



**Ремесленные каналы маркетинга  
в Таджикистане и Кыргызстане.  
База данных поставщиков сырья для  
производства ремесленных изделий**

**ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ОТЧЕТ**

**Бишкек-Душанбе, Ноябрь 2015**



Эта публикация была создана CESVI и Европейским Союзом в рамках проекта "ремесленничество и бизнес через региональную интеграцию и рынок справедливой торговли." Он был подготовлен Романом Погожевым, Наилем Хайбулиным, Юрием Герасимчуком М-Вектор Таджикистан и Кыргызстан

## СОДЕРЖАНИЕ

БЛАГОДАРНОСТЬ .....	3
СОКРАЩЕНИЯ .....	4
1. РЕЗЮМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ .....	6
2. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ .....	10
3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ .....	14
3.1 Введение .....	14
3.2 Ассортимент и качество изделий .....	16
3.3 Производство изделий .....	19
3.4 Обеспечение сырьем и материалами .....	21
3.5 Каналы и методы продаж .....	24
3.6 Сегменты и предпочтения покупателей .....	30
3.7 Продвижение и маркетинг .....	33
4. СИЛЬНЫЕ И СЛАБЫЕ СТОРОНЫ, ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ В ОТРАСЛИ .....	38
5. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ .....	42
ПРИЛОЖЕНИЯ	
Приложение 1. Поставщики сырья и материалов в Таджикистане .....	48
Приложение 2. Поставщики сырья и материалов в Кыргызстане .....	51
Приложение 3. Гайд для проведения глубинных интервью с ремесленниками .....	57
Приложение 4. Гайд для проведения глубинных интервью с продавцами .....	61

## **БЛАГОДАРНОСТЬ**

Авторы отчета выражают большую благодарность следующим людям и организациям за помощь в сборе информации, ценные советы и рекомендации:

- М.Каюмовой, президенту Международного Фонда ремесленников Таджикистана «Хафт-Пайкар»
- Общественному фонду CACSARC и его директору Д.Чочунбаевой.
- директору Ремесленного Совета Кыргызстана М.Кошоевой.
- компании «Тумар Арт Групп» в лице А.Иманалиевой и Ч.Макашовой.
- Национальной палате художественных ремесел Кыргызстана в лице президента М.Абдуллаева и председателя С.Макашова.
- и.о. директора НОНХП "Кыял" Р.Амирову.
- Мубарак Хамрабаевой.

## **СОКРАЩЕНИЯ**

CACSARC - ресурсный центр Центрально-Азиатской ассоциации в поддержку ремесел

ГП НОНХП – государственное предприятие национальное объединение народных художественных промыслов

НПО – неправительственная организация

ОО – общественное объединение

ОсОО – общество с ограниченной ответственностью

JICA – Japan International Cooperation Agency

USAID – Агентство США по международному развитию

СНГ – Содружество независимых государств

ЦА – Центральная Азия

РТ – Республика Таджикистан

КР – Кыргызская Республика



## 1. РЕЗЮМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

«Народное творчество позитивно влияет на людей. Рукоделие помогает человеку мечтать, думать. Оно учит усидчивости, терпению, учит думать философски, хранить национальные традиции. Это очень глобальная задача. Это не просто купля-продажа, оно очень глубоко внутри. Мы должны приобщать молодежь к народному творчеству. Это история, традиции, это обязанность матерей передавать ремесло своим дочерям из поколения в поколение»

Гулумкан, Ошская область, Кыргызстан

Данный отчет содержит результаты исследования каналов маркетинга и продаж изделий ремесленников и поставщиков сырья и материалов в Таджикистане и Кыргызстане, проведенного исследовательско-консалтинговой компанией «M-Vector» в июле-сентябре 2015 года.

Главными задачами исследования было описание существующих каналов дистрибуции ремесленных изделий, изготовителей ремесленной продукции, видов изделий и типов покупателей, а также составление базы данных поставщиков сырья и материалов для ремесленного производства. Методология исследования включала анализ вторичных данных, проведение глубинных интервью с участниками рынка – ремесленниками и торговыми посредниками, SWOT-анализ.

В результате исследования установлено следующее:

Несмотря на экономические трудности, ремесленничество в обеих странах развивается и дает работу десяткам тысяч человек, которые полностью или частично заняты в производстве и распределении изделий, заготовке сырья и материалов. В сельской местности, особенно в Таджикистане, ремесленничество представляет собой способ получения дополнительного дохода в свободное от сельскохозяйственных работ время. В целом, народные промыслы в Кыргызстане более развиты, чем в Таджикистане: в стране больше ремесленников, проводится больше выставок и семинаров, система дистрибуции ремесленных изделий шире и разнообразнее. Кыргызстан также посещает больше туристов, чем Таджикистан (2014 год – 246 тыс. туристов в Таджикистане<sup>1</sup>, 2.8 млн. туристов в Кыргызстане<sup>2</sup>), что прямо стимулирует развитие ремесленного сектора.

---

<sup>1</sup> Главное управление пограничных войск Государственного комитета национальной безопасности Республики Таджикистан. 2014

<sup>2</sup> Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. 2014

Ассортимент ремесленных изделий в Таджикистане и Кыргызстане очень широк и отражает богатую культуру и традиции проживающих там народов. Диапазон производимых предметов широк – от мелких сувениров до крупных изделий, так как юрта (традиционных кыргызский дом). Изделия имеют как декоративный, так и прикладной характер. Для производства ремесленники используют все доступное им местное сырье: войлок, ткани, кожу, дерево, металлы, природный камень и др.

В исследуемых странах нет сложившейся организованной системы поставки сырья и материалов для ремесленного производства, нет специализированных поставщиков. Ремесленники сами заготавливают необходимое сырье, покупают материалы из разных местных источников (базары, магазины, т.д.), и когда необходимо, за рубежом. Качество и выбор местного сырья, как правило, низкий и не отвечает требованиям ремесленников.

Ремесленники Таджикистана и Кыргызстана стремятся сами продавать свои изделия конечным покупателям. Это позволяет им контролировать конечную цену, продвигать себя на рынке. Ремесленники продают свои изделия по прямым индивидуальным заказам, во время торговых выставок и ярмарок, через вебсайты. Кроме независимых мастеров и небольших творческих групп, в Таджикистане и Кыргызстане сформировались торгово-производственные компании (например «Де Памири», «Тумар», Фонд ремесленников «Хафт Пайкар», «Кыял») которые контролируют всю цепочку создания ценности – от заготовки сырья до продажи изделий в собственных торговых точках.

Большая часть ремесленников, особенно сельских, занимаются только производством, и поставляют готовую продукцию для продажи в независимые торговые точки: магазины сувениров, арт-залы и художественные галереи, реализаторам на базарах. Система дистрибуции в Кыргызстане более развита, чем в Таджикистане: в стране больше специализированных мест продажи изделий, кыргызстанские ремесленники больше используют Интернет для маркетинга и продаж, лучше развит рынок услуг доставки.

Главные точки спроса и продаж продукции ремесленного сектора в обеих странах – это столицы Бишкек и Душанбе, а также места прохождения туристических маршрутов (Ош, Худжанд, Хорог, Иссык-Куль, Джалал-Абад).

Основными покупателями ремесленных изделий и сувениров являются иностранные туристы и сотрудники международных и иностранных организаций, работающих в стране. Лучшими покупателями являются жители стран Западной Европы, Северной Америки, Японии, Южной Кореи. На их долю приходится около 2/3 продаж продукции. Как правило, они приобретают изделия лучшего качества, сделанные из натуральных материалов, небольшого размера и объема. Особой популярностью у иностранных покупателей пользуются уникальные региональные изделия, например войлочные и



лоскутные ковры, войлочные шарфы в Кыргызстане, сузаны, джурабы, керамика и резьба по дереву в Таджикистане.

Местные жители обладают более низкой платежеспособностью и не очень активны на рынке ремесленных товаров: они покупают изделия, которые имеют ритуальное или функциональное назначение (приданное к свадьбе, национальная одежда, предметы быта), подарки и сувениры для особых случаев (юбилеи, дни рождения, сувениры для поездки за рубеж). Интерес населения к национальным традициям, культуре и ремеслам в Таджикистане и Кыргызстане растет, что может стимулировать спрос на ремесленные изделия в ближайшие годы.

Исследование выявило различия в продвижении и маркетинге ремесленных товаров в исследуемых странах. Ремесленники и продавцы изделий в Кыргызстане более активно используют Интернет и информационные технологии (вебсайты, страницы в социальных сетях, электронную почту, др.), шире используют печатные средства продвижения (бизнес карточки, буклеты, каталоги, постеры), чаще участвуют в местных и зарубежных выставках и торговых шоу ремесленников.

Ярмарки и выставки ремесленников являются отличным каналом продвижения и популяризации ремесленничества, продаж изделий и обмена опытом. К сожалению, количество регулярных выставок такого рода в исследуемых странах невелико, особенно в Таджикистане.

Очевидно, что оба страновых рынка ремесленных изделий обладают потенциалом для роста. Дальнейшее увеличение продаж в Кыргызстане и Таджикистане может быть обеспечено благодаря следующим действиям:

- Исследование выявило ряд ремесленных изделий, которые пользуются спросом у иностранных и местных покупателей. Кыргызстан больше всего известен своими коврами из войлока, лоскутными коврами и панно, шарфами, изделиями из серебра; Таджикистан славится своими сузаны, резьбой по дереву, тканными изделиями из шерсти, полудрагоценными камнями, керамикой. Эти изделия имеют наибольший потенциал роста как на внутреннем рынке, так и за рубежом. Они должны продвигаться как национальное достояние и «жемчужины» народного творчества этих стран. Особенное внимание ремесленники, производящие эти изделия, должны уделять качеству и упаковке.
- Стимулирование спроса на ремесленные изделия у местных жителей, используя тенденции роста национального самосознания, интереса к национальной культуре и традициям. Разработка национальных стратегий и программ продвижения народных промыслов.
- Освоение корпоративного сегмента рынка: продвижение и продажа сувениров и ремесленных изделий местным и международным организациям, компаниям, иностранным посольствам и представительствам (для дальнейшего

использования в качестве подарков своим клиентам, гостям, сотрудникам), в том числе изготовление сувениров с корпоративной символикой.

- Ремесленникам исследуемых стран, особенно в Таджикистане, следует более эффективно использовать возможности продаж ремесленных изделий через туристические компании, авиалинии и аэропорты, отели, гостиницы и гостевые дома, систему государственных закупок (для нужд правительства и МИДа).
- Ремесленникам и продавцам сувениров в Таджикистане шире использовать методы и инструменты продвижения: бизнес-карточки, буклеты, вебсайты, социальные сети. Необходимы тренинги для продавцов и изготовителей ремесленных изделий по методам и навыкам продвижения и продажи продукции народных промыслов, по использованию информационных технологий для бизнеса.

## 2. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

### Цели и задачи

Целью исследования являлось определение наиболее важных каналов продаж ремесленных изделия в Таджикистане и Кыргызстане.

Задачи исследования включали:

1. Описание существующих каналов продаж ремесленных изделий в каждой стране:
  - Типы операторов
  - Ассортимент и виды ремесленных изделий на рынке
  - Методы и инструменты, применяемые продавцами для установления контактов с ремесленниками, выбора изделий, оформления контрактов.
  - Стратегии и инструменты продвижения и маркетинга, используемые в каналах продаж.
2. Описание наиболее значимых поставщиков ремесленных изделий в Таджикистане и Кыргызстане, включая:
  - Виды поставщиков
  - Виды производимых ремесленных изделий
  - Работа с каналами продаж: предпочтения в выборке каналов, рабочие процедуры, ценообразование т.д.
3. Определить и описать главные типы покупателей на местных рынках:
  - Основные сегменты покупателей
  - Предпочтения покупательских сегментов в выборе изделий.
4. Составить базу данных поставщиков сырья и материалов для производства ремесленных изделий в Таджикистане и Кыргызстане:
  - Имена, контактная информация
  - Вид поставляемого сырья, материала
  - Другое (объемы, направления поставок, т.д.)
5. Подготовить выводы и рекомендации:
  - Покупательские сегменты с наибольшим потенциалом роста (продаж).
  - Наиболее эффективные каналы продаж и географические регионы.
  - Ремесленные изделия с наибольшим рыночным потенциалом.

- Маркетинговые стратегии и инструменты, необходимые для продвижения ремесленных изделий среди целевых покупателей и повышения продаж.

### Методология сбора данных

Необходимые данные были собраны в трех основных туристических зонах в каждой стране:

Таджикистан	Кыргызстан
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Душанбе</li> <li>• Худжанд</li> <li>• Хорог</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Бишкек</li> <li>• Ош</li> <li>• Каракол</li> </ul>

Целевые группы исследования включали:

- Каналы продаж (розничные магазины, др.)
- Ремесленники, производители
- Поставщики сырья.

Для сбора данных M-Vector использовал следующие методы:

Кабинетный анализ

- Официальные статистические данные
- Интернет
- Отчеты, материалы других организаций, работающих с сектором ремесленников.

Глубинные интервью

Страна	Город	Продавцы	Ремесленники
Таджикистан	Душанбе	7	3
	Худжанд	7	2
	Хорог	4	2
Кыргызстан	Бишкек	8	3
	Ош	7	3
	Каракол	5	2
<b>ВСЕГО:</b>		<b>38</b>	<b>15</b>

## SWOT анализ

- Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз ремесленнической отрасли в каждой стране.

## Сбор данных и подготовка базы данных поставщиков сырья

- База данных поставщиков сырья и материалов для производства ремесленных изделий была составлена с использованием различных источников: контактной информации, предоставленной ремесленниками и продавцами; Интернета; др.



### 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

#### 3.1 Введение

В начале 90-х годов прошлого века после обретения независимости начался новый этап развития народных ремесел в Таджикистане и Киргизии. Если в советское время ремесленная продукция изготавливалась населением, как правило, для удовлетворения собственных нужд, то сегодня для многих людей, особенно в сельской местности, ремесленничество является основным или дополнительным источником доходов. Появились и успешно работают и развиваются профессиональные мастера, артели и производственные цеха, которые предлагают местным и зарубежным покупателям широкий выбор сувениров и изделий, выполненных в традиционном и современном стиле.

