

УДК: 353.5

Борисова Оксана Васильевна

доцент кафедры теории и организации управления

Borisova Oksana V.

e-mail: borysova2014@mail.ru**Пронькин Никита Михайлович**

магистрант

Pronkin Nikita M.

e-mail: nik.pronkin.97@mail.ru

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Гжельский государственный университет»
Federal State Budget Educational Institution of Higher Education
“Gzhel State University”

Московская обл., Раменский г. о.,
пос. Электроизолятор, д. 67, Россия, 140155
Тел.: 8(496)464-76-40

К ВОПРОСУ О СТРАТЕГИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ РЕШЕНИЯ

TO THE QUESTION OF THE STRATEGY OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF FOLK ART CRAFTS IN RUSSIA: PROBLEMS AND DIRECTIONS OF THEIR SOLUTION

Аннотация. В статье приводится обоснование теоретических положений в сфере стратегической деятельности, связанное с народными промыслами. Представлен анализ современного экономического развития народных промыслов России. Определяются путем SWOT-анализа сильные и слабые стороны, возможности и угрозы развития народных промыслов.

Ключевые слова: народные промыслы; экономическое развитие; стратегия; культурная политика.

Abstract. The article provides a justification of theoretical provisions in the field of strategic activities related to folk crafts. The analysis of the modern economic development of folk crafts in Russia is presented. The strengths and weaknesses, opportunities and threats of the development of folk crafts are determined by SWOT analysis.

Keywords: folk crafts; economic development; strategy; cultural policy.

Народные художественные промыслы – неотъемлемая часть отечественной культуры. В них воплощен многовековой опыт эстетического восприятия мира, обращенный в будущее, сохранены глубокие художественные традиции, отражающие самобытность культур многонациональной России. Активные процессы модернизации происходят в настоящее время в разных

сферах, в том числе в культуре и искусстве. В современных условиях развитие народной художественной культуры представляет собой сложный и противоречивый процесс.

Цель исследования: определение стратегических направлений деятельности народных промыслов в России.

Основными задачами исследования стали.

1. Обоснование теоретических положений в сфере стратегической деятельности, связанное с народными промыслами.
2. Анализ развития народных промыслов России.
3. Определение сильных и слабых сторон, возможностей и угроз развитие народных промыслов.

По мнению И. Ансоффа «...Стратегия есть набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности» [5, с. 38].

Экономист Ф. Котлер говорил, что стратегия компании – это системный подход к решению проблем ее развития и функционирования, что обеспечивает сбалансированность деятельности компании [6].

Учитывая мнения специалистов, можно сформулировать следующее: стратегия развития народных художественных промыслов представляет собой совокупность современных взглядов, целевых установок, принципов и приоритетов, направленных на их сохранение и развитие [5-7].

При этом народный художественный промысел – это одна из форм народного творчества, деятельность по созданию художественных изделий утилитарного или декоративного назначения, осуществляемая на основе коллективного освоения и преемственного развития традиций народного искусства в определённой местности в процессе творческого ручного и механизированного труда.

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 г. № 808 «Об утверждении основ государственной культурной политики» сохранение и возрождение народных художественных промыслов, продвижение

их на внутренние и внешние рынки является одной из государственных задач Российской Федерации.

На федеральном уровне организациям народных художественных промыслов оказывается финансовая поддержка в форме субсидирования части расходов на основании приказа Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 17 февраля № 64 «Об утверждении правил предоставления субсидий из федерального бюджета организациям народных художественных промыслов».

Ключевую роль в поддержке и развитии отрасли народных художественных промыслов в перспективе должны играть именно регионы. Органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, непосредственно работая с предприятиями на местах, досконально знают все проблемы организаций и тем самым обладают возможностью оперативно реагировать на тревожные предпосылки.

Так, в ряде регионов создаются специализированные центры народных художественных промыслов. На площадках подобных структур могут получить развитие следующие виды деятельности:

- проведение ежегодных областных конкурсов мастеров народных художественных промыслов;
- издание презентационных каталогов изделий;
- организация региональных и межрегиональных профильных форумов;
- организация работ по возрождению утраченных промыслов.

