

Shapkin V.V., doctor of pedagogical sciences, professor, leading researcher of the Research institute of traditional artistic crafts, Higher school of folk arts (academy), 191186, Saint-Petersburg, Griboeydov canal embankment, 2, liter A, e-mail: vshapkin@mail.ru

An artist of traditional applied arts and folk crafts in the conditions of the modern labor market

Abstract: The article considers the specifics of the production of traditional Handicrafts, professional qualification requirements for employees of this industry and discusses the structure of the introduced professional standard for manufacturers of decorative and applied arts. The results of an empirical study of the professional career of lace-making artists are analyzed.

Keyword: features of production of applied arts and crafts products, professional qualification requirements for artists of decorative and applied arts, professional career of lace-making artists.

Some time ago a Russian newspaper published a material by V. Dvoeglazov about the souvenir market of the cities of the Silver Ring such as Veliky Novgorod, Pskov, Izborsk, Veliky Ustyug etc. [1, p. 13]. The article's refrain is encouraging: the works of Russian craftsmen have begun to displace Chinese consumer goods from the souvenir market. There are still many problems with the production and sale of traditional applied arts and folk crafts. Let us try to figure out what these difficulties are.

Let us look at the problem of preserving and developing traditional arts and crafts in Russia more broadly taking into account not only their role in preserving the identity of Russian culture but also from the standpoint of the place of the decorative and applied arts artist in the modern industrial labor market. It should be noted that little attention has been paid to this issue in scientific publications. On the one hand, this is due to the small market share of handicrafts; on the other hand, to the multi-operability of the manufacturing process of such products accompanied by a large proportion of manual labor [2, 5]. A marketing approach to the study of the labor market of folk arts and crafts is proposed in the work of D.A. Shevchenko [6]. The historical perspective of the realization of S.V. Lebedev's handicrafts is interesting [4].

The method of single production is most often used among the general economic methods in the production of products of traditional applied crafts. This type is characterized by a limited assortment and a small volume of production of identical products which are often non-repeating. Workplaces at such enterprises do not have deep specialization workers who are highly qualified. There is a large amount of manual creative work, high labor intensity of product, a long production cycle of product manufacturing [3]. This necessitates subsidized state support for this sub-sector of the national economy.

At the turn of the XIX – XX centuries the Government of the Russian Federation is taking a number of measures to ensure the conditions for the preservation, revival and development of folk arts and crafts. Targeted programs for their development are being implemented, tax and fee benefits are being introduced and the procedure for procurement and purchase of raw materials is regulated. In 1999 the law of the Russian Federation "On Folk Art Crafts" has adopted the criteria for classifying legal entities and individual entrepreneurs as enterprises of folk art crafts. These crafts are being introduced as a system of activity of expert councils in the field with the rights to approve artistic samples of handicrafts of recognized artistic merit that is being formed.

The taken measures influenced the dynamics of the development of folk arts and crafts. By the end of the first decade of the XXI century the total output of enterprises amounted according to the Ministry of Industry and Energy to more than 8800 million rubles (excluding small businesses).

More than 60% of folk arts and crafts enterprises were unprofitable or low-profit in 2019 [5, p. 3]. The largest percentage of people employed during this period was in enterprises producing stitched products (25.2% of the total number of people employed in the field of folk arts and crafts), the smallest was in the production of artistic products made of bone and horn (0.2%) and lacquer miniature painting (0.25%) [2, p. 82].

It can be noted that according to 2018-2019 textiles had the highest weight (13%), metal products took the second place (11%), ceramics took the third place (7%) with regard to the commodity segments of the Russian market. According to industry analysts changes in the commodity structure are not expected in the near future [5, p. 19].

The specifics of labor in the production of handicrafts determine the differences in the structure of the employed people (table 1).

Table 1.
Comparison of the structure of industrial and production personnel by industry and arts and crafts, 2005 (%) [2, p. 89]

	<i>By industry</i>	<i>By artistic crafts</i>
All industrial and production personnel including	100	100
Workers	80,0	92,0
Students	0,0	0,8
Managers	11,8	5,0
Employees	3,6	1,2
including junior service personnel	1,5	1,0
Others	3,1	0

All categories of employees of folk arts and crafts' enterprises are divided by types of production each of which provides for a number of professions including in turn a group of specialties. A specialty is a type of activity within a given profession that has specific features and requires additional knowledge and skills from the employee. New professions and specialties are emerging along with the death of old

ones due to the development of the division of labor and the creation of new or changing the technology of existing types of production.

The normative document defining the requirements for qualified workers, employees of specific professions and specialties is the Unified Tariff and Qualification Directory of jobs and Professions of Workers was introduced by the Ministry of Labor of Russia. For folk arts and crafts. This is Unified Tariff and Qualification Directory issue No. 61. The collection summarizes 12 types of productions of folk arts and crafts including the production of papier-mache art products with miniature paintings the production of art products made of bone and horn etc. Professions in the soft group of products (lace weaving, embroidery, carpet weaving, fabric painting) are published in the Unified Tariff and Qualification Directory branch reference books on light industry (issues No. 40, 46, 50). The total number of professions related to folk arts and crafts and included in the Unified Tariff and Qualification Directory is more than 120.