Таджикистан всегда славился своими ремеслами и традиционными изделиями. Многовековая история страны отразилась в уникальных ручных технологиях обработки материалов, неповторимых орнаментах и стилях. Таджикистанские ремесленники славятся резьбой по дереву, изготовлением ковров и одежды, ювелирными изделиями и изделиями из камня, керамикой, художественной обработкой металла. Отброшенное гражданской войной на несколько лет назад, ремесленничество в Таджикистане сейчас находится на подъеме. За последние годы в стране появились и успешно развиваются производственные компании, коллективы ремесленников и индивидуальные мастера народных промыслов, уже получившие известность в стране и за рубежом: Международный фонд ремесленников Таджикистана «Хафт-Пайкар», лидер рынка изделий из камня и самоцветов «Рухом», ведущий производитель традиционных памирских изделий «Де Памири», производитель декоративного текстиля «Озара», резчик по дереву Мирхалим Яхеев, изготовитель музыкальных инструментов Дона Зиеев, ювелир Дилмурод Шарипов, мастера Усмон Хамидов, Содик Зарипов и другие.

Кыргызстан занимает второе место в Центральной Азии после Узбекистана по распространению ремесленной деятельности среди населения, особенно сельского. Ремесленничество в стране непрерывно развивается с 1991 года, спрос стимулируется более высокими, чем в Таджикистане, потоками туристов. По данным Палаты Художественных Ремесел Кыргызстана в производстве изделий народных промыслов и сувениров в стране занято более 97 тыс. ремесленников<sup>3</sup>. В палате зарегистрировано 73 предприятия, производящих и продающих продукцию художественных ремесел. В крупных городах страны работает большое число торговых точек, продающих сувениры и изделия ремесленников. Плюсами Кыргызстана является наличие в ремесленной сфере сильного дизайнерского потенциала, что признается

---

<sup>3</sup> Национальная палата художественных ремесел КР, 2014 г.

профессионалами на международном уровне, более развитыми международными связями местных ремесленников, и динамичным развитием швейной отрасли, оказывающей поддержку определенным секторам отрасли народных промыслов (изготовление национальной одежды, др.).

Главным драйвером спроса на сувениры и изделия ремесленников во всем мире является развитие туризма. Туристы и гости стран являются главными покупателями продукции народных мастеров. Приходится признать, что Центральная Азия пока находится вдали от массовых туристических потоков. Особенно удручающая ситуация в Таджикистане: в 2014 году страну посетило лишь 246 тыс. туристов<sup>4</sup> (для сравнения: 2.8 млн. туристов в Кыргызстане в аналогичный период<sup>5</sup>). С другой стороны, в обеих странах наблюдается рост самосознания местного населения, возрождение интереса к собственной культуре и традициям, что может привести к некоторому повышению спроса со стороны местных покупателей.

Техника производства ремесленной продукции основана на ручном труде и использует несложные инструменты. Ремесленниками обеих стран широко используется доступное местное сырье, продукты скотоводческого и аграрного хозяйства - шерсть, шкуры, рога животных, а также дары фауны - дерево, кустарник, соломка, корни, листья различных растений (в том числе в качестве красителей).

- Керамика используется, как правило, для производства посуды, статуэток, мелких сувениров, декоративных тарелок.
- Из войлока производятся сумки, ширдаки, ала кийизы, предметы интерьера, головные уборы, тапочки, сумки, панно и мелкие сувениры.
- Текстиль используется для изготовления сюзане, тканых ковров, верхней одежды, сумок и покрывал, национальной одежды, головных уборов и др.
- Из кожи производят конское снаряжение, шкатулки для украшений, футляры, музыкальные инструменты, обувь, посуду, брелоки и др.
- Дерево используется в изготовлении музыкальных инструментов, шахмат, рамок для картин, резных панно и др.
- Металл используется в изготовлении музыкальных инструментов, ювелирных украшений, ножей.
- Драгоценные и полудрагоценные камни и минералы (Горный Бадахшан, Таджикистан) идут на изготовление ювелирных изделий, бижутерии, сувениров, панно, резьбы по камню.

Продукция ремесленников, как правило, реализуется в специализированных магазинах, на ярмарках, широко используются прямые продажи.

---

<sup>4</sup> Главное управление пограничных войск Государственного комитета национальной безопасности Республики Таджикистан. 2014

<sup>5</sup> Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. 2014



К сожалению, статистические агентства Таджикистана и Кыргызстана не ведут учет экспорта ремесленной продукции, данных об объемах экспорта изделий за рубеж нет.

#### а. Ассортимент и качество изделий



Ремесленничество в Средней Азии, особенно в Таджикистане, имеют многовековую историю и богатые традиции. Многие ремесленники до сих пор используют в своей работе традиционные образцы орнаментов и стиля, старые методы и технологии изготовления изделий.

Ассортимент ремесленных изделий в Таджикистане очень разнообразный. Ремесленники производят разные изделия из дерева, керамики, шерсти, кожи, хлопка, войлока, камня, пряжи, ткани и других видов сырья. Во всех регионах Таджикистана у ремесленников есть и свои местные ремесленные изделия, которые отличаются друг от друга дизайном, видом и другими особыми чертами.

Следующие виды изделия производятся таджикистанскими ремесленниками и доступны на рынке:

- Изделия из ткани и кожи: сюзаны, платья чакан, платья с вышивками, старинные шелковые платки, тюбетейки, скатерти, сумки, кейсы для телефонов, наволочки, подушки, атлас, адресы, костюмы с национальной вышивкой «Юрмадузи», тюбетейки для невест, шапки для чайника, халаты для женихов и невест, тюбетейки для школьников «ироки» и клатчи.
- Шерстяные и войлочные изделия: ковры ручной работы, джурабы, пинетки, шарфы для невест, национальные сумки, тапочки, вязанные платки и свитеры, шерстяные ковры, сувениры и брелоки в виде уменьшенных джурабов, тюбетейки, шерстяные шапки, ковры, вытканые из шерсти (намад), зимние тапочки и войлочные игрушки.
- Изделия из камня: старинные камни и изделия из камней, статуэтки, картины, национальные ножи, сувенирные ножи, каменные изделия (ожерелья, браслеты, серьги), шахматы (деревянные, стеклянные, каменные), каменные бокалы и т.д.
- Изделия из дерева: сундуки, резьба по дереву, деревянные музыкальные инструменты, ручные расчески из древесины,



Эргашбой Гафуров из Истаравшана - гончар и делает «ачобак», это мифические существа из глины, и свистки. Научил его мастерству его дед, а двое его сыновей уже точно решили, что пойдут по стопам отца. «У меня четверо детей и двое из них хотят продолжать эту работу. Мои изделия обычно покупают туристы».

магнитики с изображением городов, национальные ножи с рукояткой, сделанной из костей и дерева, деревянные шкатулки, национальные куклы, национальные веера, корзины, деревянные тарелки, деревянные брелоки и т.д.

- Гончарные, фарфоровые и керамические изделия: керамические и фарфоровые посуды и сувениры, декоративные тарелки и кувшины), кожаные изделия (косметички из кожи и других разных материалов, кожаные музыкальные инструменты, кожаные бумажники, брелоки, пояса и т.д.

Производство изделий и сувениров в Таджикистане имеет также региональную специфику. Например, в Худжанде, с древних времен славящемся своими ремеслами, ремесленники стараются производить изделия, используя старинные национальные и местные орнаменты и дизайн. Женщины больше всего занимаются шитьём и вышиванием тканей. Изделия и сувениры, производимые в Горном Бадахшане, отличаются от других регионов благодаря культурным отличиям проживающего там населения. У памирских изделий особый дизайн и техника изготовления.

В Кыргызстане в течение последних 10-15 лет в стране сформировались известные и высокопрофессиональные художники и коллективы, такие как арт-салон «Тумар», женский кооператив «Алтын-Кол», группа семейных ремесленников «7 сестер», мастер по серебру и коже Жаныл Шаршембиева, коллектив «Кыргызское наследие», ювелир Бурул Джусупбекова, Дом мастериц «Курак», мастер по керамике Жумагул Ташиев и «ToiArt» и др.

Ремесленники Кыргызстана известны производством следующих изделий народного искусства:

- Войлочные ковры. Эти ковры подразделяются на два основных вида, отличающихся друг друга технологией изготовления: ала-кийизы и ширдаки.
- Тканые ковры. Тканые ковры бывают двух видов: безворсовые («араба килем») и ворсовые («жюль килем»), эти изделия характерны для южного Кыргызстана.
- Туш кийиз, курак. Настенный ковер туш кийиз является образцом национального искусства. Традиционная техника курак – сшивание лоскутков тканей внутренним швом в узорные коврики.
- Национальная одежда - зимние тулупы с широким запахом и меховым воротником из шкуры лисы, волка, выдры; распашная юбка белдемчи для замужних женщин; калпак или ак-калпак – самый распространенный мужской головной убор; зимний головной убор с меховой опушкой – тебетей, изготавливается из самых дорогих



видов меха норки или куницы; такие – мужская тюбетейка, простроченная из ткани или войлока и др.

- Изделия из чия. Особое место среди кыргызских ремесленных изделий занимают поделки из стеблей степного растения, чия, оплетенного цветной шерстью для создания всевозможных узоров.
- Изделия из кожи. После предварительной обработки шкур и кожи мастера шьют из них одежду и обувь, делают части конской сбруи, подпруги, уздечки, ремни, посуду для хранения молочных продуктов и многое другое. Кожей обтягивают деревянные сундучки, делают футляры для пиал.
- Изделия из дерева: мебель, бытовые предметы, конструкция для юрты, чаши тонкостенные (аяк, чойчок, табак), а также сувениры и подарки.
- Ювелирные изделия. Это кольца шакек, серьги иймек, браслеты билерик.
- Музыкальные инструменты. Самым популярным кыргызским музыкальным инструментом является комуз. Кыл кыяк – струнный смычковый инструмент. Добулбаш – односторонний барабан, сверху обтянутый кожей. Темир комуз – металлический ротовой щипковый инструмент см. Чопо чоор – духовой инструмент, произвольной формы (шарообразный, продольный). Чопо чоор как и свистулька ышкырык, служит музыкальной игрушкой для детей и изготавливается из глины.
- Конское снаряжение. Главное в убранстве коня являлось седло. В убранстве коня используются работы мастеров по коже, войлоку, ткачеству, вышиванию, плетению, художественной обработке железа, меди и серебра.
- Юрты. Юрта – это удобный и уютный дом, который состоит из каркаса, потолочных жердей, круговых стен, потолочных жердей, тундука, двери, циновки из чия, войлока, тесьмы и веревок.
- Сувениры, подарки (обереги, тумары). Тумары – обереги треугольной формы, куклы из войлока, народные игрушки, вышитые тапочки, прихваты для чайника (туткуч), салфетки в технике курак, ювелирные украшения.

*«Я произвожу все изделия из войлока: ширдаки разного размера, ала кийизы, сувениры-животные, сувениры-бусы, чехлы на сотки, очки, аксессуары для юрт, тошоки, пинетки для детей, подставки для чайников, специальные повязки для глаз из войлока при длительном перелете.» - Гулумкан, Ошская область*

Качество изделий зависит от квалификации и опыта ремесленника. По словам торговых представителей, качество местных изделий хуже, чем зарубежных. Причина этого – нехватка оборудования и квалифицированных мастеров. Но при этом есть, и местные ремесленники с хорошим опытом работы, которые производят изделия отличного качества. Торговые точки в свою очередь принимают для продажи только качественные изделия, что мотивирует ремесленников улучшать качество своей продукции.

Продавцы ремесленной продукции считают, что ремесленникам не хватает опыта и специальных знаний для ремесленной деятельности. Используемое оборудование, инструменты, сырье и материалы также прямо влияют на качество изделий.

Почти у всех ремесленников есть чёткое понимание, что нужно обращать особое внимание на качество продаваемого изделия. От качества зависит объем продаж. Кроме этого, особое внимание уделяется натуральности и экологичности изделий:

*«Сейчас такое время, когда все люди устали от химикатов, и уже всё больше внимания обращают на изделия из натуральных материалов. То, что мы производим, и то, что представлено на ярмарке это все натуральное. Например, войлок. Я думаю, что все изделия, изготавливающиеся из натурального материала, пользуются популярностью у покупателей и они самые продаваемые.» - Бурулкан, Бишкек.*

*«Все товары изготовлены вручную, из натурального сырья. Нет никаких химикатов. Красим только натуральными красками. Если хотим желтый цвет, используем кожуру лука, если красный, то кожуру граната. Изделия антиаллергенные.» - Айпери, Ошская область*

## **в. Производство изделий**



*«7 сестер» - это семейная группа ремесленников в Кыргызстане, которые занимаются изготовлением войлочных ковров, а также войлочных и шелковых шарфов и национальной одежды. Эти красивые и утонченные вещи изготавливаются из местных материалов, включая натуральные красители, овечью шерсть и пряжу ручного изготовления. Семья даже стала использовать материалы, остающиеся после производства ковров, превращая их в стильные домашние вещи и игрушки. Лауреат премии ЮНЕСКО за совершенство.*

Ремесленничество в Таджикистане и Кыргызстане развивается в двух параллельных направлениях: а) профессиональное производство высококачественных изделий и сувениров с высокой добавленной стоимостью, которые продаются в высоком и средне-высоком ценовом сегменте, представленное профессиональными мастерами и небольшими предприятиями (как правило, работающих в крупных городах), и б) производство изделий среднего или невысокого качества для среднего и низкого ценового сегмента. Такое ремесленничество особенно развито в сельской местности стран, где зачастую оно является дополнительным источником заработка для жителей.

Одним из преимуществ сельского ремесленничества является доступ к сырью: для производства используются продукты сельского

хозяйства (шерсть, войлок, кожа, хлопок, др.), местные природные материалы (глина, дерево, лоза, чий, др.) и продукты местных производств (ткани, войлок, краски, металл, стекло, т.д.). Как правило, сельские ремесленники сами заготавливают необходимое сырье и материалы или приобретают его у других местных производителей.

Как правило, ремесленничество в Таджикистане и Кыргызстане – индивидуальный или семейный бизнес. Из-за сезонной специфики труда и отдаленностью производителей от рынков сбыта, ремесленники предпочитают работать без юридической регистрации (в лучшем случае по патенту). Часто индивидуальные ремесленники объединяются в артели (добровольные объединения) численностью 3-5 человек. В разгар летнего сезона (пик продаж), когда увеличивается число ярмарок-выставок, могут привлекаться волонтеры и ученики, как дополнительная сила.

