

УДК 379.851: 334.711

# Народные художественные промыслы как фактор формирования туристического кластера

**Аннотация.** Статья посвящена оценке возможности формирования туристического кластера на основе предприятий народных художественных промыслов. При этом автор рассматривает несколько точек зрения на понятие народных художественных промыслов, а также приводит обзор экономической ситуации в отрасли в целом.

В статье уделено особое внимание рассмотрению факторов формирования туристического кластера на основе народных художественных промыслов. В частности, предполагается, что в местах традиционного бытования промыслов могут быть созданы специализированные туристические комплексы, а продукция таких предприятий может стать основой для формирования сувенирной базы.

В статье приведен анализ возможного положительного эффекта создания такого рода туристических кластеров в регионе, а также даны краткие рекомендации по организационному устройству такой системы.

**Ключевые слова:** народные художественные промыслы; туристические кластеры; туризм; этнотуризм; маркетинг территорий.

**Abstract.** The article is devoted to the possibility of a tourist cluster forming on the basis of folk artistic craft enterprises. The author, herewith, considers different points of view on the concept of folk artistic crafts and gives general overview of the economic situation in the industry.

Special attention in the article is paid to the review of the tourist cluster forming factors on the basis of folk artistic crafts. Particularly it is assumed that special touristic complexes may be established in the places where artistic crafts exist traditionally and the products of such enterprises may become the foundation of a souvenir base.

The analysis of the possible positive effect of such regional clusters foundation is given in the article as well as a brief guidance on the organizational structure of such system.

**Keywords:** folk artistic crafts; tourist clusters; tourism; ethnotourism; territory marketing.



**Рapoпорт М. В.,**

аспирантка кафедры «Региональная экономика и экономическая география»  
Финансового университета  
✉ mar.rapoport@gmail.com

**Н**ародные художественные промыслы (далее – НХП) являются одной из форм народного творчества, в которой деятельность по созданию художественных изделий утилитарного и (или) декоративного назначения осуществляется на основе коллективного освоения и преемственного развития традиций народного искусства в определенной местности в процессе творческого ручного и (или) механизированного труда [1].

Следует отметить уникальную особенность предприятий народных промыслов: они не просто ведут

экономическую деятельность, они служат хранителями традиций, помогают поддерживать уровень социально-культурного развития. Промыслы являются достопримечательными местами, объектами культурного наследия нашей страны, а их деятельность регулируется Федеральным законом от 25.06.2002 № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации».

Ввиду вышесказанного считаем целесообразным рассматривать народные художественные промыслы с нескольких точек зрения, исходя из их сущности:

- **как отрасль промышленного производства.** Согласно законодательству к НХП относятся организации (юридические лица) любых организационно-правовых форм и форм собственности, изделия народных промыслов которых, в объеме отгруженных (подлежащих реализации путем поставки или иной продажи либо обмена) товаров собственного производства (работ, услуг, выполненных, оказанных своими силами), по

Научный руководитель: **Плисецкий Е. Л.,** доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой «Региональная экономика и экономическая география».

данным федерального государственного статистического наблюдения за предыдущий год, составляют не менее 50%. Кроме того, мастер НХП вправе осуществлять свою деятельность в качестве индивидуально-предпринимателя без образования юридического лица [1]. Подчеркнем, что основной задачей деятельности организаций НХП является сохранение, возрождение и развитие традиций народных художественных промыслов;

• **как часть национальной культуры.** НХП являются частью народного искусства, традиционной культуры, сохраняющей духовные ценности народа, его историческую память. Это национальное достояние нашей страны. Они несут не только утилитарную функцию, но удовлетворяют культурные, эстетические потребности, а также потребность сопричастности традициям своего народа, его ценностям, самоидентификации индивида как части исторического, родового общества.

Помимо всего прочего, НХП могут являться фактором формирования кластера в сфере специфического этнического туризма в значительной части субъектов Российской Федерации. Посещение таких объектов окажет содействие в сохранении и популяризации НХП как культурного наследия нашей страны за счет демонстрации их художественной ценности, значения в формировании национального самосознания.