Since 2014 a system of professional standards has been introduced in Russia. To date there are more than 1000 approved standards. The professional standard covers the entire group of jobs within the profession describing it in terms of "generalized labor function", "labor function" and "labor action". Each generalized labor function corresponds to two or more labor functions qualitatively defined by a list of necessary knowledge and skills. One or more specialties are associated with each generalized labor function.

There is one standard among the professional standards approved by the Ministry of Labor of the Russian Federation in the field of traditional applied art. The standard includes three generalized labor functions: 1) Design, manufacture and implementation of artistic design solutions; 2) Manufacture of artistic products in the traditions of folk crafts; 3) Restoration of works of art.

The bearers of the profession are a graphic designer, a specialist in lacquer miniature, a specialist in art painting on metal ceramics and glass, a specialist in jewelry in the field of precious metals and stone, a restorer of decorative and applied art. All specialties assume that the employee has a diploma of secondary vocational education.

Firstly, the introduced professional standard does not cover a large group of workers producing products of traditional artistic crafts such as manufacturers of bone products, lace makers, embroiderers, fabric painting artists etc. Secondly, the specified standard does not correspond sufficiently with the Federal State educational standards of secondary vocational education in the direction of 54.02.00 Decorative and applied arts and folk crafts.

What features of the modern labor market of artists does the above-mentioned specifics of the traditional applied art industry lead to? We will indicate the most significant of them:

- a limited number of enterprises specializing in the production of handicrafts;
- the long duration of the manufacturing process and accordingly the slow movement of working capital;
- problems with the pricing of handicrafts;
- a significant number of fakes on the market of handicrafts;

- the lack of adaptation of the content of educational standards of secondary vocational and higher education to the requirements of the market environment, insufficient training of graduates of professional educational organizations for self-employment and teaching;

- insufficiently effective state policy for the preservation and development of folk arts and crafts.

Let us illustrate what has been said by the example of the professional career of masters of artistic lace weaving (based on the materials of our study conducted jointly with graduate student S. Ananyeva in 2019). The study included a survey and interviewing 50 lace makers most of whom live in places of traditional existence of this folk art craft. It showed that almost all of them possess different techniques of lace weaving and do not lean towards one traditional type of lace weaving making their own author's lace. Half of the respondents have secondary vocational education in the profession of "lace maker".

The sale of their own products is the main source of income for only 18% of respondents. 10% of the total number of respondents have their own online lace stores on Instagram, Vkontakte. For 20% of the respondents the main way of earning money is teaching lace weaving and selling products is a source of additional income and a way of self-realization. A significant part of the respondents reported that teaching may become or has already become their main professional activity because it brings a stable income and allows you to confidently plan your life. The realization of such a trend leads respondents out of the market of folk arts and crafts.

An analysis of the answers regarding the demand for types of lace products in the modern world shows the stable popularity of various accessories and small lace inserts in clothes which is largely due to the large time spent on manufacturing complex products and the high price of bobbin lace. Relatively inexpensive and quick-to-make items are being sold well, e.g. brooches, necklaces, earrings, collars, inserts into clothes, hats, mitts, ties, lace covers for notebooks and documents. Also souvenir gift items are popular (for example, small napkins) and motifs for seasonal holidays such as Christmas decorations, horoscope symbols, Christmas angels, Easter symbols etc.

Many respondents indicated that they needed commercial knowledge and skills much more than the direct skill to weave and draw patterns as for the skills necessary for successful professional activity in the field of creating and selling bobbin lace products. These competencies are the ability to run social networks design online stores, send parcels anywhere in the world as well as an understanding of how to effectively and profitably advertise their products, how to create an author's brand. Many pointed out the importance of being able to photograph their products professionally. Sewing and modeling skills were also often mentioned because many customers want to see unique lace on equally unique clothes made especially for them and not according to a ready-made pattern and for large orders of one-piece garments this is especially important.

As the result, the analysis of the questionnaires shows that the lace artist today is an entrepreneur, a designer of his own brand, an SMM specialist, a fashion designer and a fashion photographer. The very structure of the market for the sale of

unique handmade products disposes to possess a wide range of tools to overcome competition and promote their products. This conclusion is applicable to most specialties in the field of folk arts and crafts. The data obtained by analytical agencies show that many manufacturers are poorly represented on the Internet. According to expert, estimates remote channels account for only about 2% of all retail sales [5]. It is expected that in the near future digital channels will occupy a key place in the marketing infrastructure of the industry.