Изготовители стараются привлекать в производственные процессы молодое поколение, обучая молодежь народным промыслам, чтобы не потерять и не забыть народное наследие.

*«У меня цель – обучить молодежь, оставить свое мастерство им. Это дело нужно вести масштабно. Нужно служить своему народу. Сейчас стало много машинных вышивок, а нужно сохранить национальное достояние – вышивать вязальным шилом.» - Салкынай Шайназарова, Бишкек.*

Следует также отметить, что в большинстве случаев продавцы сами решают, какую именно продукцию ремесленник должен изготовить и в каком количестве. Продавец, проанализировав спрос на рынке, сам определяет какую именно продукцию выпускать ремесленнику и определяет характеристики данной продукции (цвет, размер и т.д.).

Производственный процесс начинается с дизайна изделия, выбора орнамента и цвета. В соответствии с запланированным объемом производства ремесленник заготавливает или покупает необходимое количество сырья. После согласования с дизайнерами, художниками-оформителями и изготовителями выпускается пробная модель. На пробной модели устраняют недочеты и не доработки. Затем, когда все этапы пройдены, данная модель выпускается нужным тиражом.

Большинство ремесленников сами разрабатывают дизайн изделия, используя современные или античные шаблоны, орнаменты, оставшиеся от предков. Изделия часто производятся по дизайну заказчика. Некоторые ремесленники имеют своих дизайнеров, другие тесно сотрудничают с независимыми дизайнерами. Некоторые используют Интернет для поиска новых дизайнов и стилей.

*«Я сама ночью, в тишине, разрабатываю дизайн изделий, рисую эскизы и иногда использую Интернет. В Интернете смотрю работы дизайнеров Казахстана,*

*Кыргызстана и Узбекистана, частично от каждого беру что-нибудь и после обработки разрабатываю свой дизайн.» - Наимаджон Бобоева, Худжанд*

*«Ремесленники тоже вносят свои предложения в разработке дизайна изделия, но в основном я сама принимаю решение, потому что я часто выезжаю за границы, много чему учусь, знаю, что больше всего интересует людей, их потребности, также вижу, что другие ремесленники делают. Вот так вот и у меня появляются свои идеи.» - Бурулкан, «Тумар, Бишкек*

Некоторые ремесленники (особенно сельские) производят одни и те же изделия независимо от спроса. Другие ремесленники производят изделия с учетом меняющегося спроса. Отдельные мастера, работы которых известны и ценятся, также принимают прямые заказов на производство сувениров и изделий от иностранных и местных покупателей.

*«Большую часть изготавливаем сами, но если возникает необходимость, то у нас есть свои партнеры, которым мы покупаем все необходимые материалы и сырье, разрабатываем сами дизайн изделия, а они только выполняют заказ.» - Бурулкан, Бишкек.*

В процессе деятельности ремесленники и продавцы вступают в определенные деловые отношения, начиная от вопросов по поводу количества изделий, доставки, заканчивая финансовыми вопросами и вопросами качества продукции.

Ремесленники с продавцами встречаются также на выставках-ярмарках. Выбираются интересные работы и продавцы связываются с ремесленниками для дальнейшего сотрудничества. Ярмарки представляют для изготовителей своего рода площадку, где можно изучить покупателя и спрос на изделия, ознакомиться с новыми моделями изделий и расширить сеть профессиональных контактов.

Многие продавцы изделий, изучая спрос на рынке, дают обратную связь ремесленникам о том, какие именно изделия пользуются спросом на рынке, какого цвета, по какой цене и т.д.

*«Мы обсуждаем все. Они у меня спрашивают, на что есть спрос, а я у них спрашиваю, что они сдают в другие магазины, что покупается больше всего.» - Продавец арт-галереи «МАКС», Душанбе*

*«Мы обсуждаем с ними, что привезти, в каком количестве, по какой цене и эти изделия мы закупаем.» - Продавец изделий ремесленников из Худжанда*

По словам таджикских ремесленников, объём производства их изделий зависит от сезона и спроса на изделия. Женщины-ремесленники, которые вяжут джурабы,



перчатки, платки и другие шерстяные изделия производят больше зимой, чем летом. Ремесленник из Душанбе Латофат Азизова: «Например, летом мы вяжем 4-5 пар джурабов в месяц, а зимой это количество достигает 10-15 пар». По информации, полученной от директора компании «Памирские камни» в Хороге Некроха Хоркашова, компания в среднем производит до 300 штук ограненных камней в месяц, но если попадается крупный заказчик, объем может быть увеличен до 2000 штук в месяц.

Индивидуальные ремесленники в Кыргызстане в среднем производят 80-100 единиц мелких изделий в месяц (войлочные тапочки, игрушки из войлока, сумки, шарфы, чехлы для телефонов, прихватки и т.д.). Изготовители войлочных ковров ширдаков в среднем производят 3-4 единицы изделий в месяц. Компания «Тумар» (производство и



Махмадсаид Зиёев создает национальные музыкальные инструменты. Он занимается этим делом уже 20 лет. «На один дутар я расходую 400 сомони, доход от этого составляет максимум 100 сомон. Создание дутара требует много труда – чтобы сделать один дутар, надо работать несколько недель», – рассказывает мастер.

продажа) производит от 3500 до 4000 изделий разных наименований в месяц<sup>6</sup>.

В Кыргызстане особым спросом пользуются ширдаки из серого и темного войлока. Себестоимость одного ширдака составляет 150-200 USD, а розничная цена составляет от 1000 до 1200 USD. На изготовление одного ширдака уходит 8-10 дней. За месяц ремесленник изготавливает 3-4 ширдака<sup>7</sup>.

Средняя рентабельность производства ремесленных изделия составляет около 20%. Рентабельность производства высококачественных авторских изделий индивидуальных мастеров может достигать до 50% и выше<sup>8</sup>.

Ремесленники стремятся сами продавать свои изделия, что дает им возможность устанавливать прямые отношения с конечными покупателями, снижать стоимость изделий (убирая торговую надбавку торговых посредников) и продвигать свой личный бренд на рынке. К тому же, по словам ремесленников, продавцы не всегда могут дать покупателям полную характеристику изделий. Покупатели не получая нужной информации игнорируют то или иное изделие.

В целом, ремесленники в Таджикистане и Кыргызстане используют все доступные способы для продажи своей продукции. Самым распространенным и эффективным каналом продаж являются специализированные торговые точки - арт-залы, художественные галереи, магазины сувениров, стенды в гостиницах и других

<sup>6</sup> Источник информации: интервью с представителем Арт-группы «Тумар»

<sup>7</sup> Национальная палата художественных ремесел КР

<sup>8</sup> Источник информации: интервью с представителем Арт-группы «Тумар»

общественных местах, куда ремесленники поставляют свою продукцию для реализации. Благодаря потоку покупателей торговые точки обеспечивают ремесленникам самый высокий оборот продукции. Некоторые компании (например, «Тумар» в Бишкеке) имеют свои собственные магазины.

*«В основном свою продукцию мы продаем в Казахстан. Это и конечные покупатели, и торговые точки.» - Рысбек, Иссык-Кульская область.*

Фонд ремесленников «Хафт Пайкар» много лет ведёт свою деятельность в Таджикистане. За это время они успели открыть ряд торговых точек в Душанбе. Организация обучила и сотрудничает с около 5000 ремесленниками по всему Таджикистану, продукция которых продается в собственной торговой сети.

Ремесленники также продают свои изделия напрямую покупателям на выставках и ярмарках, регулярно проводимых в Средней Азии, таких как летний международный фестиваль «Оймо» в Бишкеке и Чолпон-Ате, зимняя ярмарка у пика Ленина в Ошской области и региональная выставка в Алмате.

Часть городских ремесленников активно используют Интернет для продвижения своих изделий и поиска покупателей. Несколько из опрошенных индивидуальных ремесленников, а также Ассоциация развития туризма Зеравшан<sup>9</sup>, компании «Рухом»<sup>10</sup> и «Памирские камни» используют всемирную сеть для продаж и продвижения. Ассоциация развития туризма Зеравшан и «Рухом», кроме собственных сайтов, также имеют страницы в Facebook.

*«Клиенты на моей страничке в Фейсбуке видят мои работы, и заинтересованным лицам я предоставляю контакты, затем мы встречаемся и обговариваем все производственные процессы, и я изготавливаю изделия для них по их предпочтениям.» - Ремесленник из Душанбе*

*«Я принимаю заказы в интернете, покупатели оставляют хорошие отзывы о моих изделиях.» - Ирина, Бишкек.*

*«Через WhatsUp продаю. Сейчас работаем с Хельветас. Они проводят с нами обучение и помогают нам.» - Дурсунбубу, Ошская область.*

Часть изделий художников продается за рубеж. У ремесленников есть бизнес партнёры в других странах, с которыми они познакомились на семинарах и тренингах, выставках и ярмарках за рубежом. Изделия и сувениры из Таджикистана отправляются в Россию, США, Китай, Японию, Францию, Швейцарию, Иран, некоторые арабские страны. Страны где продаются изделия из Кыргызстана – это Италия, Швейцария, Нидерланды, Япония,

<sup>9</sup> Данные Ассоциации Развития Туризма Зарафшана [www.ztda-tourism.tj](http://www.ztda-tourism.tj)

<sup>10</sup> Данные ООО Рухом <http://www.rukhom.tajnet.tj>



США. Кроме этого, некоторые ремесленники Таджикистана отправляют свои изделия для продажи своим родственникам, живущим за рубежом.

Изделия народных мастеров также продаются на базарах. Как правило, это изделия не самого высокого качества, рассчитанные на местного невзыскательного покупателя. Не все ремесленники продают свои изделия на базарах, по их словам для них важнее поддерживать свой имидж, нежели продавать свои изделия где угодно.

Нужно отметить, что в Казахстане изделия кыргызстанских мастеров имеют конкурентоспособную цену и ценятся за качество и дизайн. Считается, что дешевле купить изделия кыргызстанских ремесленников, чем производить их в Казахстане.

### **с. Обеспечение сырьем и материалами**

Исследование установило практически полное отсутствие в Таджикистане и Кыргызстане специализированных поставщиков сырья для ремесленников. Все необходимое для работы ремесленники заготавливают сами или покупают из разных источников: рынках, базарах, магазинах, у фермеров, за рубежом.

В Кыргызстане:

- Овечья шерсть – один из самых главных видов сырья. Шерсть поставляется в основном с Иссык-Куля и Нарына. Сегодня ремесленники Кыргызстана сталкиваются с проблемой дефицита высококачественной мериносовой шерсти, что связано с сокращением поголовья овец и увеличением экспорта шерсти в Китай.
- Ткани, используемые кыргызскими ремесленниками, обычно импортного происхождения. Синтетические ткани завозятся из Китая, Турции, Кореи. Ткани из натурального волокна (льна, хлопка, шерсти) – из России, Узбекистана и Индии. Ремесленники приобретают ткани обычно в специализированных магазинах «Все для шитья», местных рынках. *«Из Южной Кореи заказываю бархат. Нитки заказываю в Эмиратах и Турции» - Салкынай Шайназарова, Бишкек.*
- Кожу крупного рогатого скота, лошадей и верблюдов ремесленники приобретают на местных рынках, на кожзаводе, у предприятий-заготовителей сыромятной кожи «Акмарал» и «Булгары». Для более качественных изделий кожа заказывается из России и Турции.
- Краски используются натуральные и синтетические. Синтетические краски производятся в Кыргызстане, а также импортируются из России, Китая и Турции и по специальным заказам из Европы. Последние самые качественные и самые дорогие. Ремесленники Ошской области используют натуральные краски. Для окраски материалов используется луковая шелуха, кожура граната, кора грецкого ореха, древесный гриб, ревень и еловые шишки.

- Древесина в основном используется местная. Все зависит от предназначения изготавливаемых изделий (музыкальные инструменты, шахматы, комплектующие для юрт и т.д.). Дерево приобретается на местных строительных рынках.
- Металл приобретается на местном рынке. Основным поставщиком металла в Кыргызстане - металлобаза «Кыргыз Темир».

Качество местного сырья в Кыргызстане достаточно низкое и не стандартизировано. Качество зарубежного сырья соответствует международным стандартам качества. Местное сырье ремесленникам приходится «дотягивать» до нужной кондиции.

*«На местном рынке мы не можем достать практически ничего. Шерсти недостаточно, нам приходится все время искать, она не качественная, нам приходится перерабатывать, изворачиваться. То есть сырьем мы абсолютно недовольны, всей обстановкой сырьевого рынка местного – нитки нужные найти не можем, кожу, дерево подходящее найти не можем и так далее. Нам все время приходится адаптироваться.» - «Тумар», Бишкек.*

Так, в Кыргызстане шерсть хорошего качества получается только из шерсти овец породы меринос. Другие виды шерсти не позволяют получить качественные изделия. В Ошской области чувствуется острая нехватка шерсти мериноса. Ошским изготовителям приходится закупать шерсть из Бишкека, Нарына, села Катта-Талдыка в Ошской области. Бишкекские ремесленники приобретают шерсть на фабрике первичной обработки шерсти в г. Токмак, у частных заготовителей шерсти, общества овцеводов на Фабрике нетканых материалов «Руно-Азия».

Тем не менее, ремесленники отдают предпочтение местному сырью. Во-первых, низкая закупочная цена, во-вторых меньше затрат на транспортировку, отсутствие таможенных платежей.

В Таджикистане:

- Ремесленники Душанбе, занимающиеся вязанием, приобретают сырье (синтетическую пряжу) на местном рынке «Корвон», а хлопковую пряжу у местных продавцов местного (худжандского) производства, а также китайского производства. Изделия из синтетической пряжи пользуются не очень высоким спросом, поэтому основным сырьем для данного типа ремесленников является хлопковая пряжа.
- Ремесленники Горного Бадахшана, занимающиеся вязанием ковров, перчаток, платков, пинеток и джурабов, используют шерсть в качестве основного сырья. По мнению одного из ремесленников, раньше они сами стригли овец и получали сырье для своих изделий, а теперь времени не хватает на это, и приходится приобретать сырье в сельской местности. Шерсть поставляется из Мургабского

района. Качество местной шерсти ремесленниками оценивается как довольно высокое.