Именно региональный вектор государственной поддержки народных художественных промыслов и активная работа местных властей в перспективе позволят обеспечить стабильное функционирование и поступательное развитие отрасли.

Перейдем к результатам исследования. По данным Росстата, в отрасли народных художественных промыслов в доковидные годы наблюдалась слабая положительная динамика объемов производства.

Средние темпы роста за этот период – 4 %. Мизерная доля объема производства, по данным Минпромторга, шла на экспорт (не более 1–3 %). В 2019 г. был зафиксирован более активный рост, в том числе за счет модернизации ряда производств. Ожидалось, что объем производства изделий народных промыслов в денежном выражении в 2020 г. превысит 8 млрд. руб. Но вследствие негативных эффектов пандемии по итогам 2020 г. общий объем производства промышленной продукции сократился на 20 %.

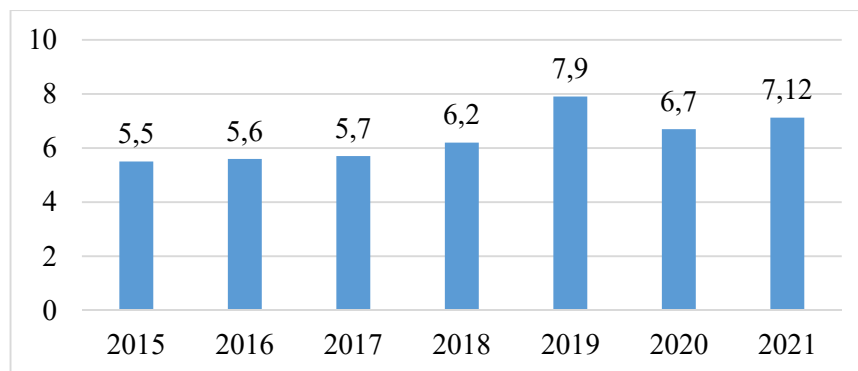


Рисунок 1 – Динамика объемов производства изделий НХП в Российской Федерации, млрд. руб.

2020 г. оказался сложным для предприятий народных художественных промыслов, которым пришлось буквально выживать из-за отсутствия сбыта и сокращения внешнего и, особенно, внутреннего туристического потока. Что касается ключевых сегментов российского рынка, то, по данным 2019–2020 гг., наибольший вес имели текстильные изделия, на втором месте – изделия из металла, на третьем – керамика.

Различные изделия российских предприятий народных художественных промыслов пользуются популярностью в других странах. Например, традиционный фарфор, изделия из хрусталя, керамики. Российские производители изделий НХП поставляют свою продукцию в более чем 20 стран мира. При этом Казахстан и Беларусь являются основными экспортными направлениями (около 40 %). Также продукция экспортируется в Азербайджан, Болгарию, США, Украину, Аргентину, Германию, Швейцарию и другие страны.

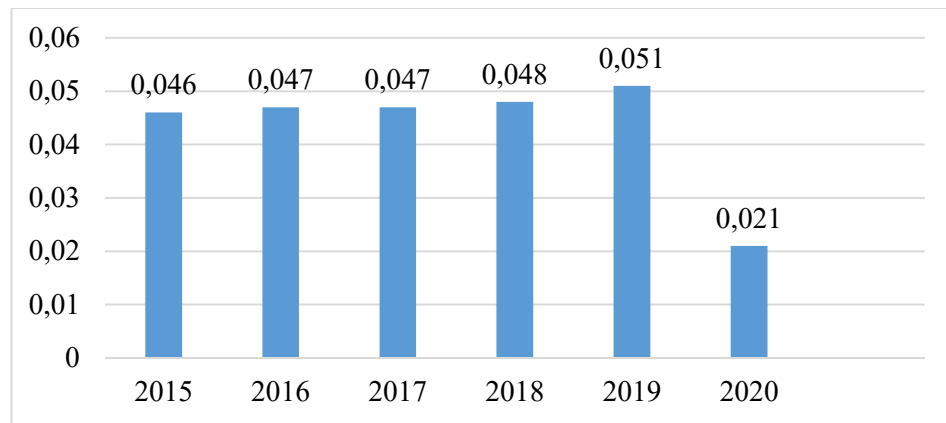


Рисунок 2 – Динамика экспортных поставок изделий НХП, млрд. руб.