In conclusion, we note that there is a steady increase in interest in folk art reflecting the life culture and identity of the peoples of the world and the emergence of the most attractive products on this basis all over the world. According to the analysis of data from a number of studies conducted by analytical agencies the following categories of consumers of handicrafts can be distinguished [5, p. 12]:

- foreign tourists and delegations who purchase as a rule souvenirs and traditional handicrafts of the lower and middle price segments;
- domestic tourists who purchase mainly souvenirs of the middle and lower price segments;
- collectors who purchase locally and abroad as a rule high-quality traditional products with artistic value;
- local buyers of various handicraft products of the middle and lower price segments who purchase mainly goods for home decoration.

References

1. Dvoeglazov V. Biznes na sharkunkax / V. Dvoeglazov // Rossijskaya gazeta. – 2019. – 19 noyabrya. – (№ 260). – S. 13.
2. Ismajlova M. S. Narodny`e xudozhestvenny`e promy`sly` : finansovo-ekonomicheskoe polozhenie predpriyatij / M. S. Ismajlova. – Tekst e`lektronny`j // Nauchny`e zapiski molody`x issledovatelej. – Moskva, 2023. – № 11 (1). – S. 13-20. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/narodnye-hudozhestvennyye-promysly-finansovo-ekonomicheskoe-polozhenie-predpriyatij/viewer> (data obrashheniya: 03.04.2024).
3. Kovrigina V. M. E`konomika, organizaciya i planirovanie dekorativno-prikladnogo iskusstva i narodny`x xudozhestvenny`x promy`slov : [uchebnik dlya uchilishh prikladnogo iskusstva i xudozhestvenno-promy`shlenny`x uchilishh]. – Moskva : Vy`sshaya shkola, 1986. – 280 s.
4. Lebedev S. V. Rasprostranenie izdelij narodny`x xudozhestvenny`x promy`slov / C. V. Lebedev. – Tekst e`lektronny`j // Mir nauki, kul`tury`, obrazovaniya. – Gorno-Altajsk, 2019. – № 1 (74). – S. 295-298. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rasprostranenie-izdeliy-narodnyh-hudozhestvennyh-promyslov/viewer> (data obrashheniya: 03.04.2024).
5. Sedy`x I. A. Ry`nok narodno-xudozhestvenny`x promy`slov / I. A. Sedy`x ; Vy`sshaya shkola e`konomiki, Nacional`ny`j issledovatel`skij universitet, Institut «Centr razvitiya». – Tekst e`lektronny`j. – Moskva : VShE`, 2021. – 55 s. – URL: https://dcenter.hse.ru/data/2021/09/15/1472121216/Ry`nok_narodno-xudozhestvenny`x_promy`slov-2021.pdf. (data obrashheniya: 06.04.2024).

6. Shevchenko D. A. Marketing narodno-xudozhestvenny`x promy`slov / D. A. Shevchenko. – Tekst e`lektronny`j // Prakticheskij marketing. – Moskva, 2017. – № 9 (247). – S. 3-6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-narodno-hudozhestvennyh-promyslov/viewer> (data obrashheniya: 05.04.2024).

Архангельская О.В., кандидат педагогических наук, начальник научно-исследовательского отдела, Институт традиционного прикладного искусства – Московский филиал ФГБОУ ВО «Высшая школа народных искусств (академия)», 115573, г. Москва, ул. Мусы Джалиля, 14, корп. 2, e-mail: chaika_olga@list.ru

Arkhangelskaya O.V., Candidate of Pedagogical Sciences, Head of the Research Department, Institute of Traditional Applied Arts – Moscow Branch of the Higher school of folk arts (academy), 115573, Moscow, Musa Dzhaliya st., 14, bldg. 2, e-mail: chaika_olga@list.ru.

Использование практико-ориентированного подхода для формирования исследовательских умений в преподавании дисциплины «Экономика и менеджмент в народных художественных промыслах»

The use of practice-oriented approach to the formation of research skills in teaching the discipline «Economics and Management in Folk Arts and Crafts»

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты практико-ориентированного подхода формирования исследовательских навыков в процессе проведения студенческих исследований в области маркетинга и менеджмента в традиционных художественных промыслах. Определены задачи возможных исследований профессиональной направленности, представлены возможные технологии и методики проведения маркетинговых исследований, осуществлен отбор вопросов для анкетирования. Проанализированы результаты анкетирования, составлен «портрет потребителя» изделий традиционных художественных промыслов в сравнении с имеющимся «портретом», подготовленным Минпромторгом России в 2016 году.

Ключевые слова: исследовательские умения и навыки, практико-ориентированный подход, экономика, менеджмент, традиционные художественные промыслы, художественная вышивка, маркетинговые исследования, индивидуальный предприниматель, портрет потребителя, платформы для онлайн-опросов.

Abstract. The article deals with theoretical and practical aspects of practice-oriented approach to the formation of research skills in the process of conducting student research in the field of marketing and management. The tasks of possible research of professional orientation from a theoretical point of view are defined, possible technologies and methods of marketing research are presented, the selection of questions for questionnaires is carried out. The results of the questionnaire are analyzed, the «portrait of the consumer of traditional arts and crafts products» is compiled in comparison with the available "portrait" prepared by the Ministry of Industry and Trade in 2016.