- Изделия из полудрагоценных камней делаются из сырья, приобретаемого у государственной организации «Джамаста». Сырье приобретается килограммами. Качество сырья, приобретенного у «Джамаста», по мнению местных ремесленников, очень плохое: из одного килограмма приобретенного сырья удается получить не более 300-400 гр. готовой продукции.
- Серебро приобретает ремесленниками у ювелирного магазина «Кристалл» в Душанбе. Другие материалы (небольшие серебряные колечки и металлические треугольники, как вспомогательные материалы) необходимые для изготовления изделий из полудрагоценных камней, привозятся из Китая и Турции.
- Ремесленники, занимающиеся шитьем (шитье подушек, покрывал, сумок в национальном колорите) приобретают все используемые материалы на местном рынке. В основном они используют в своей работе такие материалы, как ткани, нитки, кожу и т.д. Также некоторые из них сотрудничают с цехами по производству сумок, т.е. покупают у них остатки неиспользуемого материала (кожи) для своих изделий. Качество этих материалов, по мнению ремесленников, приемлемое. Проблемы иногда возникают с подбором цветных материалов хорошего качества, т.е. не все цвета можно найти на местном рынке. Ремесленникам приходится в таком случае замещать недостаток китайскими материалами, но их качество не очень высокое.
- Ремесленники, занимающиеся изготовлением изделий из камня, приобретают сырье как местного производства (из ГБАО), так и импортного (Пакистан, Иран). По мнению ремесленников, местное сырье хорошее, но его производство сейчас менее доступно и оно более дорогое, чем зарубежное. По этой причине ремесленники вынуждены приобретать большую часть сырья за рубежом. Качество как местного так и зарубежного сырья, оценивается ремесленниками как высокое.
- Худжандские ремесленники, занимающиеся вышивкой национальных платьев для девочек, невест и иностранных гостей, изготовлением платьев «чакана», вышиванием «ироки» (тюбетеек), восстановлением старых и редких тканей и вышиванием наволочек, в основном приобретают материалы (ткани) на местном рынке, а иногда, при необходимости заказывают из Индии и Узбекистана. По их мнению, на местном рынке трудно находить такие материалы, как застежка «молния» (привозят из Китая). Нитки и некоторые виды пряжи также поступают из Китая.

По словам таджикских ремесленников, они сталкиваются с проблемами качества сырья и материалов. Зачастую ремесленникам приходится ждать появления нужных

материалов на рынке или заказывать их в других странах (Китай, Узбекистан, Кыргызстан, Россия). Некоторые ремесленники получают нужные качественные материалы для своей работы от своих заказчиков. В Хороге ремесленник, который работает с организацией «Де Памири» уже 10 лет, получает от нее все необходимые материалы для изготовления изделий и продаёт ей изделия после изготовления.

Оборудование для обработки сырья местные ремесленники приобретают в Китае и России. Это вязальные и швейные машины, оборудование для обработки камня, оборудование для приготовления изделий из керамики и др. Китайское оборудование покупается, в основном, через китайскую торговую интернет-площадку Alibaba. Такое оборудование требует адаптации под местное сырье, потому что требования к сырью у китайских производителей отличаются от местных требований. Также у китайского оборудования короткий срок эксплуатации – оно часто ломается, что сопряжено с дополнительными расходами на ремонт.

Для ручных процессов также необходимо иметь определенный набор инструментов. Ручные инструменты для ремесленного труда часто уникальны, в случае поломки инструмента изготовитель испытывает трудность в поиске и замене.

*«Таких как я, мало в городе. Я работаю с ручным шилом. На выставках все выходят с машинной вязью, а у меня ручная работа.» - Салкынай Шайназарова, Бишкек.*

#### **d. Каналы и методы продаж**

Согласно результатам исследования, изделия и сувениры, изготовленные ремесленниками Кыргызстана и Таджикистана, доставляются до конечного покупателя (внутри страны или за рубежом) через следующие каналы:

- Торговые посредники (магазины, отделы, арт-салоны, художественные галереи, базары и т.д.)
- Прямые продажи (напрямую от ремесленника/производителя к покупателю)

#### Торговые посредники



В целом, самый большой объем изделий ремесленников в Таджикистане и Кыргызстане продается через торговых посредников. Как правило, это специализированные точки продаж: арт-салоны, магазины сувениров, художественные галереи, отделы в торговых моллах, а также торговые отделы в гостиницах и

реализаторы на базарах и рынках.

Как правило, торговые точки наиболее активно работают в крупных городах страны, привлекающих туристов. В Таджикистане самый большой объем продаж сувениров идет через Душанбе и Худжанд, в Кыргызстане – Бишкек, Ош.

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 JICA «Одно село – один продукт», ОФ «Оймок», ремесленная группа «Таш-Тоокум», магазины сувениров в городах Каракол и Чолпон-ата. По данным исследования, лидерами рынка (объемы продаж) являются арт-салон «Тумар» и Национальное Объединение Народных Художественных Промыслов «Кыял», старейшая организация такого рода в Кыргызстане.

Важную роль в системе продаж играют рынки и базары в крупных городах Кыргызстана и Таджикистана, где ремесленники продают сувениры и изделия массового спроса, как правило, через реализаторов. Продажа ремесленных изделий осуществляется как оптом, так и в розницу.

В Иссыкульской области Кыргызстана, являющейся зоной отдыха, торговцы продают изделия, разнося их по пансионатам и муниципальным ярмаркам. Изделия также продаются в специализированных магазинах для сувениров в Чолпон-Ате и Караколе. Японское агентство сотрудничества JICA реализует в Иссык-Кульской области проект «одно село – один продукт», направленный на изготовление и реализацию ремесленных изделий.

Большинство торговых точек в Таджикистане продают изделия только местных народных мастеров, хотя есть и те, кто продает изделия зарубежных ремесленников (Афганистан, Иран, Узбекистан, Пакистан, Киргизия, Индия, Китай, Россия).

Торговые точки формируют ассортимент в зависимости от спроса у покупателей на те или иные изделия в конце сезона продаж.

*«Популярностью пользуются сувениры в виде лошадей. Люди лошадей больше любят, чем других животных.» - Кайыргуль, Ошская область*

У торговых точек в Кыргызстане и Таджикистане, за редким исключением, нет индивидуальности, нет определенной специализации, нет профессионального подхода к продвижению и продаже изделий. Все магазины похожи друг на друга. В секторе продаж ремесленных изделий практически нет профессиональных консультантов-продавцов, мерчендайзеров по этой группе товаров, не хватает специалистов, которые бы подвигали профессионально ремесленную продукцию.

*«В нашем салоне очень важно, как правильно выложить продукцию. Часто бывает, что товар не продается только из-за того, что его неправильно выложили и покупатель его не замечает. И мы не нашли такого специалиста на рынке, у нас нет мерчендайзеров.» - Чинара, Арт-салон, Бишкек.*

### Прямые продажи

Каждый ремесленник стремится, по возможности, сам продавать свои изделия покупателям напрямую, без посредников. Ремесленники, обладающие уникальными навыками и производящие высокохудожественные изделия и сувениры, известны и имеют свой круг покупателей и постоянные заказы. Ремесленники и мастера, особенно в городах, все больше используют Интернет для продвижения своих изделий и поиска покупателей, в том числе за рубежом. Все больше коллективов и групп ремесленников (например, «Озара», «Де Памири Хэндикрафтс» в Таджикистане, «Алтын Кол» и «Тумар» в Кыргызстане) используют свои вебсайты для розничной и оптовой продажи изделий.

Крупные кооперативы или объединения ремесленников могут также иметь свои пункты продаж изделий. Например, Союз ремесленников «Хафт Пайкар» много лет ведёт свою деятельность в Таджикистане. За это время организация открыла ряд торговых точек в Душанбе, которые продают изделия ремесленников, прошедших обучение в этой организации. Объединение художественных промыслов «Кыял», созданное еще в советское время, также имеет возможность продавать свои изделия напрямую покупателям.

Ремесленники также имеют возможность вступать в прямой контакт с конечным покупателем и продавать изделия во время международных фестивалей и ярмарок народных ремесел, проводимых в странах Центральной Азии и в дальнем зарубежье. Это, например, международный фестиваль «Оймо», проводимый в летние месяцы в Бишкеке и Чолпон-Ате, на выставках проводимых Торгово-промышленными палатами обеих стран, а также на региональной выставке в г. Алматы, Казахстан. Выставки-продажи и ярмарки играют важную роль в развитии рынка ремесленных изделий: они помогают ремесленникам устанавливать контакты с торговыми точками, заключать контракты и договоренности на поставку изделий, продвигать свою продукцию, обмениваться опытом с другими ремесленниками.



Жаныл Шаршембиева выросла и сформировалась под творческим «надзором» своих сестер, художников по текстилю, и отца, изготовителя конских седел. Сегодня, они объединили свои таланты в производство неповторимых ювелирных изделий, производимых по дизайну сестер Жаныл - серег, браслетов, ожерелий и колец. Жаныл объясняет: «Владеть серебром для кыргыза все равно, что прикоснуться к чему-то сокровенному, оставленному предками.»

## е. Сегменты и предпочтения покупателей

Анализ продаж за последние нескольких лет, проведенный арт-группой «Тумар» в Бишкеке, показал, что соотношение местных и иностранных покупателей составляет 60% и 40% соответственно. 25% от общего числа покупателей составляют постоянные местные клиенты<sup>11</sup>. При этом иностранные покупатели обладают большей платежеспособностью и приносят больше выручки продавцам, чем местные покупатели.

*«Все эти категории покупателей интересны для нас, но конечно, в плане платежеспособности, это иностранные туристы и компании, мы так же рассчитываем на корпоративные заказы.» - Чинара, Арт-салон «Тумар», Бишкек.*

Местные постоянные покупатели в Бишкеке в основном приобретают изделия для подарков и аксессуаров, например ала кийизы, туш кийизы, ковры, приданое для невесты, национальная одежда в подарок, шарфы и конское снаряжение.

Иностранные покупатели в Бишкеке предпочитают товары для украшения интерьера, а также уникальные изделия местного быта и культуры на память, например ширдаки, тканые ковры, тапочки из войлока, панно и сумки из войлока, шарфы, войлочные игрушки.

В Оше, который находится на достаточном удалении от Бишкека, изделия ремесленников в основном покупают местные жители. У местных покупателей пользуются спросом ковры, приданное для невесты, изделия из войлока, чехлы для мобильных телефонов и подушки для сидений. Для торговцев Оша проблематично выезжать куда-либо, чтобы находить иностранного покупателя. Иногда к торговцам домой приезжают иностранные работники международных организаций, для того, чтобы купить сувениры или подарки. Швейцарская организация «Хельветас» помогла ремесленникам Ошской области открыть страничку на Facebook с ассортиментом изделий и контактными данными.

На Иссык-Куле основными покупателями изделий ремесленников являются туристы (Казахстан, Россия), приобретающие сувениры в разгар летнего туристического сезона. Местные жители не проявляют особого интереса к ремесленным изделиям, покупая в основном ковры и приданое для невесты.

Иностранные покупатели покупают изделия и сувениры также на специализированных ярмарках в Бишкеке и Чолпон-Ате, ярмарке у пика Ленина в Ошской области.

*«У нас есть свой магазин в Чон-Алае. Магазин находится возле пика Ленина, поэтому там очень много туристов. В основном продаем товары туристам.»*

---

<sup>11</sup> Источник информации: интервью с Арт-группой Тумар.

*Ежегодно приезжаем на ярмарку «Оймо», здесь продаем.» - Айпери, Ошская область*

Самым большим спросом в Кыргызстане, как у местных, так и у иностранных покупателей, пользуются ширдаки (ковры из войлока), они являются визитной карточкой кыргызстанского ремесленничества. Помимо войлочных изделий спросом пользуются практически все изделия, изготовленные ручным трудом и в единственном экземпляре. Например, музыкальный инструмент темир комуз для горлового пения, кошельки из кожи и войлока, тканые ковры килемы, национальная одежда, ювелирные украшения в национальном стиле, головные уборы тебетей, посуда для молочных продуктов из кожи, конское снаряжение, шахматы в национальном стиле и циновки из чия.

В Таджикистане изделия местных мастеров\ремесленников приобретают как местные жители, так и иностранцы (туристы и сотрудники международных организаций). Спрос на производимые изделия народными мастерами\ремесленниками отличается по видам продукции и по регионам. Особенное значение покупатели придают региональному колориту и специфике, т.е. приобретают изделия, которые изготавливаются именно в этих районах и отражают местную культуру и традиции.

- В Душанбе основными покупателями ремесленных изделий и сувениров являются иностранные граждане. Предпочтения иностранцев отдаются сюзане<sup>12</sup>, национальной одежде, старинным шелковым платкам, коврам ручной работы, старинным камням, тубетейкам, а также керамическим изделиям из северных регионов (Худжанд, Исфара, Канибадам). Кулябское платье «чакан» также пользуется особым спросом среди туристов и иностранных граждан.

Практически ни одна свадьба на территории РТ не проходит без деревянных сундуков, поэтому спрос на подобные изделия среди местных жителей есть всегда, и особенно высокий спрос наблюдается в свадебные сезоны (от второй половины весны до второй половины осени). По утверждениям респондентов, душанбинцы становятся более заинтересованными в приобретении изделий ремесленников в последнее время, однако для большинства из них цены на изделия по-прежнему является высокими.

*«Туристы из зарубежных стран – это самые перспективные и выгодные покупатели. Потому, что я сам с моим доходом никогда не куплю картину за 90 долларов. Для меня это роскошь. У нас не такая большая зарплата и доход. Проблема в том, что наши люди не покупают изделия народных мастеров не потому, что им не нравится, а потому, средства не позволяют» - Представитель арт-галереи «МАКС», Душанбе*

---

<sup>12</sup> Сюзане - вышитая узорами декоративная прямоугольная хлопчатобумажная или шелковая ткань.



