

Дослідження актуальних потреб української мейкерської спільноти

Аналітичний звіт

Жовтень-листопад 2022



Підготовлено для



- 1 Задачі та дизайн дослідження
- 2 Резюме
- 3 Актуальні потреби українських мейкерів
- 4 Залученіть у життя спільноти мейкерів
- 5 Сприйняття ToloCar
- 6 Профіль українських мейкерів



1. Задачі та дизайн дослідження



1

Проаналізувати основні потреби українських мейкерів

2

Оцінити ступінь залученості у життя спільноти та готовність долучатися до неї

3

Оцінити сприйняття ідеї ToloCar

4

Описати профіль українських мейкерів



Метод

Online опитування за базами контактів Maker Hub



Географія

Україна/за кордон: міста проживання українських мейкерів



Вибірка

- 312 мейкерів взяли участь у дослідженні
- Усього зібрано 196 повних анкет



Польові роботи

жовтень-листопад 2022

2. Резюме



Потреби мейкерів

- Учасники дослідження – вже **активні мейкери або зацікавлені аматори**, для яких мейкерство – це потужний спосіб реалізовувати себе в житті: творити, вчитися, розвиватися втілювати мрії, покращувати оточуючий світ. Кожний п'ятий – керівник гуртка, кожний десятий – ментор.
- Ядро мейкерів – чоловіки до 45 років, з вищою технічною освітою, які займаються мейкерством 3+ років переважно вдома, індивідуально, витрачаючи власні заощадження. Разом з тим, приблизно третина опитаних вже так чи інакше мають якусь організаційну форму для своїх занять, можуть фінансувати витрати на мейкерство за рахунок доходів від нього.
- Центральні потреби, які виникають у мейкерів, – це навчання та генерація нових ідей. А також усе, що супроводжує цю активність, – пошук витратних матеріалів, підвищення ефективності власної роботи, спілкування з однодумцями, просування себе, пошук фінансів.
- У наступному 2023 році учасники дослідження очікують, що зростатиме важливість саме бізнес-складової мейкерства (фінансування, просування, створення бізнес-моделей) – ймовірно, очікується поступове перетворення мейкерства з хоббі на спосіб заробляти гроші.
- Основні групи потреб, де мейкери очікують допомоги, це: фінансування (власне, очікують фінансову допомогу), навчання, створення бізнес-моделей та просування себе (потребують консультаційної підтримки). Доступ до приміщень/інструментів необхідний в першу чергу, коли шукають витратні матеріали та обладнання, вчаться та шукають однодумців.

Залученість у життя спільноти

- Наразі лише 12% декларують, що є активно залученими до життя спільноти. Ще 68% зацікавлені бути частиною ком'юніті. Основні очікувані формати взаємодії – неформальні зустрічі у фаблабах, воркшопи та ярмарки мейкерів. Інтерес до соціальних проєктів помірний, готові в першу чергу допомагати ЗСУ.
- Приблизно чверть поточних та потенціальних учасників спільноти готові самостійно брати на себе роль локальних лідерів та активістів. До 40% – готові волонтерити на мейкерських подіях.

Сприйняття ToloCar

- Про мобільну майстерню чули понад половина опитаних. Ідея в цілому подобається, понад 70% опитаних хотіли б відвідати ToloCar.
- Найбільше подобається мобільність, адресність допомоги, можливість використати інструменти та навчитися новому.