Keywords: research skills, practice-oriented approach, economics, management, traditional crafts, artistic embroidery, marketing research, individual entrepreneur, consumer portrait, online survey platforms.

Практико-ориентированный подход рассматривался в теории педагогики как возможность подготовки к профессиональной деятельности студентов. И.М. Буслаевой практико-ориентированный подход исследуется в социально-экономической подготовке [2, с. 25]. Работодатели заинтересованы в специалистах, знакомых с производством, овладевших за период обучения профессиональными навыками, сформировавших компетенции. В действующем Федеральном государственном образовательном стандарте высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 54.03.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы (2020 г.) отмечается, что в рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности, одна из которых – научно-исследовательская в области одного из видов традиционных художественных промыслов [5]. При этом студент будет «способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач» [5, с. 8].

Практико-ориентированный подход предполагает освоение образовательной программы в условиях, приближенных к реальному производству, способствует развитию навыков исследовательской работы в конкретных профессиональных направлениях.

Специфика традиционных художественных промыслов определяет особенности деятельности, в которой необходимость сохранить, проанализировать, дать новую интерпретацию использования исторических материалов и технологий, соответствующих современным вызовам, является важной составляющей профессионализма.

В Высшей школе народных искусств С.Ю. Камневой и Е.В. Сайфулиной разработаны вопросы, связанные с реализацией практико-ориентированного подхода обучения в области художественной вышивки. Так, С.Ю. Камнева рассматривала проектную деятельность как форму организации практико-ориентированной подготовки в выпускных группах студентов высшего образования [3]. Е.В. Сайфулина исследовала понятие готовности к инновационной профессиональной деятельности, которая отражает уровень создаваемых проектов, «обеспечивает интеллектуальную профессиональную самореализацию; способствует не только адаптироваться к изменениям в содержании профессиональной деятельности в области художественной вышивки при появлении новых технологий и материалов» [6, с. 28]. Раскрыть поставленные задачи было возможно только в процессе практико-ориентированного подхода в организации обучения студентов.

Для профессионального образования организация практико-ориентированной работы студентов по дисциплине «Экономика и менеджмент в народных художественных промыслах» логично завершается исследовательскими разработками: маркетинговыми исследованиями,

перспективной работой с ассортиментом и выбором художественного изделия для выпускной квалифицированной работы.

Переход в процессе изучения дисциплины «Экономика и менеджмент в народных художественных промыслах» от теоретических знаний к прикладным аспектам дисциплины позволяет мотивированно отнестись к исследовательским задачам. Знакомые студентам термины и понятия: производство, отрасль экономики, прибыль и др. «приобретают конкретные очертания», получают связь с профессиональной деятельностью студента. Для этого студентам предлагается проведение маркетинговых исследований рынка изделий традиционных художественных промыслов: выявление основных групп потребителей, уточнение их вкусов и предпочтений; определение ценовой политики производителей на рынке и возможного ценового интервала покупок. В результате студенты должны сделать вывод: существует ли спрос на продукцию традиционных художественных промыслов и как часто приобретаются изделия?

Решение поставленных задач позволяет уточнить востребованность изделий традиционных художественных промыслов. Это требует от студентов применения полученных теоретических знаний на практике, работы с литературой, большим количеством данных, умения анализировать информацию, делать выводы, принимать управленческие решения.

При подготовке студентов к маркетинговым исследованиям рынка традиционных художественных промыслов была актуализирована визуальная схема – пирамида Маслоу. Студенты определили, что изделия, которые будут созданы в результате их трудовой деятельности, не относятся к товарам первой необходимости. Следовательно, спрос и потребность в ежедневном приобретении изделий традиционных художественных промыслов, отсутствует. Вместе с тем, изделия традиционных художественных промыслов способны удовлетворять более высокие потребности человека.

В рамках изучения теории маркетинга и подготовки к маркетинговым исследованиям, начиная с 2019 г., студенты знакомятся с такими методами проведения исследований как опрос, интервьюирование, анкетирование, наблюдение. Были изучены образцы анкет для интервьюирования покупателей организациями, реализующими на рынке изделия легкой промышленности, продукты питания, соки и др. Студенты тренировались в составлении анкет, придерживаясь общих правил по использованию прямых, кратких и однозначных формулировок, отсутствия сложной терминологии. При подготовке вариантов ответа четко формулировали его, предусматривали опцию «свой вариант ответа», оставляли место для «замечаний и предложений».

Анкетирование осуществлялось во внеурочное время, респондентами были сокурсники и люди ближайшего окружения – родственники и знакомые. Студенты выявили тенденции и закономерности, влияющие на предпочтения потребителей изделий традиционных художественных промыслов. Для решения поставленных задач, таких как выбор темы исследования, изучаемой аудитории, способа проведения и способа обработки и представления данных

маркетинговых исследований были применены дискуссия, мозговой штурм, проектная деятельность. Результаты выполненных заданий обязательно обсуждались с преподавателем, после чего презентации корректировались, обосновывались выводы и заключения.