*«Больше интересуются иностранцы. Но так же наблюдается тенденция интереса и среди жителей Таджикистана. Мне кажется, интерес у наших граждан вызван тем, что они видят интерес иностранцев к нашей культуре и им тоже хочется иметь национальные вещи» - Ремесленник, Душанбе*

- По словам представителя компании «Де Памири Хэндикрафтс», лидером рынка продаж ремесленных изделий в ГБАО, около 70% покупателей изделий в Хороге являются туристами и работниками иностранных организаций. Самым популярным изделием, как среди местных жителей, так и среди иностранных граждан, являются джурабы (памирские носки, вязанные из шерсти). Памирские джурабы отражают культуру, традицию и искусство местных жителей. Вдобавок к этому, джурабы стоят недорого (от 25 до 50 сомони) и служат не только, как сувенир, но и как обычные теплые носки, которые хорошо согревают в холодное время года. Кроме джурабов, иностранные покупатели предпочитают изделия из местных полудрагоценных камней (кольца, сережки, бусы, браслеты), шерстяные ковры. Местные жители охотно покупают памирские тюбетейки, сумочки, музыкальные инструменты, кожаные кошельки, сурьма, тапочки, вязанные платки и свитера, шерazi<sup>13</sup>, деревянные четки. Следует отметить, что из-за того что в последнее время въезд на территорию ГБАО ограничен для иностранных граждан, продажи некоторых изделий (изделия из камня, изделия из полудрагоценных камней и др.) упали.
- В Худжанде изделия местных ремесленников покупают в основном иностранные граждане или жители других регионов Таджикистана. Покупателями также являются местные жители, которые собираются выехать за границу (студенты, трудовые мигранты др.), которые приобретают изделия в качестве подарков и сувениров для своих иностранных коллег, друзей, однокурсников и т.д. В Худжанде особым спросом пользуются такие изделия и сувениры, как национальные ножи, тарелки, магнитики, каменные стаканы из Горного Бадахшана, которые изображают гороскоп, брелоки в виде национальных кукол, шапочки для чайников, национальные веера и т.д. В основном, хорошо продается та продукция, которая не очень дорогая, но экологически чистая и качественная. Иностранцы обращают внимание на размер сувениров, т.е. в основном покупают маленькие и легкие сувениры, чтобы для перевозки было удобно, и не ломались.

При выборе изделий иностранные покупатели руководствуются, в первую очередь, дизайном и качеством сырья. Сырье должно быть обязательно натуральным и экологически чистым. Иностранцы крайне негативно относятся к изделиям из искусственных материалов и изготовленным машинным методом. Кроме этого, иностранные покупатели чаще приобретают изделия небольшого размера, которые легче всего провезти в багаже.

*«Иностранцы и российские покупатели больше различают, где натуральное, а где синтетическое сырье. Иностранцы ценят именно запах баранины в войлочных изделиях.» - Айжан, Иссык-Кульская область*

Местные покупатели предпочитают изделия и аксессуары в национальном стиле в декоративных целях и в качестве подарков на значимые события. Особое внимание они уделяют качеству изделий. Так, на свадьбах, юбилеях в качестве подарков дарят вышитую ручным способом верхнюю национальную одежду, головные уборы, изделия из кожи, холодное оружие, ювелирные изделия и т.д.

В целом, покупатели как конечные потребители формируют спрос на ремесленные изделия. Путем установления обратной связи с покупателем, сбора отзывов и анализа продаж ремесленникам и продавцам удается выявить самые популярные изделия и сувениры. Самые продаваемые изделия входят в основу каталогов и буклетов, публикуются на вебсайтах, в страницах в социальных сетях (Facebook, Instagram).

#### **f. Продвижение и маркетинг**

В результате исследования установлено следующее:

Большинство ремесленников и мелких торговцев ремесленными изделиями, особенно работающих в сельских регионах и малых городах, практически не используют никаких инструментов продвижения своей продукции. Это вызвано рядом факторов, в первую очередь отсутствием у них понимания маркетинга, нехваткой специальных знаний и навыков продвижения, а также низким доступом к Интернету и другим средствам информационных коммуникаций.

Торговые точки, принимающие сувениры и ремесленные изделия для реализации от ремесленников, также не очень активны в маркетинговой деятельности. Например, в Таджикистане только шестеро из восемнадцати опрошенных продавцов рекламируют свои магазины тем или иным способом. Используемые методы включают продвижение в социальных сетях (личные страницы в Фейсбуке, Одноклассниках), реклама в местной прессе, буклеты, наружная реклама. Магазины сувениров, находящиеся в центре города, предпочитают обходиться без рекламы, так как считают эти затраты ненужными.

Высокопрофессиональные художники и ремесленники Таджикистана и Кыргызстана (как правило, проживающие или работающие в столице или крупном городе), выпускающие авторские изделия, а также компании, выпускающие ремесленную продукцию и сувениры, применяют более широкий набор инструментов для продвижения. В первую очередь, это возможности, предоставляемые Интернетом, такие как использование электронной почты, наличие вебсайтов и страниц в социальных сетях (Facebook, Odnoklassniki, VK, Wordpress). Стоит отметить, что

большинство вебсайтов ремесленнических организаций и компаний в Кыргызстане и Таджикистане кроме русскоязычной версии имеют также англоязычную, что свидетельствует об их стремлении выйти на международный рынок и продавать свою продукцию зарубежным покупателям. Большинство известных и успешных ремесленников и организаций также используют печатные средства продвижения (визитные карточки, буклеты, календари, постеры).

Одним из важнейших и очень эффективных методов продвижения для центрально-азиатских ремесленников является участие в региональных и зарубежных выставках и ярмарках народного искусства и ремесел. Об участии в тех или иных мероприятиях такого рода упомянули почти все опрошенные ремесленники и производители. В центрально-азиатском регионе регулярно проводятся подобные мероприятия, например фестиваль «Оймо» в Бишкеке, выставка-ярмарка народных ремесел «Восточная сказка – Шелковый Путь» в Алматы, ежегодная ярмарка ремесленников Таджикистана в Душанбе<sup>14</sup>. Все большее число ремесленников и продавцов сувенирной продукции стремятся участвовать в этих выставках. Часть производителей, самостоятельно или при поддержке зарубежных организаций, также посещают и участвуют в специализированных выставках, проходящие в зарубежных странах (Индия, Пакистан, Москва, США и т.д.). Например, в марте этого года несколько таджикстанских производителей ремесленных изделий приняли успешное участие в одной из крупнейших выставок сувениров и подарочной продукции «Подарки» в Москве.<sup>15</sup> Арт-салон «Тумар» из Бишкека регулярно участвует в самых известных выставках ремесленников по всему миру, например в NY NOW в Нью-Йорке, ВАТОМА Exhibition в Японии.

*«Я принимала участие и хочу в дальнейшем принимать участие в ярмарках и выставках. Когда принимаете участие в ярмарках и выставках за рубежом, вы увидите много нового, обмениваетесь опытом с зарубежными коллегами. Я участвовала в выставках и ярмарках в таких странах, как Объединённые Арабские Эмираты, Пакистан, Казахстан, Узбекистан и Оман. Недавно мне отправили письмо по приглашению на международную выставку в Омане. Выставка намечается в октябре этого года, и я намерена участвовать в этой выставке.» - Наимаджон Бобоева, Худжанд*

Отдельно стоит отметить роль, которую играют в продвижении народных ремесел и художников Таджикистана и Кыргызстана иностранные и международные организации, такие как European Union, Swiss Development Cooperation, Helvetas, JICA, CESVI, PromoFirenze, CACSAR, а также местные организации - Союзы ремесленников Кыргызстана и Таджикистана, Палата художественных ремесел, Бишкекский деловой

<sup>13</sup> www.news.tj <http://news.tj/ru/news/v-ismailitskom-tsentre-dushanbe-otkrylas-vystavka-remeslennikov>

<sup>14</sup> www.saidoitjikon.com <http://sadoitjikon.com/tajnews/627-izdeliya-tadzhikskih-remeslennikov-budut-predstavleny-na-vystavke-ruchnyh-rabot-v-moskve.html>

клуб, Торгово-промышленная палата Кыргызстана. Иностранные организации оплачивают поездки и участие местных ремесленников в выставках, помогают в издании каталогов и рекламных материалов, финансируют тренинги и создание вебсайтов.

Одним из инструментов продвижения для ремесленников является брендинг. Чтобы продукт покупался, ремесленные изделия должны быть не только высокого качества, но и иметь красивую и стильную упаковку, лого дизайнера, запоминающееся название и т.д. В Таджикистане из семи опрошенных ремесленников только два имеют собственную торговую марку – ООО «Рухом» с торговой маркой «РУХОМ» и Памирские камни с торговой маркой «Pamir gems». В Кыргызстане в качестве примера могут выступить войлочные шарфы, производимые коллективом «7 сестер» в Кыргызстане. Шарфы получили сертификат качества ЮНЕСКО, известны как бренд, хорошо продаются на местном, региональном и международном рынках. Для лучшего продвижения войлочных шарфов торговцы объединяются с лучшими ремесленниками, привлекают профессиональных дизайнеров, используют «эко» этикетки и упаковки, создают короткую историю к продукту, находят зарубежных заказчиков, принимают активное участие в международных ярмарках и делают рекламную компанию (визитки, Facebook, каталоги).

Конечный покупатель диктует свои условия и требования к ремесленным изделиям. Прямой контакт с покупателем происходит в точке продажи, далее информация о предпочтениях и запросах покупателя передается продавцом назад изготовителю. Например, у кыргызстанского производителя и продавца ремесленных изделий «Тумара» 25% покупателей – жители Кыргызстана. Каждый год «Тумар» формирует каталог изделий на следующий период. Прежде чем утвердить содержимое каталога, магазин рассылает каталог своим постоянным клиентам по электронной почте для того чтобы учесть их пожелания и вкусы, тем самым поддерживает связь с покупателями и продвигает свой бренд и продукцию на рынке.

Большинство опрошенных продавцов указали, что не являются членами какого-либо союза по объединению ремесленников. Некоторые торговые точки когда-то были членами Союза ремесленников Таджикистана или членами других союзов по объединению ремесленников, но потом все вышли из таких союзов. По их словам Союз ремесленников Таджикистана или другие подобные союзы для них бесполезны. Они не видели никакой выгоды от этих союзов, кроме оплаты членского взноса и вышли из членства этих союзов. Но есть торговые точки, которые собираются стать членами Союза ремесленников. Из четырёх торговых точек две торговые точки «Хафт пайкар» и «Де Памири» являются членами центрально-азиатской ассоциации в поддержку ремёсел CACSA. Ещё два продавца ремесленной продукции Зафар Мамаджонов и Хомидо Усмонджон, которые ведут свою деятельность в качестве частных предпринимателей, являются членами союза ремесленников Таджикистана. По словам этих четырёх торговых точек быть членом таких союзов даёт им возможность для

развития. Эти же союзы организуют выставки, ярмарки, семинары где продавцы могут продавать свою продукцию, приобрести новых покупателей и научиться новейшими технологиями в ремесленной сфере.



#### **4. СИЛЬНЫЕ И СЛАБЫЕ СТОРОНЫ, ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ ОТРАСЛИ**

Для выявления возможностей дальнейшего роста рынка ремесленных изделий в Таджикистане и Кыргызстане, проектная команда провела анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз (SWOT-анализ) для каждой из стран.

В целом, обеим странам присущи, как правило, одни и те же характеристики рынка. Приведенные ниже результаты анализа сводные, т.е. описывают обе страны.

##### **СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ**

1. Наличие в обеих странах сильных традиций, технологий и опыта производства определенных категорий ремесленных изделий: в Таджикистане – текстильные изделия, изделия из дерева (музыкальные инструменты, резьба по дереву), керамика, ювелирные изделия; в Кыргызстане – изделия из войлока (шырдак, ала-кииз), лоскутные изделия (курак, туш-кииз), кожаные и ювелирные изделия.
2. Доступные цены на местное сырье и материалы. Базовым материалом для производства является сырье местного происхождения (шерсть, кожа, дерево и др.). Цены на него доступны для ремесленников, хотя качество часто оставляет желать лучшего.
3. Натуральность и экологичность изделий. Ремесленники стараются использовать доступное натуральное сырье, по возможности стараются избегать искусственных, синтетических материалов.
4. Наличие сильных дизайнеров в ремесленном секторе Кыргызстана.

##### **СЛАБЫЕ СТОРОНЫ, ПРОБЛЕМЫ**

1. Низкое качество местного сырья, плохой доступ, маленький выбор сырья и материалов. Качественные материалы ремесленникам приходится покупать за рубежом.
2. Отсутствие в обеих странах организованного рынка и каналов поставок сырья для производства ремесленных изделий. Нет специализированных поставщиков сырья и материалов, которые бы работали с ремесленным сектором. Нет единой доступной для всех базы данных по сырью и материалам.
3. Сравнительно высокая стоимость изделий и сувениров (за счет высокой маржи торговых точек и т.д.).
4. В среднем, невысокое качество ремесленных изделий и сувениров.
5. Недостаточно развитая сеть продаж изделий ремесленников в обеих странах (особенно в Таджикистане). Особенно это характерно для малых городов и отдаленных туристических регионов.

6. Магазины и торговые точки, продающие изделия ремесленников, не отличаются индивидуальностью, своеобразием, им не хватает профессионализма в продвижении и продаже изделий. За редким исключением, они все похожи друг на друга.
7. Отсутствие у ремесленников знаний и навыков в области маркетинга и продвижения продукции, брендинга. Слабое использование инструментов маркетинга, возможностей Интернета для продвижения и продаж.
8. Нехватка современного специального оборудования для обработки сырья (шерсть, дерево, металл и т.д.) и законченных изделий.
9. Отсутствие у ремесленников достаточных оборотных средств, необходимых для закупки качественного сырья, приобретения оборудования и инструментов.
10. Отсутствие поддержки сектора со стороны государства и местных властей.
11. Отсутствие у ремесленников торговых марок, имен, оригинальной упаковки.
12. Незнание или слабое знание английского языка ремесленниками и продавцами, необходимое для выхода на внешние рынки и продвижения изделий среди иностранных покупателей.

## ВОЗМОЖНОСТИ

1. Продажи изделий в корпоративном сегменте: международные, местные и иностранные компании, организации и представительства, работающие в Таджикистане и Кыргызстане. Возможность изготовления специальных сувениров и подарочных изделий по заказу организаций (с логотипом, символикой, т.д.).
2. Сотрудничество со смежными секторами, такими как туристический и гостиничный сектор, авиаперевозки, для совместного продвижения и продаж изделий и сувениров.
3. Рост внутреннего спроса на сувениры и изделия местных ремесленников благодаря повышению интереса к собственной культуре и традициям.
4. Рост спроса и продаж изделий местных ремесленников за рубежом, при условии более активного продвижения и интеграции в мировой рынок ремесленных изделий. Установление связей и поставка изделий в крупные зарубежные магазины, специализирующиеся на торговле подарками и ремесленными изделиями разных стран мира.
5. Повышение продаж изделий за счет более активного использования онлайн-инструментов и платежных систем (Раурал, оплата кредитной карточкой и др.).