К сожалению, отрасль народных промыслов переживает сейчас не лучшие времена. С 1990 г. были закрыты более 140 предприятий НХП по всей стране (в том числе кружевоплетение в Кировской области, воронежское, ивановское и карсунское ручное художественное ткачество, хлудневская глиняная игрушка и т. д.). При этом выпуск продукции и численность работников в среднем по оставшимся предприятиям сократились более чем в 15 раз.

Негативные тенденции во многом сохраняются и в настоящее время: ежегодное сокращение объемов производства и численности занятых составляет около 10–20%, причем почти 2/3 предприятий находятся на грани банкротства [2]. Только за последний год было закрыто около 70 предприятий НХП [3]!

В современном мире туризм является одним из самых прибыльных видов бизнеса, по своему вкладу в мировую экономику рынок туристических услуг можно сопоставить только с сырьевым рынком. При этом ежегодный рост инвестиций в индустрию туризма составляет около 35% [4].

В последние годы все настойчивее заявляет о себе этнографический туризм, включающий знакомство с местными обычаями, архитектурой, фольклором, а также традиционными видами производства, ярким примером которых и являются НХП – один из эффек-

тивных способов капитализации культурного и исторического потенциала нашей страны.

О возможностях этнотуризма можно судить по опыту Канады. В стране очень активно развит так называемый «аборигенный туризм», основанный на кластерах, объединяющих туристические маршруты, отели и кемпинги с «аборигенной» спецификой, рестораны национальной кухни в индейских резервациях, культурные центры, интерактивные музеи-деревни и торговлю сувенирной продукцией с тотемными образами. Индустрия этнотуризма в Канаде оценивается примерно в 270 млн долл. США и обеспечивает занятость коренного индейского населения в отрасли порядка 14–16 тыс. человек [5].

Формирование на базе предприятий народных художественных промыслов туристических кластеров объективно будет способствовать улучшению экономической ситуации в регионах и в стране в целом. В свою очередь, сохранение и популяризация НХП как объектов культурного наследия нашей страны также сможет оказать позитивное влияние на развитие туристического рынка региона в целом.

Например, в проекте «Стратегия развития народных художественных промыслов до 2020 г.» предлагается обеспечить интеграцию НХП в индустрию туризма. Сделать этого планируется за счет создания специализированных туристических комплексов (а фактический – туристических кластеров) в местах традиционного бытования НХП и включения этих мест как объектов показа в туристические маршруты, предлагаемые туроператорами в рамках внутреннего и въездного культурно-познавательного туризма [6].

В настоящее время из 64 мест традиционного бытования НХП на основе семи уже созданы специализированные туристические комплексы, включающие объекты размещения, питания, торговли изделиями НХП, автопарковки и т. п., т. е. с полной инфраструктурой; на основе восьми – с неполной туристической инфраструктурой [6]. Получается, что 76% мест традиционного бытования НХП еще не задействованы в качестве туристических объектов, а значит, обладают потенциалом для создания кластеров.

В качестве успешного примера создания туристического кластера можно привести работу закрытого акционерного общества «Хохломская роспись», на территории которого открыт музейный комплекс и регулярно проводятся масштабные фестивали, благодаря чему поток туристов только за 2013 г. увеличился на 15% и достиг 15 тыс. человек [7].

Итак, предприятия НХП как объекты культурного наследия могут войти в состав формирующихся кластеров в сфере специфического этнического туризма. Посещение таких объектов окажет содействие сохра-

нению и популяризации НХП как культурного наследия нашей страны за счет демонстрации их художественной ценности, особой роли в формировании национального самосознания.

Не стоит забывать, какую роль в формирующихся туристическо-рекреационных кластерах может сыграть продукция НХП. Действительно, изделия народных умельцев являются прекрасными сувенирами. Причем реализацию такой продукции необходимо наладить не только для посетителей непосредственно самого предприятия. Именно региональная продукция, в том числе НХП, должна стать основой сувенирного рынка региона, потому что туристы, приобретающие такую продукцию, увозят с собой не просто изделия НХП. Для туристов такие предметы становятся неразрывно связанными с полученными впечатлениями, с представлением о самобытной культуре народа, с местными традициями и образом жизни, о которых удалось узнать. Таким образом, изделия НХП могут быть использованы для создания устойчивых ассоциативных связей, на основе которых в перспективе может быть основано построение регионального бренда.