Метод «учебная демонстрация» применялся для раскрытия содержания экономических терминов и понятий («производительность труда», «себестоимость», «калькуляция изделия» и др.); для разъяснения системы планирования, управления производством; наглядной демонстрации моделей – схем, таблиц, компьютерных имитационных игр, видеоматериалов.

В 2023 г. студенты, занимающиеся художественной вышивкой, провели маркетинговые исследования рынка изделий с вышивкой (анкетирование покупателей), используя для этого бесплатные сервисы (Google Forms, Yandex Forms), которые предлагают различные форматы вопросов: от выбора вариантов или ответа да/нет – до развернутых ответов, использования фото и видео ответов, отображения результатов в диаграммах и таблицах.

В процессе подготовки и проведения исследований была разработана анкета, содержащая не более 25 вопросов, на которые ответили 99 опрошенных (92% женщины, 8% мужчины). Приведем некоторые вопросы анкеты: что для Вас является важным при выборе одежды? Что для Вас значит покупка одежды?

Ниже представлены:

- гистограмма ответа на вопросы «Где вы чаще всего покупаете одежду» с подавляющим превосходством ответов покупателей о покупках в крупных торговых центрах (рис. 1²³);

- диаграмма ответа покупателей на вопрос «Зависит ли решение о покупке одежды от степени известности бренда?» с подавляющими ответами покупателей о безразличии к брендам (рис. 2).



Рис. 1. Гистограмма результатов опроса потребителей

²³ Рис. 1, 2, 4-10. – фото автора статьи.



Рис. 2. Диаграмма результатов опроса потребителей

Обработка ответов дает возможность с некоторой осторожностью предположить, что приобретать изделия с вышивкой клиенты могут в крупных магазинах (46% опрошенных), более 55% респондентов не обращают внимания на бренд изделия.

На вопрос «Является ли цена важным фактором принятия решения о покупке?» более 64% опрошенных заявили, что стараются приобретать одежду исходя из оправданного сочетания «цена – качество», где цена является решающим фактором.

На вопрос «Какой стиль в одежде вы предпочитаете?» 51% опрошенных ответили, что классический стиль является более привычным, хотя пользуется спросом и спортивный стиль – 26% и casual – 38% (рис. 3).

На вопрос «Хотели бы вы приобрести одежду с ручной вышивкой?» 80% респондентов ответили положительно (рис. 4).

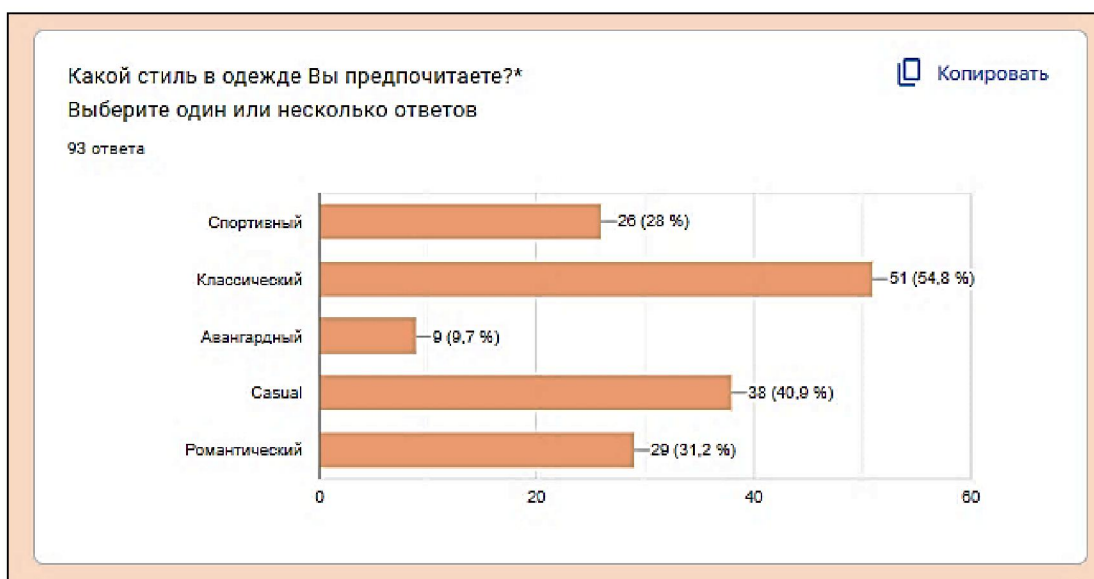


Рис. 3. Гистограмма результатов опроса потребителей



Рис. 4. Диаграмма результатов опроса потребителей

Ответы целевой аудитории на вопросы анкеты после их анализа позволяют создать портрет типичного покупателя традиционных художественных промыслов 2023 года. Как правило, для создания портрета используют вопросы четырех групп: демографические (возраст, пол), географические (регион проживания), социально-экономические (социальный статус, профессия, уровень образования) и психографические (ценности, привычки, проблемы).