Необходимо отметить, что только немногие из ремесленных компаний получают прибыль, большинство же находится на грани исчезновения. Большинство промыслов представляют собою малые предприятия. Среди крупнейших компаний–производителей НХП можно отметить «Павлопосадская платочная мануфактура», «Гжельский фарфоровый завод», «Гусевский хрустальный завод». Особой группой производителей являются частные мастера. Большая часть из них не легализована. Многие из них, как уже говорилось, производят продукцию ненадлежащего качества.

Таблица 1 – Крупнейшие предприятия НХП в Российской Федерации

№	Название	Регион	Выручка, млн. руб.	
			2019 г.	2020 г.
1	ОАО «Павлопосадская платочная мануфактура»	Московская обл.	722,4	397,7
2	ПАО «Павловский завод им. Кирова»	Нижегородская обл.	420,4	415,9
3	ОАО «Елочка»	Московская обл.	235,4	184,5
4	АО «Хохломская роспись»	Нижегородская обл.	195,9	85,4
5	АО «Узор»	Ленинградская обл.	195	218,9
6	ПК «Дулевский фарфор»	Московская обл.	193,1	100,9
7	ЗАО «Великоустюгский завод "Северная чернь"»	Вологодская обл.	171,6	161
8	ООО ПП «Кизляр»	Респ. Дагестан	163,7	144,4
9	ООО «Каслинский завод архитектурно-художественного литья»	Челябинская обл.	124,9	114,5
10	ГУП БХП «Агидель» РБ	Респ. Башкортостан	123,7	92,4
11	ООО «Жостовская фабрика»	Московская обл.	114,9	96
12	ЗАО «Фабрика «Ростовская финифть»	Ростовская обл.	109	79,5
13	ООО «Борисовская керамика»	Белгородская обл.	107,2	57,2
14	ООО «Гусевской хрустальный завод им. Мальцова»	Владимирская обл.	105,2	102,3
15	АО «Гжельский фарфоровый завод»	Московская обл.	97,7	90,6

16	ООО «Дятьковский хрустальный завод плюс»	Брянская обл.	84,7	89,9
17	ООО «ДО Промыслы Вербилек»	Московская обл.	79,2	70,9
18	ОАО «Торжокские золотошвеи»	Тверская обл.	78,2	55,1
19	АО «Семикаракорская керамика»	Ростовская обл.	66,1	44,2
20	ЗАО «Мстерский ювелир»	Владимирская обл.	66,2	65,5
21	ЗАО «Сувенир»	Кировская обл.	30	9,6

Но при этом частные мастера являются носителями уникальных знаний, в том числе считающихся утраченными. Продукция народных художественных промыслов включает в себя широчайший диапазон товаров. Это игрушки, сувениры, одежда, посуда, декоративная керамика, предметы интерьера, ювелирные изделия, одежда из кожи и меха. При этом некоторые изделия известны по всей стране, другие – только в своем регионе.

Согласно данным рейтинга самых известных в Российской Федерации народных художественных промыслов, ведущие позиции заняли «тульский самовар», «изделия из янтаря», «вологодское кружево» и «гжельская керамика». Рейтинг рассчитывался на основе трех параметров: узнаваемость бренда, его связь с регионом-производителем и желание посетить регион для более близкого ознакомления с народным промыслом.

Основные выводы, касающиеся преимуществ и возможностей дальнейшего развития российской индустрии НХП, наряду с анализом основных угроз и слабых сторон, представлены в формате SWOT-анализа российского сектора НХП.

Сильные стороны: сохранение большого количества НХП в Российской Федерации, поддержка отрасли государством, наличие мастеров, владеющих оригинальными технологиями.