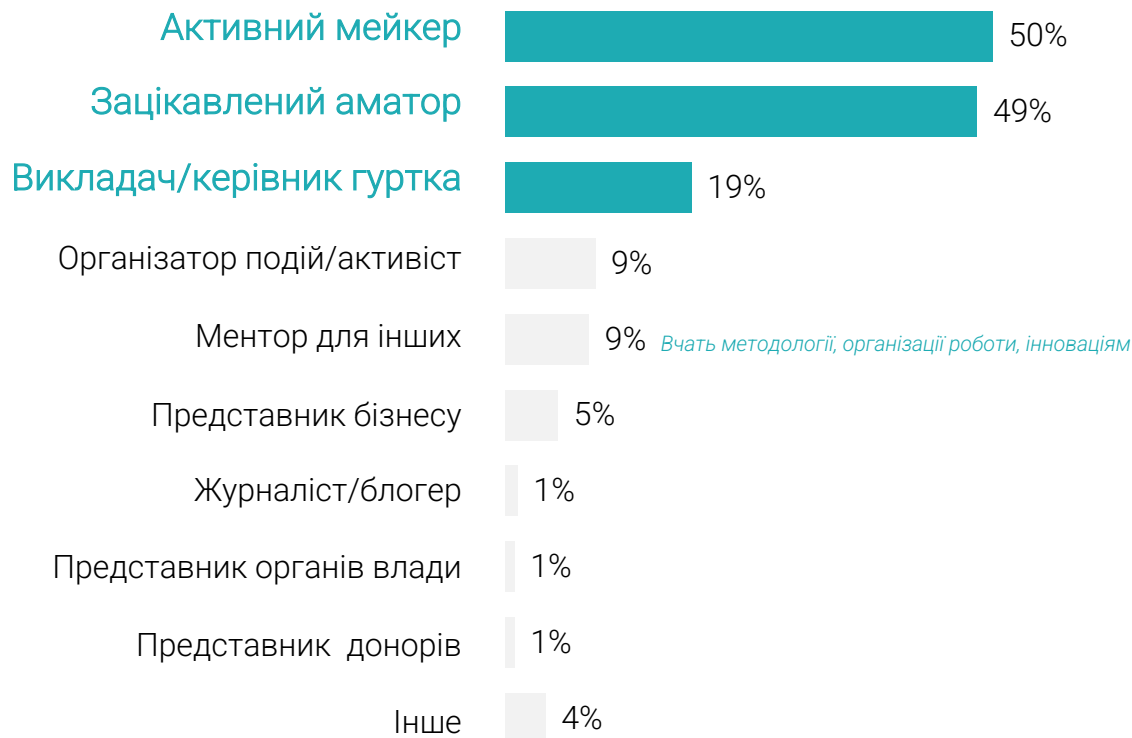


3. Актуальні потреби українських мейкерів



Аудиторію дослідження переважно складають активні мейкери та зацікавлені аматори. Мейкерство для них – це творчість, навчання, втілення мрій

Як мейкери себе ідентифікують?



Що для них мейкерство?

Творчість, своїми руками

Розвиток, вивчення, дослідження, пошук нового, новий досвід
 Робити щось корисне, необхідне, задоволення потреб
 Втілення мрій, бажань, фантазій, нових ідей

Пряма мова:

- «Коли руки чешуться щось покращити :)»
- «Життя. Якщо я довгий час нічого не майструю, то значить в цей період мені з великою вірогідністю можна діагностувати депресію»
- «Насамперед, це мистецтво. Це гарний варіант для дозвілля, яке приносить щастя.»
- «Створити щось що буде приносити користь з того що користь не приносить.»
- «Можливість зняти напругу від рутинної праці, спілкування з однодумцями та поціновувачами ручної роботи зі всього світу, додатковий невеличкий дохід.»

Ключові потреби мейкерів – навчання та генерація ідей. У 2022 також були важливі організаційні моменти (матеріали, ефективність, фінансування) та комунікація

Які потреби виникали у 2022 році?



Сфери інтересів





Найбільше потреб стосуються 3D друку (опанування технологій, матеріали). Організація роботи – це, в першу чергу, автоматизація та процеси



Які потреби виникали у 2022 році



Навчання, нові навички – це про...

Електроніка, мікроелектроніка, радіоелектроніка, контролер
3D моделювання та друк
 Нові технології, інструменти, ПЗ, навички
 Програмування, нові бібліотеки
 Продавати продукт, роботу, серійне виробництво
 Зварювання, розрізання, фарбування
 Саморганізація, розвиток, навчання
 Металообробка
 Поглиблення знань, навичок

Пошук витратних матеріалів – це про...

Матеріали та обладнання для металообробки
 Запчастини, деталі, інструменти
Матеріали та обладнання для 3D друку
 Сировина, матеріали для виробництва в умовах дефіциту
 Електроніка, плати і т.д.
 Постачальників
 Обладнання та матеріали для виробництва

Організація роботи – це про...

Освоєння, розробка нових інструментів, технологій, матеріалів
 Організація робочого місця, робочих процесів, укриття
Організація процесів, автоматизація
 Розподілити, спланувати час між проектами, баланс роботи та мейкерства
 Оновити ресурс (інструменти, матеріали), збільшити потужності
 Делегування процесів, найм робітників
 Дистанційна робота, керівники процесів, онлайн робочі процеси



Інновації стосуються нових продуктів. Комунікація – це і пошук однодумців, і заходи, і пошук клієнтів. Фінансування – в першу чергу, залучення зовнішніх коштів



Які потреби виникали у 2022 році



Інновації – це про...