## УГРОЗЫ

1. Таджикистан и Кыргызстан почти неизвестны в мире. К тому же, обе страны являются одними из самых беднейших стран в СНГ, и обладают достаточно высокими рисками для путешественников (уровень преступности, угрозы



терроризма). Это прямо влияет на количество туристов, и без того очень низкое (особенно в Таджикистане).

2. Низкий спрос на ремесленные изделия со стороны местного населения. Экономический кризис снижает покупательскую способность еще больше, что отражается на доходах ремесленников. По сравнению с 2014 годом доходы ремесленников и продавцов в РТ уменьшились на 20%.
3. Давление со стороны иностранных конкурентов. Импорт и продажа в РТ и КР ремесленных изделий и сувениров (или товаров-заменителей) зарубежного производства (Китай, Иран т.д.).
4. Очень плохая логистика в Таджикистане: услуги оформления и пересылки грузов из страны находятся в неразвитом состоянии и очень дороги. Остро не хватает почтовых и форвардинговых компаний, способных гарантировано доставить заказ зарубежному покупателю по приемлемой цене.



## 5. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

### 5.1 Перспективные потребительские сегменты

В результате исследования консультантом выявлены следующие рыночные сегменты, которые обладают достаточно высоким потенциалом спроса (достаточной платежеспособностью и заинтересованностью в приобретении ремесленных изделий):

1. Иностранцы граждане в стране: туристы, сотрудники иностранных и международных организаций, представительств и компаний. Таджикистан и Кыргызстан пока еще не привлекают много туристов, тем не менее, именно они являются главными покупателями сувениров и ремесленных изделий. По разным данным, на их долю приходится от 60% до 80% процентов продаж. Они обладают высокой платежеспособностью, но часто ограничиваются покупкой мелких предметов, которые можно легко увезти в багаже.
2. Местные жители. В ходе исследования выявлено, что в Таджикистане и Кыргызстане в последние годы наблюдается рост самосознания жителей, возрастает интерес к национальной культуре и традициям, включая народные промыслы и ремесленничество. Установлено, что в определенных случаях (значимые события: свадьбы, юбилеи, дни рождения и т.д.) жители покупают для собственного использования или в подарок традиционные или обрядовые изделия (одежда, аксессуары, ювелирные изделия, ритуальные изделия). Очевидно, что при эффективном продвижении и работе с этим рынком (популяризация традиционных ремесел в СМИ) изготовители и продавцы ремесленных изделий и сувениров способны значительно увеличить продажи в этом сегменте. В первую очередь, речь идет о жителях крупных городов, обладающих средним и выше среднего доходом.
3. Корпоративный сегмент: местные и иностранные компании и организации, работающие в Кыргызстане и Таджикистане. Этот покупательский сегмент обладает высоким потенциалом (особенно высокой платежеспособностью), и способен приносить значительную выручку изготовителями и продавцам в обеих странах, но пока остается без внимания изготовителей и торговых компаний. Организации могут покупать как стандартные сувениры и изделия (для подарков, собственного пользования), так и заказывать изделия с корпоративной символикой, специального дизайна, т.д. Особое внимание должно быть уделено качеству. Используемый канал – прямой маркетинг.
4. Потенциальные покупатели за рубежом. Речь идет в первую очередь о странах Западной Европы, США, Канаде, Японии. Приходится признать, что обе страны

пока обделены вниманием мировой туристической отрасли. Тем не менее, ремесленники и торговые посредники могут выйти на рынки развитых стран и продавать неповторимые изделия и подарки прямо там. Эта тенденция постепенно формируется: отдельные изготовители в РТ и КР посещают зарубежные ярмарки, устанавливая связи с покупателями, используют Интернет для продаж. Рыночный потенциал развитых стран большой. Жители этих стран открыты для восприятия культуры и традиций стран ЦА, и готовы покупать уникальные предметы и изделия. Нужны эффективные стратегии выхода на рынки этих стран (включая установление связей со специализированными магазинами, посещение выставок и ярмарок, продажи в Интернете, т.д.). Изделия должны быть высокого качества и иметь упаковку.

5. Наконец, изделия лучших местных ремесленников и мастеров может закупать правительство страны, для того, чтобы использовать их в качестве подарков зарубежным гостям и делегациям, отправлять их в посольства за рубежом, таким образом стимулировать интерес к культуре, традициям и ремеслам, продвигать местные ремесла и мастеров в мире, укреплять имидж и репутацию страны.

## **5.2 Изделия с максимальным потенциалом роста**

Таджикистан и Кыргызстан предлагают сегодняшнему рынку достаточно широкий ассортимент ремесленных изделий, изготовленных из различных материалов и имеющих различное назначение. Проведенное исследование позволило выявить виды изделий, обладающих наибольшим потенциалом роста в каждом покупательском сегменте.

В Таджикистане наибольшим спросом пользуются следующие виды изделий:

- Среди зарубежных покупателей (иностранные туристы, работники международных организаций), согласно результатам исследования, самым большим спросом пользуются следующие виды ремесленных изделий: сюзане, традиционные памирские шерстяные носки «джурабы», тибетейки, кулябское платье «чакани», памирские тканые шерстяные ковры, изделия из полудрагоценных камней, керамика. Покупатели предъявляют повышенные требования к материалам и качеству.
- Местные жители больше всего покупают ритуальные предметы – резные сундуки и свадебную одежду, а также «шеразы», «сузани», вязаные изделия («джурабы», пинетки), тибетейки, сумки, музыкальные инструменты. Местные покупатели чувствительны к цене.

В Кыргызстане наибольший потенциал роста имеют следующие виды изделий:

- Среди иностранных покупателей наибольшей популярностью пользуются изделия из войлока: «шырдаки», «ала-кийизы», куклы; ковры и панно из лоскутов – «туш-кийизы» и «кураки»; мелкие сувениры (например, обереги-тумары, статуэтки); ювелирные изделия из серебра, изделия из кожи (посуда, сувениры), шарфы из войлока и шелка, керамика.
- Местные жители чаще всего покупают изделия ремесленников в подарок на свадьбу, юбилей или другое торжество: традиционную национальную одежду и головные уборы, приданное для невесты, ковры, войлочные изделия (шырдаки), ювелирные изделия, конское снаряжение, и даже традиционные дома – юрты.

Для повышения качества изделий и роста продаж, местным ремесленникам необходима более узкая производственная специализация, привлечение к работе дизайнеров и художников, более тщательная работа с поставщиками сырья и материалов.

### **5.3 Каналы продаж**

Следующие каналы продаж представляются наиболее эффективными в доставке ремесленных изделий выбранным сегментам.

#### Туристы, иностранные гости

1. Существующая система дистрибуции: специализированные магазины сувениров, арт-салоны, художественные галереи, торговые отделы в моллах, продавцы на базарах и рынках.
2. Места проживания: отели и гостиницы, гостевые дома (homestay) и шелтеры в столице, крупных городах и сельских населенных пунктах вдоль туристических маршрутов; пансионаты и дома отдыха, музеи, залы вылета в аэропортах.
3. Продажа изделий через местные туристические компании, принимающие туристов и иностранных граждан (на пример, «Кыргыз Концепт» в Бишкеке, «Ором Трэвел» в Таджикистане). Изделия и сувениры могут продаваться как в офисах турагентств (стенды, киоски), так и в точках остановок на маршрутах (гостевые дома). Необходимо установление взаимовыгодных отношений (кросс-маркетинг услуг) и разработка программ стимулирования партнеров.

#### Корпоративный сегмент

1. Прямой маркетинг и продажи изделий корпоративному сектору. Выпуск ежегодных каталогов, прямые рассылки, презентации новых коллекций. Возможность заказа изделий и сувениров с корпоративной символикой (лого, цвета).

#### Покупатели за рубежом

1. Прямая продажа изделий конечным покупателям онлайн (через вебсайт используя платежные системы: PayPal, кредитные карты, т.д.).
2. Поставка изделий зарубежным торговым посредникам, специализирующимся на продаже ремесленных изделий, сувениров и подарков.

### Местные жители

1. Существующие специализированные розничные точки продаж: магазины сувениров, арт-салоны, галереи и т.д.
2. Регулярные выставки-продажи изделий ремесленников.
3. Продажа онлайн: заказ через вебсайт с последующей доставкой и оплатой.

### Правительство

Ассоциации ремесленников могут лоббировать интересы отрасли в правительственных органах, предлагать государству стратегии продвижения ремесленных изделий и содействия местным художникам по выходу на мировой рынок, обсуждать перспективы и условия сотрудничества. Изготовление и презентация перспективных изделий. Заключение договора на поставку.

## **5.4 Стратегии и инструменты продвижения**

Стратегии и задачи продвижения ремесленных изделий в странах можно условно разделить на два уровня: уровень отрасли в целом, и уровень отдельных ремесленников, предприятий.

1. На уровне ремесленных секторов в обеих странах, необходимы следующие стратегии и методы для повышения интереса к ремесленным изделиям со стороны местных покупателей и корпоративного сектора и продвижения отрасли:
  - Разработка и организация PR-мероприятий в поддержку местных ремесленников и художников (статьи в прессе, телепередачи, пресс-конференция, др.). Задачи: популяризация народных ремесел, информирование жителей и гостей о ремесленниках и их изделиях, формирование интереса и желания приобретать изделия.
  - Регулярное издание в каждой стране общего справочника-каталога о ремесленниках, художниках и арт-салонах в КР и РТ. Перевод каталога на английский язык и его распространение среди международных и иностранных организаций и крупных компаний, представительств, посольств, и т.д.
  - Организация выставок-продаж изделий ремесленников. Выставки и ярмарки являются эффективным методом установления прямых контактов между изготовителями, конечными покупателями и торговыми посредниками. Кроме центральных ежегодных выставок в столицах необходимо чаще организовывать

региональные выставки (в Худжанде, Оше, Кулябе), задачей которых должно являться в первую очередь популяризация и содействие продажам изделий ремесленников данных регионов, многие из которых не могут участвовать в крупных выставках в Душанбе или Бишкеке.

Мероприятия, направленные на поддержку и развитие всего ремесленного сектора, должны разрабатываться и осуществляться отраслевыми ассоциациями (Союз ремесленников Таджикистана, CACSAR-kg) при технической и финансовой поддержке государства и заинтересованных международных организаций.

2. Очевидно, что делать красивые вещи недостаточно для того, чтобы быть успешным, надо еще уметь продать их. Чтобы продать их, нужно показать их потенциальным покупателям, чтобы вызвать у них интерес. Рекомендуемые стратегии и инструменты продвижения и повышения продаж на уровне отдельных ремесленников и предприятий включают следующие:

- Главным инструментом роста и увеличения продаж ремесленника (а также точки по продаже сувениров) является известность и репутация. Известность формируется через высокое и стабильное качество изделий, сервис, отношение. Высокая репутация ремесленника/продавца может быть транслирована в торговую марку (бренд). Бренд дает узнаваемость, позиционирует ремесленника, создает репутацию и стиль, дает возможность получения дополнительной прибыли. Бренд – это комплекс инструментов, в первую очередь имя, графический образ (логотип), слоган, стиль, упаковка. Большинство ремесленников в КР и РТ – безымянные изготовители, о которых не знают покупатели. Они имеют слабые позиции в переговорах с торговыми посредниками, которые получают основную прибыль с изделия.
- Для развития и роста ремесленника обязательно участие в международных ярмарках и выставках. Это лучшая стратегия для установления контактов с покупателями и посредниками, обмена опытом и навыками с другими ремесленниками, повышения известности. Одна из крупнейших мировых выставок изделий ремесленников ежегодно проходит в Санта-Фе, Нью-Мексико, США. Организатором этого события является международный альянс ремесленников, International Folk Art Alliance<sup>16</sup>. В составе участников этого шоу уже есть ремесленники из Средней Азии: Узбекистана, Казахстана и Киргизии, но пока еще нет ни одного представителя Таджикистана.

---

<sup>15</sup> Источник данных: <http://www.folkartalliance.org>

- Шире использовать другие инструменты продвижения на базе Интернета, таких как поддержание профессиональных страниц в социальных сетях (Facebook, V Kontakte, др.), ведение блогов (Twitter, WordPress).
- Расширение международных контактов через членство в международных ассоциациях и союзах ремесленников, например:
  - International Feltmakers Association (<http://www.feltmakers.com>)
  - International Decorative Artisans League (IDAL) (<http://www.decorativeartisans.org>)
  - International Woodcarvers Congress <http://www.awcltd.org>
- Ремесленники и продавцы изделий должны постоянно привлекать новых покупателей, при этом удерживать существующих и продолжать продавать. Необходимо вести учет всех клиентов (базы данных, CRM) с тем, чтобы поддерживать с ними постоянную связь: делать рассылки и информировать их о новых изделиях, скидках, и т.д.
- Хорошим методом повышения продаж является стимулирование спроса: распродажи изделий (сезонные) с предварительным информированием целевой аудитории (рассылки по эл. почте, на вебсайте и соц. Сетях, с помощью наружной рекламы).