Действительно, продукция народных промыслов (таких, например, как Гжель, Хохлома, Палех и др.) является своеобразной визитной карточкой не только муниципальных образований, но и ряда регионов, и даже страны в целом. НХП обладают огромным потенциалом для формирования устойчивого позитивного имиджа региона, что может быть использовано для реализации маркетинговых программ по развитию туристическо-рекреационных кластеров. Однако для достижения этой цели необходимо привлечение высококлассных специалистов: маркетологов, культурологов, историков, психологов, экономистов и др.

НХП могут стать базой для маркетинга территорий, набирающего сейчас все большую популярность. Главная его цель состоит в повышении притягательности определенных мест для потребителей, как юридических (организаций, инвесторов и т. д.), так и физических лиц (туристов, жителей, работников и т. д.). При этом в качестве основных задач обычно рассматривается привлечение инвесторов, высококвалифицированных специалистов и усиление степени идентификации граждан с территорией своего проживания. Достичь этого можно, последовательно повышая узнаваемость товаров местного производства (например, изделий НХП), которые бы стойко ассоциировались у потребителей с высоким качеством и престижностью, т. е. брендов региона. Наличие таких брендов позволяет обеспечить узнавание региона, демонстрацию его преимуществ, сформировать вокруг него дружественную общественную среду.

Товары предприятий НХП можно использовать для создания брендов территории, что положительно скажется на имидже региона в целом.

Одним из инструментов улучшения имиджа территории и повышения ее конкурентоспособности является маркетинг достопримечательностей (например, культурно-исторических объектов, природных ресурсов, известных личностей, событий и т. д.). А значит, для вышеобозначенных целей можно использовать не только производимую в регионе продукцию, но и потенциальные возможности, которые открываются при рассмотрении НХП как туристического объекта.

Решая вопросы интеграции НХП в состав туристическо-рекреационных кластеров, следует обратить особое внимание на развитие их не только как направления экономической деятельности, но и как части национальной культуры.

Действительно, с одной стороны, это сфера производства, с другой – основанная на применении творческого, преимущественно ручного, труда художников и мастеров. Изделия НХП несут на себе отпечаток национального колорита, это часть русской культуры, формирующая имидж как отдельных регионов, так и страны в целом. Такие предприятия не просто ведут экономическую деятельность, они являются хранителями традиций, помогают поддерживать уровень социально-культурного развития.

Изделия НХП не относятся к товарам первой необходимости. Наряду с утилитарной функцией они прежде всего удовлетворяют эстетические потребности населения, а также потребность в национальной и региональной самоидентификации, в приобщении к традиционной культуре, самовыражении и т. д. В связи с этим необходимо сохранить художественный уровень существующих НХП, а также предметы промыслов, являющиеся выдающимися произведениями народного искусства. Представляется, что включение организаций НХП в состав туристическо-рекреационных кластеров будет содействовать решению этой задачи.

Сегодня основная цель большинства организаций – извлечение прибыли. Однако, учитывая традиционные особенности функционирования НХП, необходимо признать, что эффективность их деятельности прямо зависит от степени и направленности государственного влияния и содействия.

Создание такого рода туристических кластеров может иметь разнообразные положительные последствия для региона.

Например, известно, что 26% от общего числа населения России или 37,5 млн человек являются сельскими жителями [8]. При этом три четверти населения сел и деревень находятся за гранью элементарного фи-

зического выживания. Получается, что экономическая устойчивость и социальная развитость таких территорий становятся важным условием стабильности и безопасности всего государства. Создание туристических кластеров может стать дополнительным подспорьем для улучшения уровня жизни местного населения.

Во-первых, развитие туризма помогает диверсифицировать аграрный сектор, прежде всего повышая эффективность деятельности малых форм хозяйствования. Во-вторых, у сельскохозяйственных работников появляется возможность дополнительного заработка в непроизводственный сезон, расширяется сфера приложения труда сельского населения. В-третьих, народные промыслы позволяют рационально использовать потенциал природных сырьевых ресурсов, часто используя отходы местной промышленности. В-четвертых, при благоприятном стечении обстоятельств происходит переход от надомного труда к форме предпринимательства. В-пятых, промыслы создают дополнительные рабочие места для высвободившихся в результате сокращения сельхозпредприятий рабочих, позволяя снизить уровень безработицы и бедности.

