

МАМАДНАИМОВА НИЛУФАР ГУЛЬЗОРОВНА

*магистрант направления «Менеджмент: Смарт-маркетинг: международное развитие бизнеса» Тюменского государственного университета, г. Тюмень¹
nilufar.mamadnaimova@bk.ru*

РЫНОК ХЕНДМЕЙД-ТОВАРОВ: ПРИЧИНЫ И ОСОБЕННОСТИ РОСТА

Аннотация. В статье рассматривается понятие хейдмейд-продукции и причина роста рынка этих товаров. Производится анализ статей о взаимодействии общества и конкретного индивида с данным видом самореализации и развития творческих и культурных навыков как с точки зрения потребителя, так и производителя хендмейд-объектов.

Ключевые слова: хендмейд, творчество, самореализация, сфера услуг, потребление, многоуровневая система, социокультурное пространство.

Индустрия хэндмейда развивается быстрыми темпами последние 5 лет, что связано, с одной стороны, с приходом модных тенденций на продукты индивидуального производства, с другой стороны, с ростом площадок-маркетов, которые появляются как стартапы.

Хендмейд — это форма ручного труда, процесс, который влечет за собой результат, производственный продукт, хранящий в себе индивидуальную, интеллектуальную собственность, а также представляет собой достаточно обширную сферу, предоставляющую основной возможностью раскрытие личных навыков. Человек, сталкиваясь с данным творческим аспектом жизнедеятельности, способен раскрыть в себе большой потенциал, развить способность к рукоделию, представляет собой элемент пазла личностного контакта.

В рамках сложившейся современности достаточно важно уделять внимание не только развитию творческого потенциала, но и системе массового производств и потребления. Люди все более становятся заинтересованы в данном пространстве, предполагающем

¹ Научный руководитель: Казанцева Светлана Михайловна, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента и бизнеса, s.m.kazanceva@utmn.ru

возможность к самовыражению. Ручной труд ценится достаточно высоко, он пропитан индивидуальным видением, особой энергетикой, которую вкладывает субъект в создание объекта: быть может, это такие ресурсы, как время, денежные средства, которые необходимы для приобретения тех или иных материалов, способствующих получению желаемого и представляемого.

В последние годы большинство домовладельцев интересуются улучшением своих помещений, созданием некой индивидуальной атмосферы своего жилья. Также растет спрос на экологически чистый продукт, а все потому, что с каждым годом состояние окружающей среды ухудшается, следовательно, потребители ищут экологически чистые изделия.

Популярность таких изделий с каждым годом растет. Ремесленников ручной работы приглашают на различные выставки и не только, модные бутики предлагают купить различные аксессуары ручной работы, музеи начали продвигать ручную работу, они предлагают выставлять мастерам свои изделия в их магазинах.

Ручную работу снова начали ценить и народ потянулся творить и создавать своими руками уникальные изделия.

Хендмейд-пространство воплощает в себе элементы развития коммуникативных навыков, которые также способствуют формированию товарно-денежных отношений, раскрытию личностного потенциала, зачастую, посредством спроса на ручную работу. Таким образом и происходит расширение социокультурного пространства жизни каждого индивида.

В первую очередь преобладает позиционирование как хороший источник социокультурного пространства. Остановимся именно на нем. В рамках статьи А.М. Сиюховой, Е.Н. Базалиной и А.А. Кубовой [4] было проведено исследование, основывающееся на особенностях ресурса социальной культуры, где как раз-таки достаточно востребованным объектом выступает хендмейд. Общество выражает острую потребность в подъеме культурной составляющей и расширении сфер для самореализации, внедрении их в массовые пространства, ведь напрямую благополучие общественности зави-

сит от уровня их развития и непосредственной доступности к личностному росту, раскрытию творческого зародыша. Данная сфера способна сплотить людей, имеющих общий интерес и потребность к производству ручных изделий, также это подразумевает вероятность кооперации, объединения, содержащего в себе основную цель построения бизнес-пространства, основанного на любимом хобби или привлекательном занятии, которым и будет как раз-таки являться хэндмейд. Он направляет человека относительно раскрытия личной идентичности. Основная мысль о позиционировании хэндмейда заключается в том, что сфера представляет собой источник развития личности и в целом людского общества, а также экономических отношений [4].