## Приложение 1. Поставщики сырья и материалов в Таджикистане

Поставщик	Адрес, телефон	Вид сырья, материала
ООО «Джахоннек»	г. Душанбе +992918499080	Кожаные изделия
ООО «Дунеи атлас»	Согдийская область, г. Худжанд, ул. Ленина +992927845555	ткани х/б, адрасы, атласы, мулине, шерсть, нитки
«Джамаста»	Горно-Бадахшан, Хорог, ул. Ленина, тел. +992933330550	Полудрагоценные камни
ООО «Нассочии Точик»	г. Душанбе, ул: С. Шерози, 2213673, +992951300003, +992900848363	Ткани, войлок и шерсть
Рынок Корвон	г. Душанбе, ул. Фирдавси	Ткани, нитки, краски
Точик Истиклол	г. Душанбе, ул: Юж. Обходная, +992904462446	Кожаные изделия
Рангинкамон Равшан	г. Душанбе, ул: Рудаки, +992917873081, +992909993889	Краски
Асрори санг	г. Душанбе, ул: Шестопалова, 2330023, +992918181808	Цветных металлов
Апрелевка	Согдийская область, Кайракум, Консой, ул: Горкий, +992927771800	Метал
Зарафшон	Согдийская область, Пенджикент, Косатарош, село Сугдиян, 8343754227	Драгоценных металлов и руд редких металлов
ООО СП Джавони	Согдийская область, 735700, г. Худжанд, ул. Джавони 1, (+992 3422) 6 51 67, 4 08 61, эл. почта: javoni@sugdien.com	Ткани
Компания по нитке «Худи»	830002, Китай, г. Урумчи,	Нитки и молнии

	Сяосимэнь, рынок ткани Синьхуа №6-3, тел.: 0086-991-2315130. 2315744, сот.: 13579934280, Fax: 0086-991-2849131	
Магазин «Едгорлик»	Узбекистан, Ферганская область, г. Маргилон, +998 93 97 807	Атласы и адресы, ткани,
ЧП Гайбулложон	Согдийская область, г. Худжанд, ул. Шарк, рынок Панчшанбе, рядом с магазином «Гармак», тел. Phone+992927414644	Тарелки и другие гончарные изделия из глины (полуфабрикат)
Учебно-производственное предприятие «Дугонахо»	Согдийская область, Б. Гафуровский район, дж. Х. Усмон, ул. Ахмедова, +992 92 939 55 55	Атласы и адресы
Торговцы металлом	Согдийская область, Б. Гафуровский район, дж. Хистеварз, тел. +992927258245	металл
Мясники рынка Пачшанбе	Согдийская область, г. Худжанд, рынок Панчшанбе, районы Согдийской области	Кости, рога
ООО Рынок Ходжи Шариф	Хатлонская область, г. Курган-Тюбе, +992987800015	Доски и жестянки
ГУП «Джамаст»	Мургабский район	Полудрагоценные камни
ООО «Памир Эндиграф»	г. Хорог, ул: Ленина, +992919262901	нитки и шерсть
Мухаммаджон	г. Худжанд, рынок Паншанбе, тел:+992927477866	Подошвы для обуви
Магазин «Бек»	г. Худжанд, рынок Паншанбе, +992901012320	Кожа для обуви
Магазин «Сабрина»	г. Худжанд, рынок Паншанбе, тел. +992918640469, +992928860000	Ткани, нитки

ООО СП ВТ «Силк»	г. Худжанд, ул: Ленина 238, тел: 83422+4877	Шелковые нитки
ООО «Гасер»	Район Шахринав, джамоат Сабо, тел: +992919609920	Драгоценные камни и металлы
ООО «Азиз»	Хатлонская область, р-н Шахритуз, джамоат Х. Холматов, село Ленинобод, тел: +992935878900	Изготовление изделий из пластика
ООО «Гайрат»	Г. Куляб, ул: И. Сомони-5 тел. +992933065225	Лоскутки (обрезки материала)
ООО «МПК-30»	Г. Курган-Тюбе, ул: Джалилов-118, тел: +992934470022	Доски и жестянки
«Муштари-90»	Г. Гиссар, село Ходжагирдоб, тел. +992904255544	Нитки, ткани
ООО «Зарина»	Р-н Бохтар, джамоат Заргар, тел. +992934645884	ткани
ООО «Сохтумони Шарк»	Р-н Файзабад, ул: И. Сомони, тел. +992919650614	Отходы древесины
ООО «Фируз»	Г. Худжанд, ул: Ленина, тел: 83422 44638	пряжа

## Приложение 2. Поставщики сырья и материалов в Кыргызстане

Поставщик	Адрес, телефон	Вид сырья, материала
Общественный фонд по развитию мериносо	г. Токмак. Луцихина Е.М. Войлочная продукция 0313820086, 0773406077	Войлок и шерсть
Сосновская фетровая фабрика головных уборов.	С. Сосновка. 0553347642	Войлок и шерсть Войлок для калпаков
Руно Азия. Фабрика нетканых материалов. Производство войлока и шерстяных одеял	Восточная промзона, ул Виноградная 1, г.Бишкек 0312299585, 0701544911	Войлок и шерсть
Государственный племенной завод Катта-Талдык	Ошская область, Кара-Суйский р-н, с. Баш-Булак  +996 (3232) 2-18-00.	Шерсть
OVAL Australia Pty Ltd	ovalaustralia@yahoo.com  <a href="http://www.australiawool.com.au">http://www.australiawool.com.au</a>  Tel 61-2-95562905  Mob 61-410649099	немытая шерсть мериносо
Zhejiang Tiantai Wenxing Non-Woven Cloth Industry Co., Ltd.	No.35 East Youyi Road, Pingqiao Town, Tiantai County, Taizhou City, Zhejiang Province. China  86-576-83671888,83671999	Войлок
Региональная ремесленная ярмарка в Алматы, Казахстан	Ориентир: ЦУМ, Арбат,  Бибинур  87019977910	Верблюжья шерсть

Борская войлочная фабрика	606460, Нижегородская обл., г.Бор, ул.Клубная д.2  8(83159) 6-89-13, 6-89-42	Войлок и фетр
Beijing Cornovo Import&Export Corporation	3-515, Sanjianfang Creative Life Park, 1292 North Shore, No. 1-1, Yard 15, Jianguo Road, Chaoyang District, Beijing, China  86-10-85094532	Войлок
ООО "Русская шерстяная компания"	Россия » Москва 125363 ул. Фабрициуса д.13  +7 968-394-87-88 , +7 (916) 795-89-54	Шерсть меринуса
Sutherland Felt Company	700 E. Whitcomb, Madison Heights, MI 48071, Scotland  248-280-0450	Войлок, фетр
«Акмарал»	Кыргызстан, Бишкек, ул. Ю. Фучика, 3824-18-84; 24-18-90; 24-18-95; 24-24-64	Кожа
Компания «Булгары»	Бишкек, ул. Осмонкула, 158  +996 312 361440, 361431	Кожа
ОАО ОККО «Кожзавод»	Кыргызская Республика, город Бишкек, ул. Хвойная, 64. 0 312 67-91-19, 0 312 67-91-12, 0 312 67-91-21. 0 555 006-990, 0 543 94-77-58	Кожа
Persepolis Leather	Izmir Menemen Leather Free Zone 35660, Turkey Telephone:90-232-8426302 Mobile Phone: 00905337737884	натуральная кожа
ООО "Арго"	659311, Россия, Алтайский край, г. Бийск, ул. Чайковского, 4  +7 905 980 5522	Натуральная кожа

Тавро. ИП Назаров Р.И.	129515 г. Москва, Проспект Мира, дом 124, корп.8, подъезд №16.  +7 (495) 241-90-16	Натуральная кожа
ОАО «Чегемский кожевенный завод»	Кабардино-Балкарская Республика, г.Чегем, ул.Героя России Кярова д.1,Чегемский кожзавод "Кариста"  +7 (86630) 422-15	Кожа
Weiyida (Guangzhou) Leather Co., Ltd.	No. 13, 13A, Shiling (Int'l) Leather City Plaza Road, Lianhe Village, Shiling Town, Huadu Dist., Guangzhou, Guangdong, China  0086-20-86933113	Кожа
ROLIPEL DI MAALOUF FADI	Corso Europa 185, Avellino, Italy  39-349-7129729	Кожа
VINTAGE TEKSTIL VE DERI URUNLERI ITHALAT IHRACAT SANAYI TICARET LIMITED SIRKETI	Hidiraga Mah. Tahtali Camii Sk. No:13/B, Corlu, Tekirdag, Turkey  90-282-6543438	Кожа
ОсОО «Первая Металлобаза»	Бишкек, ул. Мурманская 56 0312320240	Метал
ООО «Перфодоко»	Россия, Москва, ул.Путевой пр- д., дом 3  (495) 542-77-20	Декоративный металл
Anping County Puersen Hardware Wire Mesh Products Co., Ltd.	800 Meters, Southwest Cuianpu Village, Anping County, Hengshui, Hebei, China  86-0318-5188833	Декоративный металл
Магазин «Все для шитья»	Бишкек, пр.Манаса 61 +996 312 614147	Ткани, нитки, краски
Рынок Мадина.	Бишкек, ул. Менделеева, мкр.	Ткани, нитки,

	Восток-5 +996 312 531094	краски
Оптово-розничный вещевой рынок «Дордой»	0 312 281920	Ткани, нитки, краски
ABDUL RAZZAQ MOHIDDIN ABDULLA TRADING EST.	ABDUL RAZZAQ MOHIDDIN ABDULLA TRADING EST P.O.Box 916,Dubai - U.A.E. 971-971-04-3474001	Нитки
Jinsung Textile Co.	161 Gugok-ri Munbaek-myeon, 365865, South Korea, Chungcheongbuk-do, Jincheon-gun 82-02-4020093	Нитки
Wuxi Chaoqiang Adornment Co., Ltd.	Yuanjing Village, Yuecheng Town, Jiangyin, Wuxi, Jiangsu, China 86-510-86582588,	Нитки
Sunshine Nonwoven Fabric & Clothes Co., Ltd.Quanzhou	AA2406, Wanda Center, Baozhou Road, Fengze Dist., Quanzhou, Fujian, China 0086-0595-28020304	Ткани
FLY SHIP TEXTILE TRADING (L.L.C)	203RULER'S BLG,BUR DUBAI, Dubai, United Arab Emirates 971-04-3539168	Ткани
AKEL INSAAT TAAHHUT OTOMOTIV TEKSTIL KUYUMCULUK GIDA SANAYI VE DIS TICARET LIMITED SIRKETI	evren mah gulbahar cad 2 sok no 62, bagcilar, Istanbul, Turkey 90-212-6712760	Ткани
YOUNGSHIN ENTERPRISE	#20-6, Baegyang-daero 1048, Buk-gu, Busan, South Korea 82-10-55583350	Ткани
RAVI EXPORTS	601, Brooklyn, Lokhandwala Complex, Opp Ashok Academy, Mumbai, Maharashtra, India 91-22-9320363500	Ткани
VINAY INDUSTRIES LIMITED	DHORAJI ROAD, JUNAGADH, Gujarat, India <a href="http://vinaygroups.com/">http://vinaygroups.com/</a> Telephone:91-285-	Хлопок

	2661797,2661585,2661794 Mobile Phone:9825979781	
ASIAN CONSUMABLES INDIA PRIVATE LIMITED	No.3 , Balaji Street , M.G.M Nagar , Avaniyapuram Byeapass Road, Madurai, Tamil Nadu, India 91-452-6453334	Хлопок
Dezhou Junxiang Textiles Co., Ltd.	15/F, Unit 2, Block 1, Dongcheng International Building, Sanba Rd., Dezhou, Shandong, China (Mainland) Telephone: 0086-534-2182756 Mobile Phone: 18516995972	Хлопок
AALISHAN EXPORTS	26A, Ramakrishnapuram, Karur, Tamil Nadu, India 91-04324-230337	Хлопок
Hebei Huafang Printing And Dyeing Co., Ltd.	Rm. 3006, Fuer Mansion, No. 9, East Sanhuan Middle Road, Chaoyang Dist., Beijing, China 86-10-85868789-809	Хлопок
Shaanxi Yalan Textile Co., Ltd.	Room 41802, Phase 2, Wealth Center, Gaoxin 3rd Road, Hi-Tech Development Zone, Xi'an, Shaanxi, China 86-029-83151505	Хлопок
Echo-Silk Co., Ltd.	Rm. 1002, Building A, No. 1775, Caoan Road, Jiading District, Shanghai, China <a href="http://www.echo-silk.com">http://www.echo-silk.com</a> Telephone:86-021-61397204 Mobile Phone:18321109761	Шелк
Marjona-Tola-Fayz, OOO	Узбекистан, Наманганская область, Уйчи, Жийдакапа КФЙ +998 (90) 5979006	Шелк
Hangzhou Fangda Silk Co., Ltd.	No. 67, Jiankang Road, Xiacheng Dist., Hangzhou, Zhejiang, China 86-0571-85161063	Шелк
Tongxiang Heshan Weiye Textile Co., Ltd.	Changxiu Hexi, Heshanji Town, Tongxiang, Jiaxing, Zhejiang,	Шелк



	China 0086-0573-88677184	
KVR INTEXX	C-12 / 434, First Floor, Yamuna Vihar, New Delhi, Delhi, India 91-11-22917853	Шелк
JAISALMER HANDLOOM HANDICRAFT INDUSTRIES	H.O. Court Road Gandhi Chowk, Jaismar, Rajasthan, India 91-2992-251610	Шелк
YOUNGSHIN ENTERPRISE	#20-6, Baegyong-daero 1048, Buk-gu, Busan, South Korea Telephone:82-10-55583350	Бархат
MEHER INTERNATIONAL	8003, World Trade Centre, Ring Road, Surat, Gujarat, India 91-261-2328237	Бархат
FLY SHIP TEXTILE TRADING (L.L.C)	203RULER'S BLG,BUR DUBAI, Dubai, United Arab Emirates	Бархат
Аламединский рынок "Строй Маркет".	ул. Жибек Жолу, 150 +996 312 29-49-38, +996 312 29-49-32	Дерево, древесина карагача, урюка, тополя и т.д.

### Приложение 3. Гайд для проведения глубинных интервью с ремесленниками

#### ВВЕДЕНИЕ

Здравствуйте, меня зовут -----, я представляю консалтинговую компанию «М-Вектор». Мы проводим исследование рынка изделий народных мастеров и ремесленников в странах Средней Азии. Результаты этого исследования должны помочь всем участникам этого рынка, в том числе вам, работать более эффективно, производить и зарабатывать больше.

Могу я задать вам несколько вопросов по этой теме? Беседа займет не более 30 минут. Ваши ответы будут использоваться только в обобщенном виде.

Если вы не возражаете, я буду записывать наш разговор на диктофон, что потом внимательно еще раз все прослушать и проанализировать полученную информацию.

Если у вас возникнут какие-либо вопросы, связанные с этим интервью, или вы захотите сообщить нам что-нибудь еще, вы всегда можете связаться с нами по телефону в нашем офисе \_\_\_\_\_ (номер телефона).

#### ИНТЕРВЬЮЕР! ЗАПОЛНИТЕ ТАБЛИЦУ НИЖЕ СРАЗУ ПОСЛЕ ОКОНЧАНИЯ ИНТЕРВЬЮ

Имя и фамилия респондента	
Город/село	
Название предприятия (если есть)	
Дата интервью	
Контактный телефон респондента	

#### ИНТЕРВЬЮЕР!!

- ПОСЛЕ ЗАВЕРШЕНИЯ ИНТЕРВЬЮ ЗАПИШИТЕ ВСЕ ВИДЫ ИЗДЕЛИЙ, КОТОРЫЕ ПРОИЗВОДИТ РЕМЕСЛЕННИК/МАСТЕР.
- ТАКЖЕ, ПОПРОСИТЕ РЕСПОНДЕНТА ПОДЕЛИТЬСЯ С ВАМИ КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ О ПОСТАВЩИКАХ СЫРЬЯ, С КОТОРЫМИ ОН РАБОТАЕТ (ИМЯ, НОМЕР ТЕЛЕФОНА). ОБОСНУЙТЕ ЭТО ТЕМ, ЧТО В РАМКАХ ИССЛЕДОВАНИЯ НАМ НУЖНО ТАКЖЕ СОБРАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О ПОСТАВЩИКАХ СЫРЬЯ ДЛЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ ИЗДЕЛИЙ И СУВЕНИРОВ.