Розробка, створення нового продукту, прототипів

Пошук нових ідей, планування та проектування

Нестандартні рішення для оптимізації та здешевлення процесу
Пошук можливостей для роботи, продажу Попрацювати, експериментувати Обговорити нові технології, обладнання

Нетворкінг – це про...

Пошук та організація хабу, заходів, конференцій

Пошук однодумців, спеціалістів зі сфери, спільноти

Обмін досвідом, нові ідеї, знання, рішення

Комунікація, просування – це про...

Участь, спілкування на івентах, заходах, виставках

Просування, взаємодія на професійних ресурсах, маркетплейсах

Пошук вакансій, можливостей, каналів взаємодії

Онлайн спільноти, спілкування з однодумцями, партнерами

Пошук нових ринків та майданчиків продажу, клієнтів

Просування в соцмережах, співпраця з блогерами

Презентації роботи, продукції, розширення знань

Пошук фінансування – це про...

Оптимізація витрат на приміщення, процеси, матеріали

Пошук грантів, коштів, інвестицій, фінансування

Кошти на закупку матеріалів, інструментів, обладнання

Кошти на виробництво, реалізацію проекту, зміну напрямків роботи

Відкриття виробництва, майстерні на новому місці

Пошук нових каналів продажу, інші ринки



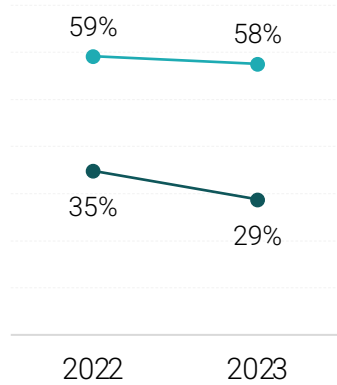
Тренди потреб: у 2023 більше уваги процесам, інноваціям, просуванню та фінансам