М.О. Господинко в своей работе устанавливает акцент на том, что предметы, которые изготавливаются по индивидуальному заказу, подразумевают собой абсолютно кропотливый и качественный труд, нежели объекты, изготавливаемые в рамках массового производства, потому хэндмейд и является востребованным [1]. Еще с древних времен ручной труд представлял собой сложную работу, требующую максимальной концентрации. Желание изобразить или воспроизвести в жизнь представление, ту или иную идею, воодушевляет и вдохновляет, позволяет втянуться в процесс, что способствует приобретению новых навыков и развитию творческой личностной составляющей. Таким образом, происходит развитие немаловажных качеств, таких как дисциплинированность и внимательность. У многих людей заинтересованность вызывает идея о стабильности и поддержании психологического здоровья. Относительно хэндмейда выделяется возможность к организации домашнего сеанса терапии, подразумевающей предотвращение стресса и прочих тревожных факторов. Процесс также предоставляет возможность отстранения от привычного и обыденного, ведь ручное создание изделий позволяет ощутить себя в роли творца, вдохновленного определенными эстетическими идеалами. Стремясь к ним, индивид может проследить уже в данную минуту внутреннее развитие, а также личностный подъем [1]. Таким образом, продукты хэндмейд-пространства и оцениваются в достаточно высокую цену,

представляя собой кладезь индивидуальных воззрений и конкретного видения индивида. Через призму данных объектов ручной работы преобладает возможность взглянуть на мир другими глазами, как раз-таки, органами чувств производителя того или иного изделия.

Рассмотреть хендмейд можно и с точки зрения неизменного, относительно основной идеи — личностного самовыражения. Каждое изделие представляет собой объект, наделенный конкретными индивидуализирующими чертами, особенностями соответствующего видению человека характера. В этом предстает огромное преимущество. Заключается оно в том, что на сегодняшний день достаточно востребованными считаются уникальные, оригинальные продукты, что тем самым провоцирует интерес к хендмейду и формируется потребительский запрос. Складывается определенная система, упирающаяся в создание принципиально новых и уникальных объектов, которые несомненно станут востребованы, ведь в обществе пролеживается угнетение от обыденности и рутинности. В данном случае, хендмейд может стать свежим глотком воздуха, пространством для реализации личных идей и задумок [3].

Что касается позиционирования с экономической точки зрения, то многие из представителей хендмейд-культуры развивают свое дело вплоть до личного бренда, что способствует развитию индустрии ручного труда и благим образом сказывается и на экономике государства. В данном случае, все начинается с поиска единомышленников и выстраивания экологической, плодотворной коммуникации, чему также способствует заинтересованность в данной сфере деятельности. Во многом важную роль относительно процесса становления бренда играет, опять-таки, качество производимой продукции или изделий [2].

Подводя итог, можно говорить о широких преимуществах хэнд-мейда. Например, защита окружающей среды, продвижение культуры, личностная реализация, развитие творческого потенциала, успешный характер организации товарно-денежного оборота. Стоит активно развивать и прививать заинтересованность к данной сфере ручного труда, потому что это возможность сохранения культурных

традиций, повышение ценности уникальных продуктов и создание новых рабочих мест.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Господинко М.О. Хендмейд как автономизирующееся поле символического производства // Современная наука, общество и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации. 2022. С. 149-155 [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49305588> (Дата обращения: 01.04.2024).
2. Красноставская Н.В. Инструменты продвижения личного бренда мастера хендмейд индустрии в Интернете // Практический маркетинг. 2016. № 12-1 (238-1). С. 46-55 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-prodvizheniya-lichnogo-brenda-mastera-hendmeyd-industrii-v-internete> (Дата обращения: 01.04.2024).
3. Крутицкая Е.В. Социальное проектирование как фактор повышения профессиональных компетенций будущих специалистов сферы коммуникации: опыт РГСУ // Социальные проекты образовательных организаций г. Москвы: обзор лучших практик. 2017. С. 154-178 [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35216717> (Дата обращения: 01.04.2024).
4. Сиюхова А.М., Базалина Е.Н., Кубова А.А. Хендмейд как ресурс социокультурного развития современного общества // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2022. Т. 14, № 4. С. 181-190 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/hendmeyd-kak-resurs-sotsiokulturnogo-razvitiya-sovremennogo-obschestva> (Дата обращения: 01.04.2024).