

ИЗДЕЛИЯ НАРОДНОГО РЕМЕСЛА КАК ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ПРОДУКТ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

ITEMS OF FOLK CRAFTS AS AN EXCLUSIVE PRODUCT OF RURAL TOURISM

УДК 796.5

Рыскулова Марина Кенешовна,
и.о. доцента Университета АДАМ/БФЭА
г. Бишкек, Кыргызская Республика
e-mail: ryskulovam@mail.ru

Неевина Елена Анатольевна,
старший преподаватель
университета Адам/БФЭА
г. Бишкек, Кыргызская Республика
e-mail: Neeva78@mail.ru

Султанкулова Нагима,
магистрант Университета Адам/БФЭА
г. Бишкек, Кыргызская Республика
e-mail: sultan@mail.ru

Аннотация: В статье анализируются факторы, влияющие на продвижение ремесленной продукции сельских предпринимателей Кыргызстана, а также факторы, сдерживающие данный процесс. Рассматриваются механизмы поддержки продвижения на разных уровнях.

Ключевые слова: сельский туризм, ремесленничество, сельское предпринимательство, проблемы продвижения изделий народного ремесла.

Abstract: The article analyzes the factors influencing the promotion of handicraft products of rural entrepreneurs in Kyrgyzstan, as well as the factors that inhibit this process. Mechanisms of promotion support at different levels are considered.

Key words: rural tourism, handicraft, rural entrepreneurship, problems of promotion of handicrafts.

Сельский туризм появился в третьей четверти XX века, в последствие кризиса фермерских хозяйств, их неконкурентоспособности в сравнении с крупными сельскохозяйственными комплексами. В поисках возможности получения новых источников дохода, стремясь остановить отток сельских жителей в города, правительство предложило фермерам приглашать желающих окунуться в атмосферу сельской жизни, а также отдохнуть от городских будней.

В связи с этим, сельский туризм стал одной из стратегических новых мер, способных стимулировать развитие внутренней инфраструктуры и малого предпринимательства, повышение престижности проживания в сельской местности, содействия решению проблем занятости местного населения и повышения его благосостояния [2, с.456].

Как свидетельствует мировой опыт, реализация программ развития сельского туризма способствует решению ряда актуальных социально – экономических проблем, а именно:

– Создание рабочих мест для местного населения в туристической, а также в родственных областях;

- Возможность увеличения доходов сельских жителей, за счет предоставляемых ими услуг и реализации продуктов, производимых и выращенных в частном хозяйстве;
- Развитию малого и среднего бизнеса в сельских регионах;
- Инвестирование рационального использования туристических ресурсов;
- Создание интереса у городского жителя к истокам народной культуры;
- Создание средств размещения туристов в сельской местности и формирование культуры обслуживания;
- Организация краеведческо – поисковой работы и содействие разработке новых туристических маршрутов в сельской местности.

Сегодня сельский туризм стал самостоятельной и весьма прибыльной отраслью туризма. Менее 50% европейских фермеров получают основной доход от продаж сельскохозяйственной продукции. Доля туристических услуг в общем объеме реализации составляет от 35 до 75% [1, с.88]. Также сельский туризм показал себя эффективным инструментом сохранения культурных ценностей и национального достояния.

Использование наследия в сельском туризме реализуется через сохранение промыслов, традиций, ремесленничества и др. Вовлечение в проекты по сохранению и использованию наследия местного сельского населения придает дополнительный импульс развитию обновленного образа сельских регионов и росту привлекательности сельской местности в глазах потенциальных как внутренних туристов, так и зарубежных.

Как показывает опыт, традиционные методы производства или то, что называется «традиционные промыслы», хотя и могут казаться отсталыми, тем не менее, заключают в себе альтернативные решения для массового производства, т.к. в большинстве случаев легко адаптируются к созданию высококачественной продукции, в том числе и сувенирной.

Индустрия сувенирного бизнеса является одним из элементов туристического бизнеса и сопровождает последний, практически, по всему миру. Сувениры являются визитной карточкой страны, ее культуры и искусства. Они выполняют познавательную роль, способствуют духовному обогащению людей, отражая культуру местности, а удовлетворяя покупательские потребности туристов, приносят ощутимую пользу региону.

Доля традиционных ремесел в ВВП Кыргызстана все еще низкая – менее 1%, но с 2006 года (когда изделия традиционного искусства кыргызских ремесленников стали выставляться на международных выставках в рамках инициативы ЮНЕСКО) число ремесленников увеличилось с нескольких десятков до нескольких тысяч.

