

## **КАСТОМИЗАЦИЯ ТОВАРОВ: РЫНОК, КОНКУРЕНЦИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ РЕШЕНИЯ**

***Аннотация:** Кастомизация продуктов стала тенденцией в последние годы, поскольку потребители стремятся персонализировать и дифференцировать свои продукты от других. В статье рассмотрены виды кастомизации продукции, преимущества кастомизированной продукции для потребителей и производителей. В статье даётся оценка перспективам развития данного рынка в России, а также рассмотрены современные решения для кастомизации продукции.*

***Ключевые слова:** кастомизация, рынок кастомизированной продукции, конкуренция, платформа для кастомизации, преимущества кастомизации, розничная торговля, потребители, информационные технологии.*

***Annotation:** Product customization has become a trend in recent years as consumers seek to personalize and differentiate their products from others. The article discusses the types of product customization, the benefits of customized products for consumers and manufacturers. The article assesses the prospects for the development of this market in Russia, and also considers modern solutions for product customization.*

***Key words:** customization, market for customized products, competition, platform for customization, benefits of customization, retail, consumers, information technology.*

В мире, где вещи производятся огромными тиражами, само понятие индивидуальности стирается, и найти то, чего нет у других, очень сложно. Теперь в каждом магазине ассортимент идентичен, теперь ассортимент разных городов мало чем отличается. И как следствие все больше возрастает мода на хенд мейд и желание почувствовать себя дизайнером, получить положительные эмоции от творчества.

В эпоху массового потребления товаров и услуг крайне сложно удивить целевую аудиторию. Кастомизация продукции позволяет ориентироваться на желания каждого клиента по отдельности. Никаких А/В тестов или опросов в социальных сетях, только индивидуальное взаимодействие с покупателем.

Что такое кастомизация. Ее виды

Кастомизация товаров – это процесс изменения или доработки товаров, подстраиваемых под индивидуальные потребности клиента. В современном мире, где конкуренция на рынке розничных товаров все более напряженная, кастомизация является важным фактором, который может помочь производителям удерживать и привлекать клиентов.

Существует несколько видов кастомизации товаров:

1. Персонализация - настройка товара с учетом индивидуальных предпочтений клиента.
2. Модификация - изменение функциональных характеристик товара.
3. Брендинг - добавление логотипа или торговой марки на товар.
4. Конфигурирование - сборка товара из различных компонентов в соответствии с требованиями клиента.

## 5. Дизайн - изменение внешнего вида товара.<sup>1</sup>

Для потребителей выделяют следующие преимущества кастомизации:

- индивидуальность: возможность получить уникальный товар, соответствующий индивидуальным предпочтениям и потребностям;
- оптимальное соответствие: возможность настроить товар таким образом, чтобы он идеально соответствовал потребностям потребителя;
- удобство: возможность создать товар, который будет удобен в использовании и практически идеально подходит под индивидуальные потребности;
- эмоциональное значение: возможность создать товар, который будет иметь эмоциональную ценность для потребителя.

Преимущества кастомизации для производителей:

- увеличение продаж: возможность предлагать индивидуальные варианты товаров, удовлетворяющие широкому спектру потребностей покупателей;
- увеличение лояльности клиентов: возможность предложить товары, соответствующие индивидуальным предпочтениям клиентов, что может увеличить их лояльность к бренду;
- увеличение прибыли: возможность запрашивать дополнительную оплату за кастомизацию товаров, что может увеличить прибыль производителя;
- улучшение конкурентной позиции: возможность предложить уникальные варианты товаров, что может повысить конкурентную позицию производителя на рынке.

Динамика доли рынка кастомизированных товаров в России показывает увеличение спроса на такие товары. Это может быть связано с растущим интересом потребителей к индивидуальным продуктам, а также с растущей

---

<sup>1</sup> Mass Customization: Definition, Types, Advantages and Disadvantages: сайт MARKETING91. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.marketing91.com/mass-customization/> (дата обращения: 30.01.2023).

доступностью технологий и процессов кастомизации. Однако, точные данные о динамике доли рынка могут варьироваться в зависимости от региона и отрасли.

В некоторых отраслях, таких как мода и аксессуары, доля кастомизированных товаров может достигать до 30-40%. В других отраслях, таких как промышленное производство, доля может быть меньше. В общем, тенденция увеличения доли кастомизированных товаров наблюдается во всем мире.

По данным информационного агентства Regnum объем всего рынка креативных индустрий в России за 2021 год составил 1.8 трлн. рублей, из них кастомизированная продукция составила 55 млн. рублей.<sup>2</sup>

Конкуренция в рынке кастомизированных товаров может быть жесткой, поскольку компании стремятся предложить клиентам лучшие продукты, услуги и опыт. Учитывая то, что сегодня конкуренция проходит и на глобальных рынках, использование подобных товаров может стать конкурентным преимуществом компании.<sup>3</sup> Некоторые ключевые факторы, которые способствуют конкурентоспособности в этой отрасли, включают:

1. Уникальные варианты настройки: компании, которые могут предложить клиентам широкий спектр вариантов настройки, таких как уникальные материалы, цвета и дизайн, с большей вероятностью будут конкурентоспособными.

2. Скорость и эффективность: Компании, которые могут производить индивидуальные продукты быстро и экономически эффективно, будут иметь конкурентное преимущество перед теми, кто не может.

3. Качество обслуживания: Компании, которые предлагают высококачественное обслуживание клиентов, включая быструю и надежную

---

<sup>2</sup> Российский рынок креативных индустрий стал одним из крупнейших в мире: сайт информационного агентства REGNUM. [Электронный ресурс]. URL: <https://regnum.ru/news/3731920.html> (дата обращения: 30.01.2023).