Для сравнения и анализа результатов анкетирования в 2023 г. студенты использовали «Портрет покупателя народных художественных промыслов», представленный на сайте Минпромторга в 2016 г. (рис. 5²⁴).

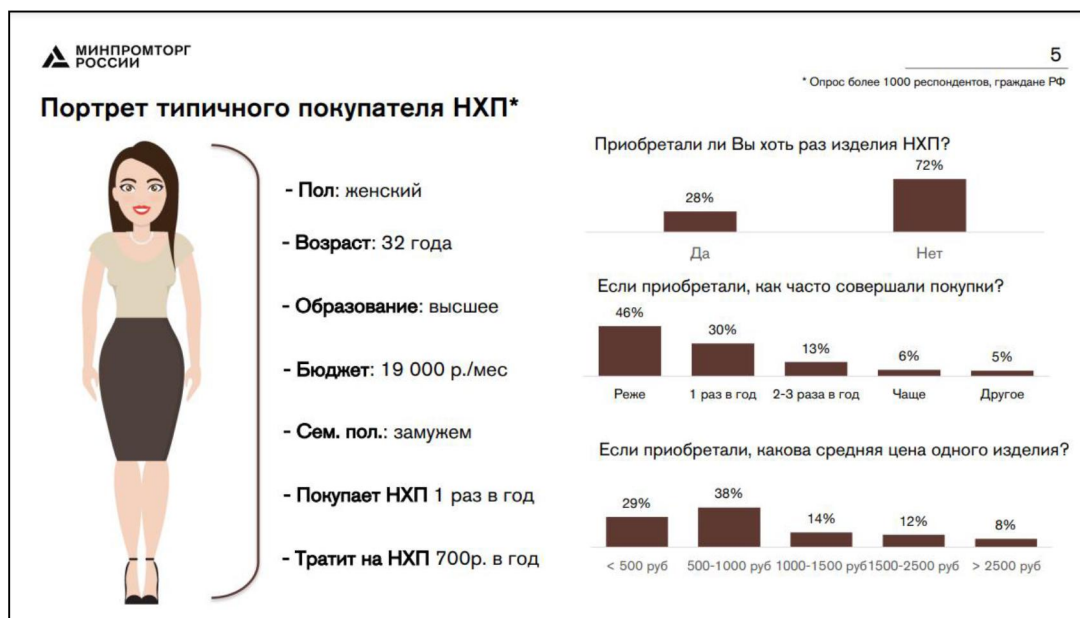


Рис. 5. «Портрет покупателя народных художественных промыслов» 2016 г.

²⁴ Рис. 3. – Отрасль народных художественных промыслов (презентация Минпромторга РФ-2018). – URL: [https://www.yarregion.ru/depts/der/Documents/Караваемов%20Николай%20Васильевич/Презентации/Отрасль%20народных%20художественных%20промыслов%20\(презентация%20Минпромторга%20РФ-2018\).pdf](https://www.yarregion.ru/depts/der/Documents/Караваемов%20Николай%20Васильевич/Презентации/Отрасль%20народных%20художественных%20промыслов%20(презентация%20Минпромторга%20РФ-2018).pdf) (дата обращения: 03.05.2024).

Представленная Минпромторгом информация 2016 года о типичном покупателе изделий народных художественных промыслов – женщина 32 лет с семейным бюджетом 19 тысяч рублей (по уровню цен 2016 г.). Покупки изделий традиционных художественных промыслов совершает один раз в год. Предполагаемая сумма покупки около 700 рублей (по ценам 2016 г.).



Рис. 6. «Портрет» покупателя изделий традиционных художественных промыслов 2023 г. (художественная вышивка)»

Эта обобщенная информация не предполагает, что все покупатели – женщины, но позволяет более детально изучить среднестатистического покупателя. Для производителя товара данная информация является ценной при выборе ассортимента и ценовой политики.

Проведенные исследования позволили студентам представить «Портрет покупателя изделий традиционных художественных промыслов (профиль художественная вышивка) 2023 г.» (рис. 6). Это женщина в возрасте 25-30 лет, с размером одежды 40-48. Данная возрастная

группа покупательниц выбирает комфортную одежду; 64,5% делают покупки соизмеримо со своим бюджетом; 80% хотели бы приобрести одежду с использованием ручной вышивки. Сравнив с данными 2016 г. можно сделать вывод, что потенциальный «покупатель» помолодел, доходы позволяют ему приобретать товары в больших торговых центрах. «Покупатель» имеет представление о возможности приобретать изделия с вышивкой, отдает предпочтение не только классической одежде, но и casual (38%), спортивному стилю (26% респондентов). За эти семь лет увеличился уровень дохода, расширился ассортимент изделий на рынке традиционных художественных промыслов.

Помощь в определении актуального ассортимента одежды с вышивкой оказали практические работы «Принятие управленческих решений» раздела «Менеджмент» курса дисциплины «Экономика и менеджмент в народных художественных промыслах». На теоретическом занятии были рассмотрены технологии «принятия решений», «выбора».