Слабые стороны: неразвитый рынок сбыта (отсутствие сетей магазинов, электронных каналов), слабый маркетинг (не все промыслы известны), проблемы с поставкой отечественного сырья.

Возможности: использование электронных каналов в целях продвижения, Развитие туризма.

Угрозы: сокращение количества НХП, высокая доля контрафактной продукции, отток квалифицированных кадров (мастера теряют свои навыки).

Таблица 2 – SWOT анализ российской отрасли НХП, в т. ч. Гжельского промысла

Сильные стороны	Слабые стороны
Сохранение большего количества НХП (а также их мест бытования) в Российской Федерации и соответствующих технологий.	Неразвитые рынки сбыта. Отсутствие федеральных сетей специализированных магазинов.
Поддержка художественно-промышленной отрасли со стороны государства (субсидирование, гранты и др.).	Слабый внутрирегиональный и международный маркетинг. Многие промыслы не известны за пределами своего места бытования.
Наличие мастеров, владеющих оригинальными технологиями НХП.	Проблемы с поиском и поставкой отечественного качественного сырья (например, ткани). В результате приходится импортировать материалы из-за рубежа.
Наличие прослойки талантливых дизайнеров, работающих в народных стилях, готовых следовать традициям.	
Производства НХП и способных адаптировать идеи промыслов под современные нужды.	Слабая вовлеченность молодежи в сферу НХП. Ориентация на западные культурные и потребительские стандарты.
Возможности	Угрозы
Активное использование электронных каналов в целях продвижения, в том числе на зарубежные рынки.	Сокращение количества НХП в стране – значимая утрата для национальной культуры и экономики впечатлений. Некоторые промыслы утеряны.
Развитие культурно-познавательного и культурно- исторического туризма. НХП формируют особую привлекательность туристских территорий.	Высокая доля контрафактной продукции на рынке, включая произведенную как в Российской Федерации, так и за рубежом. Сложившаяся ситуация подрывает отечественную индустрию.
Интеграция в индустрию моды и дизайна (промышленного, интерьерного, дизайна среды и др.).	Старение и отток квалифицированных кадров из «прозрачного» сектора. Отсутствие преемственности поколений мастеров. Частные мастера утрачивают профессиональные навыки, производя упрощенную продукцию.
Развитие сельских территорий. Создание новых рабочих мест за счет развития экосистем НХП.	
Продвижение НХП за счет системы дополнительного образования.	

Таким образом, с учетом проведенного исследования, стратегия развития Гжельского промысла должна ориентироваться на потребителя, использовать современные инструменты цифрового продвижения (сайты, чат-боты, группы в контакте, проведение опросов и фокус-групп мнений потребителей и др.), применять формы кросс-маркетинга, интеграции, использовать инновационные виды сырья, развивать дополнительное образование и т.п. Однако уникальность

изделий Гжельского промысла, как и других промыслов всегда останется в руках талантливого мастера.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Указ Президента Российской Федерации № 808 от 24 декабря 2014 г. «Об утверждении основ государственной культурной политики». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/39208>
2. Федеральный закон от 06.01.1999 № 7 «О народных художественных промыслах». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_21497/
3. Федеральный закон от 25.06.2002 № 73 «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://base.garant.ru/12127232/>
4. Приказ Минпромторга Российской Федерации от 17.02.2009 №64 «Об утверждении правил предоставления субсидий из федерального бюджета организациям народных художественных промыслов». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://base.garant.ru/5759916/>
5. *Ансофф И.* Стратегическое управление. Ч. 2. Планирование выбора стратегической позиции. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studfile.net/preview/3178811/>
6. *Котлер Ф.* О маркетинге в эпоху пандемии. [Электронный ресурс]. URL: Режим доступа: <https://www.novostiitkana.ru/news/detail.php?ID=150251>
7. *Седых. И. А.* Рынок народно-художественных промыслов. [Электронный ресурс]. URL: https://www.hse.ru/data/2021/09/15/1472121216/Рынок_народно-художественных_промыслов-2021.pdf