<sup>3</sup> Кирьянов А.Е. Конкурентная разведка на предприятии в условиях глобализации экономики: организационно-методическое обеспечение: диссертация / А.Е. Кирьянов — Кострома: 2006 — 78 с.

доставку и легкий возврат, с большей вероятностью будут конкурентоспособными.

4. Цена: Компании, которые могут предложить конкурентоспособные цены, в то же время поставляя высококачественные продукты и услуги, будут более конкурентоспособными.

5. Маркетинг и реклама: компании, которые инвестируют в эффективные маркетинговые и рекламные стратегии, будут более конкурентоспособны в привлечении и удержании клиентов

6. Технологии: Компании, которые внедряют и интегрируют новейшие технологии, такие как ИИ и машинное обучение, с большей вероятностью будут конкурентоспособны на рынке.

На сегодняшний день все больше появляется производителей, которые готовы кастомизировать свои товары для покупателей. Некоторые, крупные из них, реализовали кастомизацию, но отдельных товаров на своих сайтах, а мелкие производители и продавцы на маркетплейсах вынуждены договариваться с покупателями через менеджеров. Примерами таких производителей являются:

- Afour Custom — кастомизация обуви;
- «Рубашка на заказ» — кастомизация рубашек;
- ARNY PRAHT — кастомизация женских сумок;
- Nike — производство кроссовок;
- WOWIN — производство мягкой мебели.<sup>4</sup>

Современные решения в сфере кастомизации продукции может стать внедрение программного обеспечения для персонализации, которое позволяет клиентам выбирать и настраивать продукты, включая возможность загрузки изображений, добавления текста и выбора цветов и материалов. Кроме того, успешным вариантом взаимодействия потребителя и продавца могут стать

---

<sup>4</sup> Что такое кастомизация: определение, примеры: сайт единой платформы для маркетинга и продаж SendPulse. [Электронный ресурс]. URL: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/customization> (дата обращения: 30.01.2023).

платформы, которые предоставляют клиентам широкий спектр вариантов настройки, от дизайна продукта до упаковки продукта.

Важно, чтобы эта технология позволяла быстро и экономически эффективно производить индивидуальные продукты, такие как одежда и рекламные продукты.

Вместе с тем, высокую эффективность может показать использование сквозных технологий, таких как дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR), позволяют клиентам визуализировать и взаимодействовать с индивидуальными продуктами, обеспечивая более захватывающий и привлекательный опыт.<sup>5</sup>

Производителю важно обеспечить автоматизацию процессов кастомизации с использованием искусственного интеллекта и машинного обучения, что позволит сократить время выполнения заказов и повысить эффективность.<sup>6</sup> А наряду с решениями управления цепочками поставок – позволит обеспечить доступность нужных продуктов, когда это необходимо, сокращая время выполнения заказов и повышая удовлетворенность клиентов.

Таким образом, кастомизация продукта является растущей тенденцией в розничной торговле, которая предлагает ряд преимуществ как для потребителей, так и для производителей. Настройка позволяет потребителям персонализировать продукты в соответствии с их индивидуальными предпочтениями и потребностями, что приводит к более удовлетворительному опыту покупки. Для производителей кастомизация может повысить лояльность клиентов, повысить узнаваемость бренда и повысить прибыль. Тем не менее, существуют также проблемы, связанные с настройкой, включая увеличение производственных затрат, более длительные сроки выполнения заказов и потенциальное недовольство клиентов. Тем не менее, с

---

<sup>5</sup> Кирьянов А.Е. Технологии дополненной реальности в сфере образования / А.Е. Кирьянов, Р.М. Йылмаз, Д.В. Маслов, Н.Н. Масюк, Б.А. Воробьев // Инновации.— 2020.— № 5(259). - С. 81–88.

<sup>6</sup> Масюк Н.Н. Технологии дополненной реальности в сфере образования / Н.Н. Масюк, А.Е. Кирьянов, М.А. Бушуева, Д.А. Шакуев // Фундаментальные исследования.— 2021.— № 10. - С. 49–54.

использованием современных технологий кастомизация стала более доступной и эффективной, что делает ее жизнеспособным вариантом для компаний в самых разных отраслях.

### **Использованные источники:**

1. Mass Customization: Definition, Types, Advantages and Disadvantages: сайт MARKETING91. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.marketing91.com/mass-customization/> (дата обращения: 30.01.2023).
2. Российский рынок креативных индустрий стал одним из крупнейших в мире: сайт информационного агентства REGNUM. [Электронный ресурс]. URL: <https://regnum.ru/news/3731920.html> (дата обращения: 30.01.2023).
3. Кирьянов А.Е. Конкурентная разведка на предприятии в условиях глобализации экономики: организационно-методическое обеспечение: диссертация / А.Е. Кирьянов — Кострома: 2006 — 78 с.
4. Что такое кастомизация: определение, примеры: сайт единой платформы для маркетинга и продаж SendPulse. [Электронный ресурс]. URL: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/customization> (дата обращения: 30.01.2023).
5. Кирьянов А.Е. Технологии дополненной реальности в сфере образования / А.Е. Кирьянов, Р.М. Йылмаз, Д.В. Маслов, Н.Н. Масюк, Б.А. Воробьев // Инновации.— 2020.— № 5(259). - С. 81–88.
6. Масюк Н.Н. Технологии дополненной реальности в сфере образования / Н.Н. Масюк, А.Е. Кирьянов, М.А. Бушуева, Д.А. Шакуев // Фундаментальные исследования.— 2021.— № 10. - С. 49–54.