Простейший способ принятия решения предполагал использование ограничений и критериев с перечнем предлагаемых вариантов решения вопроса. Студенты принимали управленческое решение в отношении спроса на изделия с художественной вышивкой. Необходимо было выбрать те изделия с вышивкой, которые пользуются спросом у современного потребителя, которые умеют проектировать и вышивать студенты при

выполнении выпускной квалификационной работы. В качестве ограничений студенты выбрали: «ограничение по времени, связанное с длительностью выполнения выпускной квалификационной работы», «финансовые затраты», «востребованность, популярность у покупателей», «технические и технологические возможности».

Ассортимент изделий: скатерть с салфетками, воротник, блуза, комбинезон, платье, худи. Практическая работа позволила студентам сделать предположение, что в 2023-2024 учебном году выбор был сделан в пользу худи. Данный вид изделия получил положительную оценку: на изготовление требуется меньше времени, достаточно экономно расходуются ресурсы при производстве, что делает изделие более прибыльным для производителя. Худи с вышивкой актуально для современного покупателя, что обеспечивает стабильный спрос. По результатам исследований студенты пришли к заключению что худи является востребованным ассортиментом и представили фор-эскизы к своим проектам.

В настоящее время три выпускника работают по этим эскизам и уже готовят вышитые изделия для выпускной квалификационной работы (рис. 7, 8). Одна из идей получила творческую и технологическую переработку и превратилась в тонкую и кропотливую работу на стыке ручной и машинной вышивки (рис. 9, 10).



Рис. 7. Перфилова Х. Фор-эскиз худи



Рис. 8. Перфилова Х., вышитый элемент изделия

Как отмечали экономисты школы Л.И. Абалкина «индивидуализация потребительского спроса способствуют деконцентрации производства, обуславливают изменение размерности предприятий, и наблюдается нечто вроде ренессанса мелкого и среднего бизнеса, особенно в сфере услуг» [1, с. 64]. Следовательно, чрезвычайная динамичность внешней среды на рынке заставляет выпускников вуза адаптироваться к последствиям внедрения

научно-технического прогресса и росту конкуренции на рынке традиционных художественных промыслов, наблюдается тенденция востребованности в специалистах способных самостоятельно вести свой бизнес.



Рис. 9. Селютина Ю. Фор-эскиз худи



Рис. 10. Селютина Ю. Вышитый элемент изделия

Практико-ориентированный подход при изучении дисциплины «Экономика и менеджмент в народных художественных промыслах», усиленный исследовательскими умениями, способствует вхождению студентов в самостоятельную профессиональную деятельность, принятию рациональных решений, служащих основой совершенствования профессиональных качеств. Как подчеркивает В.Ф. Максимович, «это обеспечивается пересмотром содержания профессионального образования в каждом конкретном виде традиционных художественных промыслов, включая обучение разработке социально-экономических бизнес-планов по созданию художественно-творческих мастерских по конкретному виду традиционных художественных промыслов» [4, с. 15].

Следует отметить, что для выпускников вуза, досконально владеющих технологией художественной вышивки, усиливается важность навыков принятия управленческих решений в области маркетинговой деятельности в традиционных художественных промыслах.

По результатам использования практико-ориентированного подхода и формирования исследовательских умений в области экономики в перспективе профессиональное поведение студентов – будущих специалистов в области художественной вышивки должно сменить стратегическое поведение, далее стратегическое планирование и в дальнейшем стратегическое управление процессом создания произведений традиционных художественных промыслов.

Литература

1. Архангельская О. В. Формирование экономической грамотности как средство начальной профессиональной подготовки учащихся лицеев: специальность 13.00.01 «Общая педагогика, история педагогики и образования»: диссертация на соискание научной степени кандидата педагогических наук / Архангельская Ольга Владимировна. – Москва, 2004. – 145 с. – Место защиты: Институт содержания и методов обучения РАО.
2. Буслаева И. М. Практико-ориентированный подход в социально-экономической подготовке учащихся как условие обучения предпринимательству: специальность 13.00.01 «Общая педагогика, история педагогики и образования»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Буслаева Ирина Михайловна; Педагогический институт ФГОУ ВПО «Южный федеральный университет». – Ростов-на-Дону: 2007. – 27 с. – Место защиты: ФГОУ ВПО «Южный федеральный университет».
3. Камнева С. Ю. Формирование проектной культуры студентов высшей профессиональной школы в области художественной вышивки: специальность 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования (педагогические науки)»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Камнева Светлана Юрьевна; Высшая школа народных искусств (академия). – Санкт-Петербург, 2013. – 22 с. – Место защиты: Высшая школа народных искусств (академия).
4. Максимович В. Ф. Традиционные художественные промыслы как востребованный тренд современной культуры / В. М. Максимович // Традиционное прикладное искусство и образование: электронный журнал. – Санкт-Петербург, 2023. – № 3 (45). – С. 10-17. – DOI 10.24412/2619-1504-2023-3-10-17. – URL: https://www.dpio.ru/stat/2023_3/2023-03-02.pdf (дата обращения: 07.06.2024).
5. Российская Федерация. Министерство науки и высшего образования. Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 54.03.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы: приказ Минобрнауки России от 13 августа 2020 г. № 1010. – Текст: электронный // ФГОС: [сайт]. – URL: <https://fgos.ru/fgos/fgos-54-03-02-dekorativno-prikladnoe-iskusstvo-i-narodnye-promysly-1010/> (дата обращения: 30.05.2024).
6. Сайфулина Е. В. Формирование готовности студентов вуза к профессиональной инновационной деятельности области художественной вышивки: специальность 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования (педагогические науки)»: диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Сайфулина Елена Витальевна; Высшая школа народных искусств (академия) – Санкт-Петербург, 2014 – 222 с. – Место защиты: Высшая школа народных искусств (академия). – URL: <http://www.vshni.ru/doc/dissaifulina.pdf> (дата обращения: 31.05.2024).

