблем з утилізацією відходів. Зокрема, втрачають свою колишню популярність поліетиленові пакети, пластикові кульки, якими вже давно всі звикли користуватися. Досвід європейських країн вказує на повну відмову від поліетилену. Тому актуальним стає питання заміни небезпечних для