Отметим также, что развитие туристических кластеров поможет решить проблемы занятости населения, в том числе молодежи и женщин, социальной адаптации людей с ограниченными возможностями. Положительным примером может служить опыт Республики Алтай, где службой занятости были организованы курсы обучения традиционным народным промыслам для безработных женщин [9].

Формирование туристических кластеров на базе предприятий НХП может положительно сказаться на повышении конкурентоспособности региона через повышение уровня жизни населения за счет увеличения уровня занятости и создания новых рабочих мест, а также повышения уровня квалификации работников. Особенно это актуально для сельских жителей, основная деятельность которых носит ярко выраженный сезонный характер. Привлечение временно свободных трудовых ресурсов в работу туристического сектора позволит более равномерно использовать их в течение года и увеличить уровень доходов. Еще раз подчеркнем возможность вовлечения социально незащищенных слоев населения в экономическую деятельность, улучшения эмоционально-психологического климата в регионе в целом. Закономерным следствием вышеперечисленных условий должно стать повышение налогооблагаемой базы, а значит, и увеличение доходов региона.

В заключение отметим, что для успешной интеграции НХП в состав туристических кластеров должна быть выстроена продуманная организационная систе-

ма, объединяющая государственные, частные и общественные институты. В ней должны быть представлены как собственно предприятия НХП (или организации, их объединяющие), туристические организации, органы государственной власти, так и специалисты в области маркетинга, художники, эксперты в области туризма. При этом региональные органы власти смогут выполнять функции по координации и управлению туристическо-рекреационными кластерами, согласовывая общее направление деятельности таких институтов с региональными целями развития и имеющимися в наличии ресурсами, а также увязывая их работу во времени и пространстве.

## Литература

1. Федеральный закон от 06.01.1999 № 7-ФЗ «О народных художественных промыслах». Электронный ресурс (некоммерческая интернет-версия «КонсультантПлюс»). URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?base=LAW&n=139788&req=doc> (дата обращения: 30.05.2014)
2. Породина С. В. Организационно-экономический механизм развития народных художественных промыслов: дис. ... канд. экон. наук. Нижний Новгород, 2011. 164 с.
3. Доклад председателя правления «Ассоциации народные художественные промыслы России» на XXIX конференции Ассоциации. Электронный ресурс (официальный сайт «Ассоциации народных художественных промыслов России»). URL: <http://www.nkhp.ru/docs/dokladXXIX.doc> (дата обращения: 18.04.2014).
4. Защита культурного и исторического наследия и регенерация городской среды. Электронный ресурс (официальный сайт проекта «Российский дом будущего»). URL: <http://www.rusdb.ru/gorod/expo-cultnasledie/culture/> (дата обращения 30.05.2014)
5. Чижкова О. Потенциал российских регионов в плане этнотуризма просто огромен: Ежедневная электронная газета Российского союза туристической индустрии «RATA-news». 2011. 30 сентября. Электронный ресурс. URL: [http://www.ratanews.ru/news/news\\_30092011\\_3.stm](http://www.ratanews.ru/news/news_30092011_3.stm)
6. Министерство промышленности и торговли Российской Федерации, Департамент лесной и легкой промышленности, общество с ограниченной ответственностью «Этнокультура». Проект «Стратегия развития народных художественных промыслов до 2020 года». Электронный ресурс (официальный сайт «Ассоциации народных художественных промыслов России»). URL: <http://www.nkhp.ru/docs/strateg.doc> (дата обращения: 26.05.2014).
7. По материалам XXIX конференции ассоциации «Народные художественные промыслы России».
8. Федеральная служба государственной статистики. Предварительная оценка численности населения на 1 января 2014 года и в среднем за 2013 год. Электронный ресурс. URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/demo/PrPopu.xls](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/demo/PrPopu.xls) (дата обращения: 20.03.2014).
9. Безработные осваивают народные промыслы // Официальный интернет-портал Республики Алтай. 2008. 30 апреля. Электронный ресурс. URL: <http://www.altai-republic.com/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=5652> (дата обращения: 31 марта 2014).