References

1. Arxangel'skaya O. V. Formirovanie e'konomicheskoy gramotnosti kak sredstvo nachal'noj professional'noj podgotovki uchashhixsya liceev: special'nost' 13.00.01 «Obshhaya pedagogika, istoriya pedagogiki i obrazovaniya» : dissertaciya na soiskanie nauchnoj stepeni kandidata pedagogicheskix nauk / Arxangel'skaya Ol'ga Vladimirovna. – Moskva, 2004. – 145 s. – Mesto zashhity': Institut sodержaniya i metodov obucheniya RAO.
2. Buslaeva I. M. Praktiko-orientirovanny'j podxod v social'no-e'konomicheskoy podgotovke uchashhixsya kak uslovie obucheniya predprinimatel'stvu: special'nost' 13.00.01 «Obshhaya pedagogika, istoriya pedagogiki i obrazovaniya» : avtoreferat dissertacii na soiskanie uchenoj stepeni kandidata pedagogicheskix nauk / Buslaeva Irina Mixajlovna ; Pedagogicheskij institut FGOU VPO «Yuzhny'j federal'ny'j universitet». – Rostov-na-Donu: 2007. – 27 s. – Mesto zashhity': FGOU VPO «Yuzhny'j federal'ny'j universitet».
3. Kamneva S. Yu. Formirovanie proektnoj kul'tury` studentov vy'sshej professional'noj shkoly` v oblasti xudozhestvennoj vy'shivki: special'nost' 13.00.08 «Teoriya i metodika professional'nogo obrazovaniya (pedagogicheskie nauki)» : avtoreferat dissertacii na soiskanie uchenoj stepeni kandidata pedagogicheskix nauk / Kamneva Svetlana Yur'evna ; Vy'sshaya shkola narodny`x iskusstv (akademiya). – Sankt-Peterburg, 2013. – 22 s. – Mesto zashhity': Vy'sshaya shkola narodny`x iskusstv (akademiya).
4. Maksimovich V. F. Tradicionny'e xudozhestvenny'e promy`sly` kak vobrebovanny'j trend sovremennoj kul'tury` / V. M. Maksimovich // Tradicionnoe prikladnoe iskusstvo i obrazovanie : e`lektronny'j zhurnal. – Sankt-Peterburg. 2023. – № 3 (45). – S. 10-17. – DOI 10.24412/2619-1504-2023-3-10-17. – URL: https://www.dpio.ru/stat/2023_3/2023-03-02.pdf (data obrashheniya: 07.06.2024).
5. Rossijskaya Federaciya. Ministerstvo nauki i vy'sshego obrazovaniya. Ob utverzhdenii Federal'nogo gosudarstvennogo obrazovatel'nogo standarta vy'sshego obrazovaniya – bakalavriat po napravleniyu podgotovki 54.03.02 Dekorativno-prikladnoe iskusstvo i narodny'e promy`sly` : prikaz Minobrnauki Rossii ot 13 avgusta 2020 g. № 1010. – Tekst : e`lektronny'j // FGOS : [sajt]. – URL: <https://fgos.ru/fgos/fgos-54-03-02-dekorativno-prikladnoe-iskusstvo-i-narodnye-promysly-1010/> (data obrashheniya: 30.05.2024).
6. Sajfulina E. V. Formirovanie gotovnosti studentov vuza k professional'noj innovacionnoj deyatel'nosti oblasti xudozhestvennoj vy'shivki: special'nost' 13.00.08 «Teoriya i metodika professional'nogo obrazovaniya (pedagogicheskie nauki)» : dissertaciya na soiskanie uchenoj stepeni kandidata pedagogicheskix nauk / Sajfulina Elena Vital'evna ; Vy'sshaya shkola narodny`x iskusstv (akademiya) – Sankt-Peterburg, 2014 – 222 s.– Mesto zashhity': Vy'sshaya shkola narodny`x iskusstv (akademiya). – URL: <http://www.vshni.ru/doc/dissaifulina.pdf> (data obrashheniya: 31.05.2024).