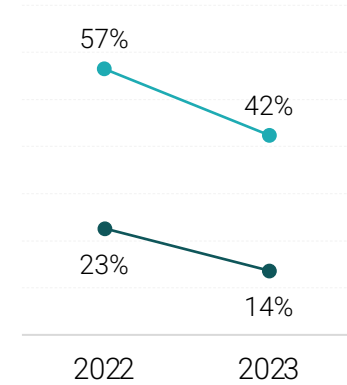
Плани на 2023 рік

Навчання

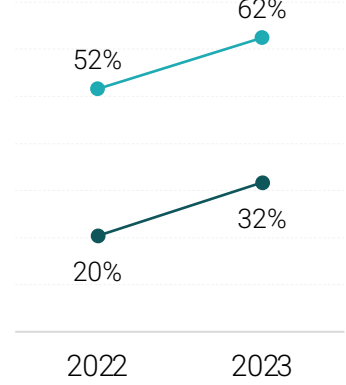
● Потреба є ● Потреба найважливіша



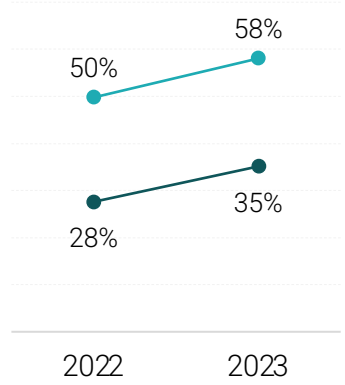
Пошук матеріалів



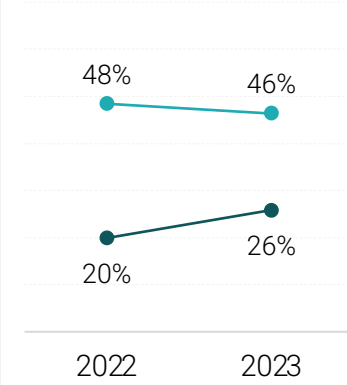
Організація, ефективність



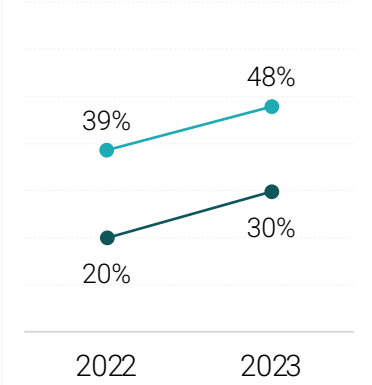
Інновації, генерація ідей



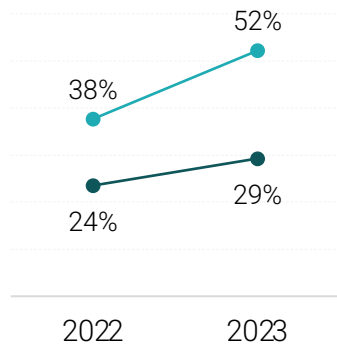
Нетворкінг



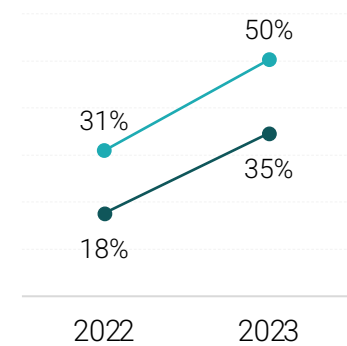
Комунікація, просування



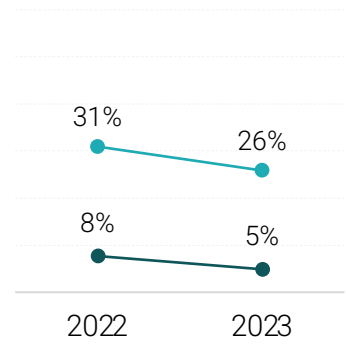
Пошук фінансування



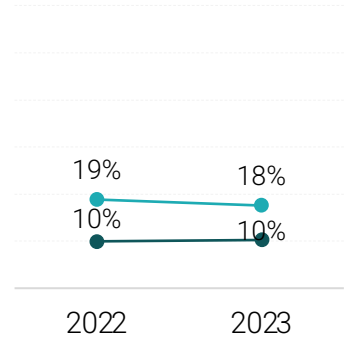
Створення бізнес-моделі



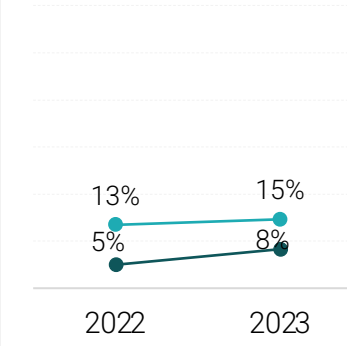
Пошук інформації



Навчальні матеріали



Релокація





Мапа основних потреб мейкерів: виразне збільшення бізнес-складової





Мейкери здебільшого потребують зовнішньої допомоги у навчанні (консультації), у питаннях фінансування (кошти) та просування/монетизації (консультації)



Для яких потреб потребують зовнішньої допомоги?

Якої саме?



	Консультації	Інф. матеріали	Фінансова допомога	Доступ до приміщень	n=
Пошук фінансування, оптимізація	37%	30%	88%	28%	67
Навчання, нові навички	82%	68%	40%	48%	62
Створення бізнес-моделі	82%	39%	45%	30%	56
Комунікація, просування	71%	59%	35%	20%	51
Інновації, генерація ідей	64%	67%	42%	29%	45
Нетворкінг	61%	59%	11%	43%	44
Організація, ефективність роботи	70%	51%	57%	43%	37
Пошук витратних матеріалів	40%	31%	57%	49%	35