В Кыргызстане государственное регулирование ремесленного сектора заложено в ряде законов:

- Закон "Об охране традиционных знаний" закон о культуре";
- Закон "О государственной поддержке малого предпринимательства";
- Закона "О нематериальном культурном наследии";
- Закон " О возрождении и сохранении народного творчества и ремесел в Кыргызстане".

Однако вопрос государственного регулирования ремесел открыт для его совершенствования.

Поддержка и развитие отечественного ремесленного сектора осуществляется следующими отраслевыми ассоциациями:

- Ресурсный Центр Центрально-азиатской ассоциации в поддержку ремесел в Кыргызстане (CACSA);
- Союз ремесленников Кыргызстана;
- Национальная палата кыргызского искусства и ремесел;
- Общественный фонд " Ремесла и традиционные знания";
- Торгово-промышленная палата Кыргызстана.

В особенности отечественным мастерам огромное содействие осуществляет Японское Агентство Международного Сотрудничества (JICA) и Бишкекский деловой клуб.

В 2009 году в рамках проекта Азиатского Банка развития «Повышение уровня жизни сельских женщин путем развития ремесленного сектора», финансируемого Японским Фондом по сокращению бедности были созданы сельские ремесленные кооперативы в Нарынской, Таласской, Иссык-Кульской, Ошской, Джалал-Абадской и Баткенской областях.

Одним из важных элементов является тот факт, что большинство предпринимателей рукоделия-женщины. Это положительно сказывается на повышении уровня гендерного равенства.

Кыргызские умельцы достигли большого мастерства в изготовлении узорных войлочных ковров — ширдаков (в технике мозаики) и ала-кийизов (путем вкатывания цветного узора). Здесь используются контрастные цвета, из которых превалирует красный, колорит войлоков гармоничен и жизнерадостен, а чередование фона и узора приводит к композиционному равновесию.

Высокую художественную ценность представляют оригинальные циновки из чия. Они создаются путем оплетения цветной шерстью каждого отдельно взятого стебелька, и каждая является цельной орнаментальной композицией.

Большим спросом у туристов пользуются текстильные изделия — узорные боо. При изготовлении самых разных сувенирных изделий — от кошельков и футляров до одежды и обуви — используется национальная вышивка.

Для производства ремесленники используют все доступное им местное сырье: войлок, ткани, кожу, дерево, металлы, природный камень.

В настоящее время большинство ремесленных кооперативов сосредоточено в Иссык-Кульской, Нарынской, Таласской, Чуйской областях.

Основными характерными чертами деятельности данных кооперативов являются:

- Индивидуальный или семейный бизнес;
- Сезонная специфика труда;
- Внутренний рынок труда;
- Удаленность производителей от рынков;
- Объединение индивидуальных ремесленников в кооперативы численностью 3-5 человек;
- Покупка шерсти у местного населения способствуют развитию овцеводства в регионе;
- Большинство ремесленников самостоятельно разрабатывают дизайн изделия.

В качестве примера хотелось бы привести деятельность ассоциации «Одно село - один продукт», созданного по инициативе сельских производителей Иссык – Кульской области. В задачи ОСОП входят не столько инициация производства специфичной или уникальной продукции на уровне села, сколько активизация местных сообществ, сел, регионов и страны в целом через снижение уровня бедности, препятствий и рисков посредством коллективных усилий всех заинтересованных сторон.

Итогом реализации проекта стало создание коллективных цехов для обеспечения определенного объема производства. На сегодняшний день количество продукции выросло до 800 видов. Объем продаж за 2016 год составил 16,8 млн. сомов, а за весь период работы проекта составил 54,3 млн. сомов. В рамках проекта охвачено более 1700 человек, которые специализируются на производстве ремесленных изделий и другой продукции.

Более того, по итогам 2016 года проект ОСОП реализуемый Министерством экономики при поддержке JICA признан одним из наиболее успешных проектов JICA продвигаемых в настоящее время в различных странах мира.

Необходимо отметить, что распространение опыта ОСОП в другие регионы нашло свое отражение в Концепции региональной политики Кыргызской Республики на 2018-2022 годы [3].

В связи с чем, в рамках дальнейшей работы проекта при технической поддержке Японского Агентства Международного сотрудничества (JICA) планируется проведение полевых исследований в регионах республики с целью распространения успешного опыта Иссык - Кульской модели ОСОП в другие регионы Кыргызстана.