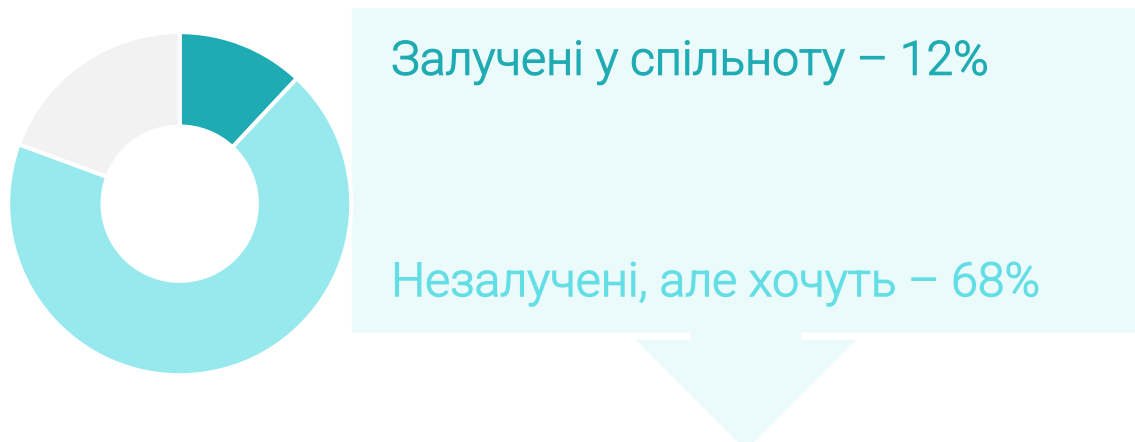


4. Залученіть у життя спільноти мейкерів

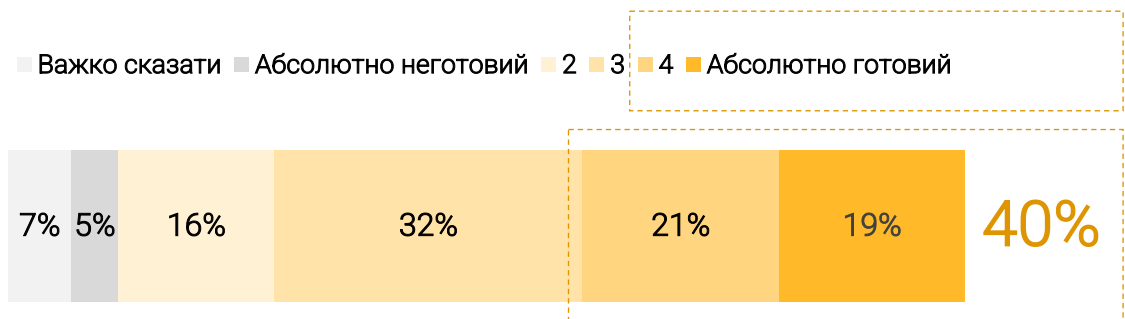


Запит на приєднання до спільноти мейкерів значний. Цікаві формати – неформальні зустрічі, воркшопи та ярмарки мейкерів. Є помірний інтерес до соціальних проєктів

Участь у житті мейкерської спільноти



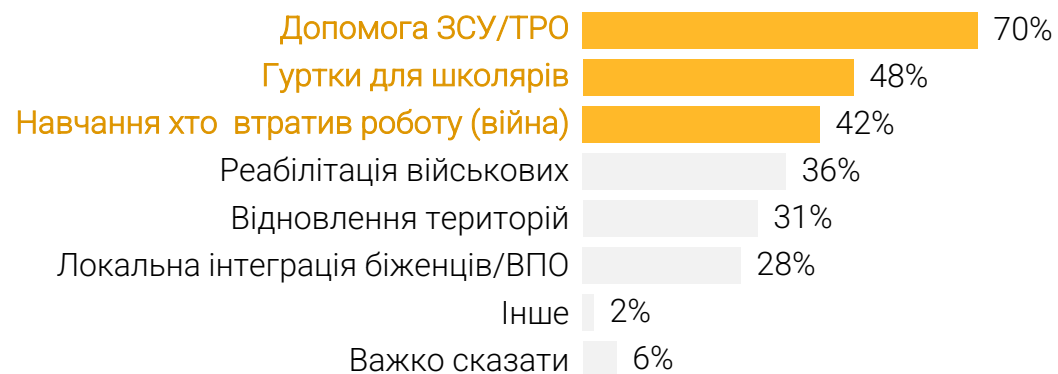
Готовність долучатися до соціальних проєктів?



Формати взаємодії, які цікавлять



Які соціальні проєкти цікавлять?





Чверть з залучених/потенційних учасників спільноти готові самостійно займатися подіями/брати роль лідера. Значно більше потенційних волонтерів



Участь у житті мейкерської спільноти

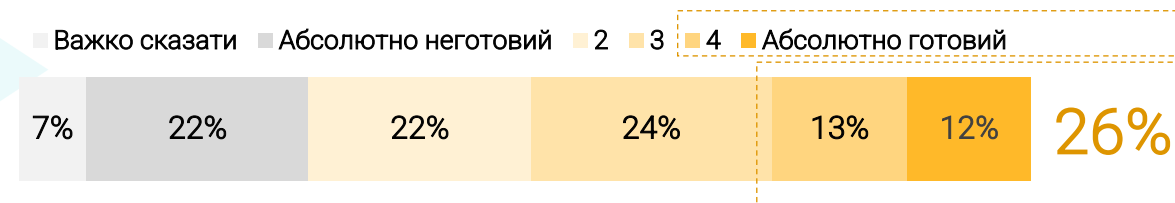


Залучені у спільноту – 12%

Незалучені, але хочуть – 68%

Наскільки готові самостійно...

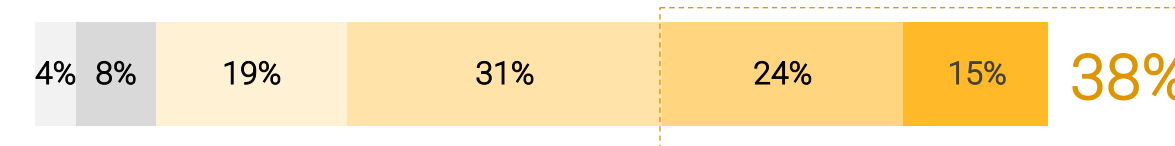
Організовувати мейкерські події



Брати на себе функцію лідера спільноти



Долучатися до подій як волонтер





5. Сприйняття ToloCar





Понад половина опитаних досягнута активностями ToloCar, третина – в принципі, знайомі з ToloCar



ToloCar – опис ідеї



ToloCar або гуманітарні мейкерспейси — це транспортні засоби, оснащені:

- наборами IT-інструментів
- обладнанням для обробки деревини, металу чи інших матеріалів
- високотехнологічним обладнанням, що дає змогу контролювати екосистеми, такі як якість води та повітря чи рівень радіації

Ці пересувні станції можуть допомогти на місці з відбудовою зруйнованої інфраструктури (водопостачання, опалення, електроенергія, інтернет тощо), ремонтом житла та автомобілів або в інших ситуаціях, коли є обмежений доступ до потрібного обладнання та перебої з постачанням.

Крім того, ToloCar також може бути місцем організації культурних та освітніх заходів для громади.

Досягнення аудиторії мейкерів



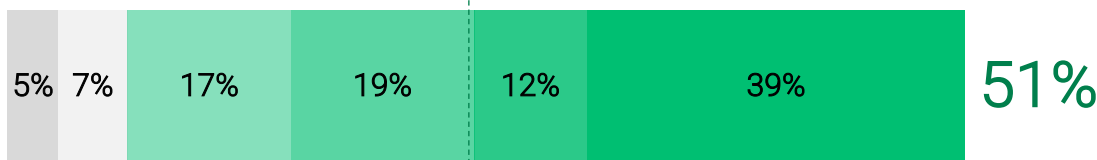


Ідея ToIoCar скоріше подобається, переважна більшість готові відвідати майстерню. Подобається мобільність та адресність, а також доступ до інструментів та навчання



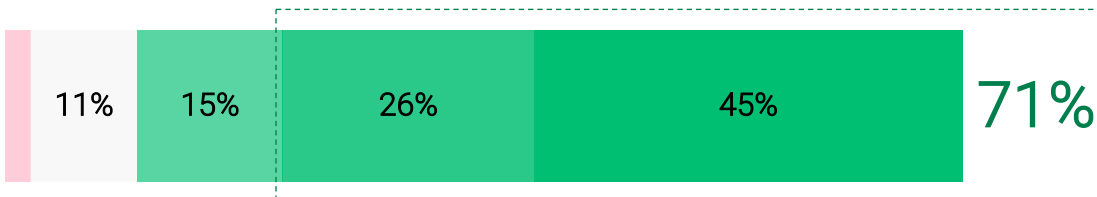
Наскільки сподобалася ідея?

1 – абсолютно не подобається 2 3 4 5 6 7 – дуже подобається



Чи відвідають ToIoCar, якщо буде поруч?

1 - точно НЕ відвідаю 2 3 4 5 - точно відвідаю



Що саме подобається?