В Кыргызстане основными каналами постоянного производства и сбыта ремесленной продукции являются: в Бишкеке - государственное предприятие «Кыял», арт-салон «Тумар», магазин «Дайыра», дизайн студия «Дильбар», этно-центр «Супара»; в Оше - творческий центр «Золотая долина», творческое объединение «Курак», художественная галерея «Салтанат», группа ремесленников «Жылдызча», галереи «Саймалуу-Таш» и «Сымбат»; в Иссык-Кульском регионе – проект ЛСА «Одно село – один продукт», Фестиваль «Оймо», ремесленная группа «Таш-Тоокум», магазины сувениров в городах Каракол и Чолпон – Ата

Стоит отметить, что рынок изделий сельских производственных кооперативов находится пока в ситуации формирования и характеризуется отсутствием ярких, раскрученных в масштабе брендов. На эту позицию сегодня может претендовать в какой-то мере только продукция ассоциации «Одно село один продукт», который во многом привязан к бренду Иссык-Кульского региона. В целом, на рынке преобладает типовая промпродукция и стандартный ассортиментный ряд, характерный для любого региона. Это говорит о проблемах исследования целевого рынка, отсутствия проведения маркетинговых исследований потребителя и рынков сбыта [4].

В связи с этим, можно выделить следующие проблемы продвижения ремесленной продукции отечественных сельских предпринимателей:

– Фактическое отсутствие продуктово - маркетинговой концепции сувенирной политики. На практике происходит продажа того, что производится, а не того, что действительно нужно рынку;

– Отсутствие ориентации на приоритетные целевые группы, современные тенденции в подаче, упаковке, донесении продукции; дефицит упаковки, которая формирует изрядную добавленную стоимость продукции и маркетинга в целом;

– Отсутствие дифференциации товарных групп по типам потребителей, товарные группы дифференцируются по типам сувениров, в частности, не выделены такие целевые сегменты, как молодежь, дети, женщины разных возрастов;

– Фактическое отсутствие сувениров, ассоциативно четко связанных с конкретным регионом, в том числе с его ремесленными традициями;

– Проблема отсутствия единой информационной базы, которая будет формироваться с учетом проведения экспертной оценки сувенирного изделия и закреплением за производителем определенных авторских прав;

– Отсутствие навыков продвижения своей продукции с помощью современных интернет технологий.

На наш взгляд, маркетинговая сувенирная стратегия сельских ремесленников должна реализовываться в следующих направлениях:

– в рамках областной культурной политики должны быть определены необходимые приоритеты и задачи по продвижению тех или иных образов региона, культурных ресурсов и объектов нематериального наследия;

– в рамках областных мер поддержки малого предпринимательства может и должна осуществляться поддержка отдельных предприятий, ремесленных кооперативов, индивидуальных ремесленников (бизнес-инкубирование, налоговые каникулы);

– в рамках регионального маркетинга должно быть определено, какой образ территории продвигается и для кого, т.е. к чему привязаны PR- и промо функции ремесленных изделий: проведение ярмарок и фестивалей, привязанных к традиционному сувениру, включающих в себя не только продажу продукции, но и демонстрацию технологии изготовления с выполнением отдельных операций самими туристами. Это позволит привлечь дополнительное внимание к эксклюзивному продукту сельского туризма, станет одним из факторов, способствующих формированию регионального бренда и его продвижению на внешние рынки туристических услуг.

Реализация данных мероприятий позволит расширить рынок сбыта изделий народных художественных промыслов, ремесел и сувенирной продукции. Изучение конъюнктуры рынка

позволит выявлять необходимость изготовления тех или иных изделий народных промыслов, определяться по их ценовой политике.

В заключение необходимо отметить наличие большого потенциала сувенирного сопровождения турпакетов, входящих в концепцию возрождаемого Великого Шелкового пути, позволяющих прогнозировать стабильный спрос на сувенирную продукцию в данном контексте.

Список использованной литературы

1. Агаларова Е. Г., Косинова Е. А. Особенности формирования агротуристического рынка в России // Молодой ученый. — 2012. №11.
2. Уланов Д. А. Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы // Молодой ученый. — 2013. — №6. — С. 455-459.
3. <http://bdk.kg> – Официальный сайт Бишкекского Делового клуба.
4. Ежеквартальный бюллетень «Ремесленник». Выпуск № 1 Январь –Апрель 2014г. [Электронный ресурс]. URL: http://www.centralasianhandicraft.org/public/doc/140519_Newsletter.pdf (дата обращения: 22.11.2017).
5. Балабанова А.О. Спрос на сельский туризм и отдельные его составляющие // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2013. № 12 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/12/3334> (дата обращения: 28.10.2017).