Гуманітарна допомога постраждалим регіонам - актуально

Залучення, навчання та розвиток молодих мейкерів, поширення ідеї мейкерства

Мобільна майстерня для допомоги там, де потрібно

Доступ до обладнання, інструментів в одному місці

Гарна, нова ідея, сам обдумував такий проект

Пряма мова:

«Це як в фантастичному кіно: з машини вилітають роботи і вирішують будь-яку проблему в точці призначення. Але замість роботів живі добрі люди з крутими інструментами. Це прекрасно.»

«Власне сама ідея пересувних майстерень і особливо для постраждалих регіонів дуже корисна»

«Найбільша проблема в мейкерстві/ремонті це відсутність зручних/необхідних інструментів під час роботи. Було б класно мати можливість прийти кудись де все є, і зробити заплановане, не вигадуючи що саме де і за скільки треба купити щоб зайняти один раз».

«Можливість дізнатися щось нове, почерпнути ідеї, знайомство з мейкерами, мобільність і т.д.»



6. Профіль українських мейкерів

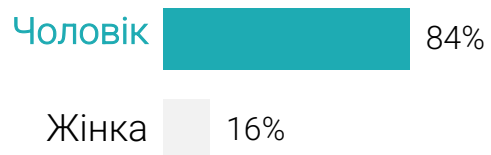




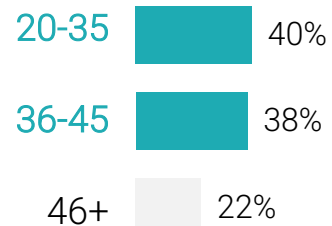
Профіль мейкерів: здебільшого чоловіки, до 45 років, з вищою технічною освітою, живуть у великих містах, мають роботу – або в наймі як білі комірці, або на себе



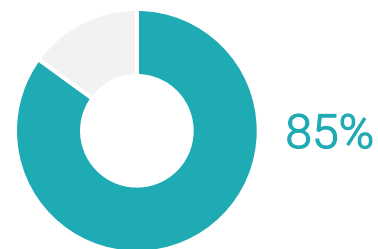
Стать



Вік



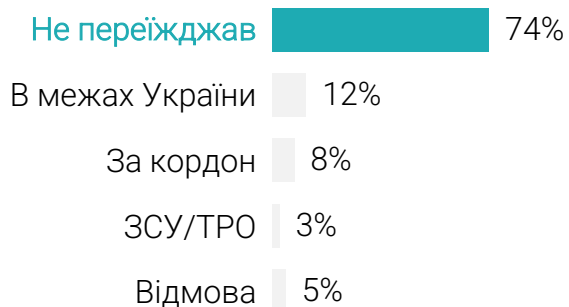
Вища освіта



А саме:



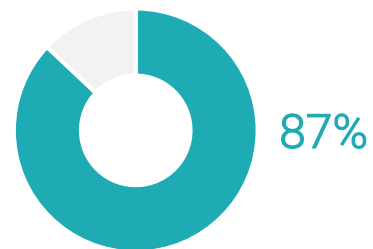
Релокація у 2022



Місто



Працюють зараз



Посада





Як займаються мейкерством: вдома, переважно самостійно без будь-якої інституціоналізації, вкладають власні кошти, але третина – і доходи від мейкерства



Де



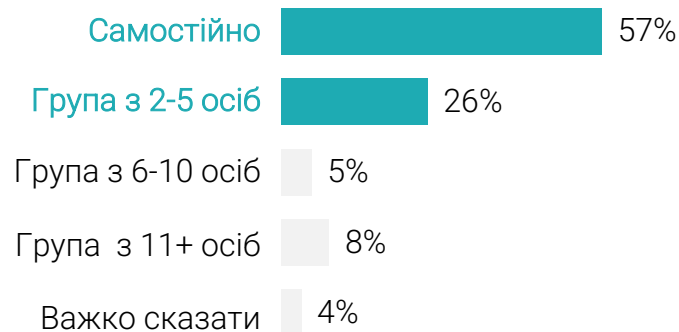
Як давно



Організаційна форма



Скільки людей



Фінансування мейкерства



ДЯКУЄМО ЗА УВАГУ!

КОНТАКТНА ІНФОРМАЦІЯ



MASIYENKO/ZAGRYVENKO HUB
RESEARCH SOLUTIONS

 Telephone +38 067 405 61 14

 Email ym@mzhub.pro



 Telephone +38 067 446 1630

 Email yuri.vlasyuk@gmail.com