## ПРОИЗВОДСТВО

ДАВАЙТЕ СНАЧАЛА ПОГОВОРИМ О ВАШЕЙ РАБОТЕ, ПРОДУКЦИИ.

1. Как давно вы занимаетесь изготовлением изделий и сувениров? Какой у вас юридический статус (компания, индивидуальный предприниматель, патент др.)?
2. Вы работаете один или с помощниками, партнерами? Сколько человек работает с вами? В чем заключаются лично ваши непосредственные функции/обязанности?
3. Какие изделия вы изготавливаете? Пожалуйста, перечислите все, что вы делаете.
4. Как вы принимаете решение о том, какие виды изделий изготавливать? Вы делаете это самостоятельно или консультируетесь с кем-либо? С кем?
5. Кто разрабатывает дизайн (внешний вид, стиль) изделий? Вы сами или кто-то другой?
6. Расскажите, пожалуйста, о том, где вы берете сырье и материалы для изготовления изделий. Какие виды сырья и материалов вы используете в своей работе? Перечислите, пожалуйста.
7. Все ли необходимое для вашей работы вы можете достать на местном рынке? Чего не хватает?
8. Покупаете ли вы какое-нибудь сырье и материалы, произведенные за рубежом? Расскажите, пожалуйста, какое? В каких странах оно производится? Вы покупаете их напрямую из-за рубежа или у местных посредников/продавцов?
9. Как вы оцениваете качество местного сырья? В чем его достоинства и недостатки? Что можно сказать о качестве зарубежного сырья и материалов?
10. Вы покупаете сырье у других людей/организаций или изготавливаете его сами? Из каких регионов страны вы закупаете/привозите сырье?
11. Как вы находите поставщиков сырья? Среди знакомых, родственников, земляков? Какие методы вы используете: базы данных, Интернет, выставки, ярмарки?
12. Имеете ли вы все необходимые инструменты и оборудование для обработки сырья и изготовления изделий? Чего не хватает?
13. Если говорить об объеме производства, сколько изделий разного типа вы производите в месяц (количество штук)? Пожалуйста, укажите по каждому виду изделий.

## РАБОТА С ПРОДАВЦАМИ

ТЕПЕРЬ Я ХОТЕЛ БЫ ПОГОВОРИТЬ С ВАМИ О ВАШЕМ СОТРУДНИЧЕСТВЕ С ТЕМИ, КТО ПРОДАЕТ ИЗДЕЛИЯ И СУВЕНИРЫ.

14. Вы продаете свою продукцию напрямую конечным покупателям (туристам, населению) или поставляете в торговые точки, отделы?
15. Если вы продаете свои изделия покупателям напрямую сами, как вы это делаете? Покупатели приезжают к вам сами прямо в мастерскую? Есть ли у вас свой магазин, отдел (если да, где)? Продаете ли вы через вебсайт? Расскажите об этом подробнее.
16. Вы сотрудничаете с одной торговой точкой (магазином, отделом) или с несколькими? В каких городах, регионах страны они находятся? С какими точками вы работаете – магазины сувениров, отделы в торговых центрах, реализаторы на базарах, музеи, гостиницы, другое? Расскажите.
17. Делают ли торговые точки, магазины сувениров вам заказы на производство определенных видов изделий или вы поставляете им то, что у вас есть? Расскажите подробнее об этом процессе.
18. Обсуждаете ли вы с вашими партнерами (торговые точки, магазины, т.д.) производственные вопросы, например, какие изделия/сувениры нужно производить, в каком количестве, какого качества, по какой цене и т.д.?
19. Как вы оформляете рабочие отношения с партнерами? Устная договоренность, письменный контракт, другое?
20. Используете ли вы Интернет для связи с торговыми точками (эл. почту, Скайп, вебсайт т.д.)?
21. Кто устанавливает конечную цену на ваши изделия (розничная цена) - вы или торговая точка?
22. Каковы условия оплаты? 100% предоплата, частичная предоплата или оплата полностью после реализации?
23. Можете ли вы сказать, какова рентабельность вашего бизнеса, то есть, сколько процентов вы добавляете к себестоимости изделия в качестве своей прибыли?
24. Вы производите изделия под своей торговой маркой (именем) или реализаторы/магазины ставят на них свое имя?

25. Если говорить о стоимости ваших изделий, к какому ценовому уровню вы себя относите – высокому, среднему или низкому? Почему?
26. Как изделия доставляются в торговые точки: вы доставляете их сами или покупатели приезжают за ними к вам?
27. Поставляете ли вы свою продукцию за рубеж? Если да, какие изделия и в какие страны?
28. Кто покупает изделия народных мастеров/сувениры в нашей стране? Основные виды покупателей? Что пользуется наибольшим спросом у каждого вида покупателей? Почему, как вы считаете?

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

29. Участвуете ли вы в ярмарках/выставках изделий народных мастеров, ремесленников, в нашей стране или за рубежом? Расскажите подробнее об этом.
30. Являетесь ли вы членом местной или международной ассоциации ремесленников/народных мастеров? Если да, расскажите подробнее.
31. В целом, как вы оцениваете финансовые результаты своей работы: если сравнивать с тем, что было год назад, сейчас вы зарабатываете больше, меньше или столько же? Получаете ли вы больше заказов, чем год назад?
32. Какие трудности, проблемы существуют в вашем деле? Как вы их преодолеваете?
33. Что еще вы могли бы сообщить по теме нашей беседы?

Спасибо за ваши ответы! Мы желаем вам успехов!

## Приложение 4. Гайд для проведения глубинных интервью с продавцами

### ВВЕДЕНИЕ

Здравствуйте, меня зовут -----, я представляю консалтинговую компанию «М-Вектор». Мы проводим исследование рынка изделий народных мастеров и ремесленников в странах Средней Азии. Результаты этого исследования должны помочь всем участникам этого рынка, в том числе вам, работать более эффективно, продавать больше традиционных изделий и сувениров, зарабатывать больше.

Могу я задать вам несколько вопросов по этой теме? Беседа займет не более 30 минут. Ваши ответы будут использоваться только в обобщенном виде.

Если вы не возражаете, я буду записывать наш разговор на диктофон, что потом проанализировать полученную информацию.

Если у вас возникнут какие-либо вопросы, связанные с этим интервью, или вы захотите сообщить нам что-нибудь еще, вы всегда можете связаться с нами по телефону в нашем офисе \_\_\_\_\_ (номер телефона).

### ИНТЕРВЬЮЕР! ЗАПОЛНИТЕ ТАБЛИЦУ НИЖЕ СРАЗУ ПОСЛЕ ОКОНЧАНИЯ ИНТЕРВЬЮ

Имя и фамилия респондента	
Город	
Название торговой точки (если есть)	
Тип торговой точки	<ul style="list-style-type: none"><li>• Отдел в торговом центре</li><li>• Отдел в гостинице, гостевом доме</li><li>• Специализированный магазин</li><li>• Отдел в музее</li><li>• Другое (указать) _____</li></ul>
Дата интервью	
Контактный телефон респондента	

### ИНТЕРВЬЮЕР!!

- ПОСЛЕ ЗАВЕРШЕНИЯ ИНТЕРВЬЮ ЗАПИШИТЕ ВСЕ ВИДЫ ИЗДЕЛИЙ, КОТОРЫЕ ПРОДАЮТСЯ В ДАННОЙ ТОРГОВОЙ ТОЧКЕ!
- ТАКЖЕ, ПОПРОСИТЕ РЕСПОНДЕНТА ПОДЕЛИТЬСЯ С ВАМИ КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ О ПОСТАВЩИКАХ ИЗДЕЛИЙ, С КОТОРЫМИ ОН РАБОТАЕТ (ИМЯ, НОМЕР ТЕЛЕФОНА). ОБОСНУЙТЕ ЭТО ТЕМ, ЧТО В РАМКАХ ИССЛЕДОВАНИЯ НАМ

НУЖНО ТАКЖЕ ПРОВЕСТИ НЕСКОЛЬКО ИНТЕРВЬЮ С  
РЕМЕСЛЕННИКАМИ/ИЗГОТОВИТЕЛЯМИ ИЗДЕЛИЙ.

**ИТАК, ДАВАЙТЕ НАЧЕМ. СНАЧАЛА ПОГОВОРИМ О ВАШЕМ МАГАЗИНЕ, ИЗДЕЛИЯХ  
И ПОКУПАТЕЛЯХ**

1. Как давно работает ваш магазин/точка? Сколько сотрудников работает у вас?
2. Вы работаете как самостоятельное юридическое лицо или являетесь частью другого юридического лица?
3. Вы продаете изделия в розницу или оптом?
4. Какие сувениры/изделия народных мастеров/ремесленников вы продаете? Пожалуйста, перечислите все типы изделий (например, ковры, панно, декоративные тарелки, статуэтки, т.д.)
5. Какие сувениры/изделия пользуются популярностью (продаются) больше всего? Почему, как вы думаете?
6. Вы реализуете изделия местных народных мастеров, или зарубежных тоже? Из каких регионов страны эти изделия?
7. Вы продаете изделия под своей торговой маркой/брендом, или продукция продается под торговыми марками/именами ремесленников?
8. Теперь я хотел бы узнать у вас, кто покупает сувениры и изделия народных ремесленников. Расскажите, кто, в основном, покупает изделия в вашем магазине? Опишите, пожалуйста, главные типы покупателей, кто они (например, иностранные туристы, работники иностранных организаций, местные жители, другие). Какие виды изделий каждая из этих групп чаще всего покупает? Для чего, с какой целью как вы думаете?
9. В целом, кто для вас является самым перспективным и выгодным покупателем – местные жители, туристы из стран СНГ, туристы из зарубежных стран, кто-то еще? Почему, расскажите.
10. Если говорить о цене на сувениры/изделия, к какому ценовому уровню относится ваш магазин: низкая цена, средняя цена, или высокая цена? Другими словами, вы ориентируетесь на богатых покупателей, на покупателей со средней или низкой платежеспособностью?

11. Как вы рекламируете себя, как распространяете о себе информацию? Даете ли вы рекламу в СМИ или газетах? Есть ли у вас веб-сайт? Выпускаете ли вы какие-либо виды рекламных материалов (буклеты, т.д.)? Расскажите подробнее о вашей маркетинговых мероприятиях.
12. Участвуете ли вы в каких-либо мероприятиях в стране или за рубежом, например выставках, ярмарках изделий народных мастеров, т.д.? Если да, расскажите подробнее.
13. Являетесь ли вы членом национальной организации (ассоциации), объединяющих ремесленников и других участников рынка изделий народных мастеров? Если да, расскажите об этой организации и ее деятельности.

**ТЕПЕРЬ Я ХОТЕЛ БЫ УЗНАТЬ У ВАС О ВАШИХ ВЗАИМООТНОШЕНИЯХ С  
РЕМЕСЛЕННИКАМИ И ПОСТАВЩИКАМИ СЫРЬЯ**

14. Вы изготавливаете изделия сами или берете у ремесленников/производителей?
15. Кто решает, какие изделия изготавливать для продажи – вы или ремесленники?
16. Со сколькими производителями/ремесленниками вы работаете? В каких регионах они находятся? Давно ли вы работаете с ними?
17. Как вы находите ремесленников? Есть ли у вас списки/контактная информация о народных мастерах, ремесленниках, работающих в нашей стране?
18. Как вы заказываете продукцию ремесленникам? Вы приезжаете к ним лично, они приезжают к вам, по телефону, по электронной почте/Интернету, по каталогу, на выставке или каким-то другим способом? Расскажите подробнее.
19. Обсуждаете ли вы с вашими поставщиками/ремесленниками производственные вопросы, например, какие изделия/сувениры нужно производить, в каком количестве, какого качества, по какой цене и т.д.?
20. Как вы решаете вопросы ценообразования? Кто устанавливает закупочную цену (цена поставки) – вы или ремесленник?
21. Какова финансовая модель работы с ремесленниками – вы покупаете у них изделия или берете на реализацию с оплатой после продажи?
22. Как вы в целом оцениваете качество изделий, которые производят народные мастера, ремесленники в нашей стране? Если качество не очень хорошее или среднее, в чем конкретно это выражается?



23. Как продукция доставляется к вам в магазин: ремесленники привозят ее к вам сами, или вы ее доставляете сами от них?
24. Возникают ли какие-нибудь трудности, проблемы в вашей работе с народными мастерами/изготовителями продукции? Расскажите, какие?

**В ЗАКЛЮЧЕНИЕ ЕЩЕ НЕСКОЛЬКО ВОПРОСОВ**

25. Что, на ваш взгляд, вам необходимо сделать, чтобы привлекать больше покупателей и продавать больше сувениров? Какие методы и стратегии нужно использовать?
26. Какие проблемы и трудности существуют на рынке сувениров и народных изделий в нашей стране? Как их можно решить?
27. Что еще вы могли бы добавить по теме нашей сегодняшней беседы?

Спасибо за ваши ответы! Мы желаем вам успехов!



Партнёрские организации:



**Cesvi Таджикистан**  
ул. Фирдавси 16.  
734003, Душанбе  
Тел: +992 224 67 28  
e-mail: [tajikistan@cesvioverseas.org](mailto:tajikistan@cesvioverseas.org)



**Бишкекский Деловой Клуб**  
ул. Чуй 245/1, Бишкек, Кыргызстан  
Тел: (+996 312) 93 55 81  
e-mail: [office@bdk.kg](mailto:office@bdk.kg)



**PromoFirenze, Спеуиальное Агенство торгово-промышленной палаты Флоренции**  
Виа дел Кастелло Д'Алтрафронте 11, 50122 Флоренция, Италия  
Тел. +39 055 267141  
email: [laura.tettamanti@promofirenze.it](mailto:laura.tettamanti@promofirenze.it)  
[www.promofirenze.it](http://www.promofirenze.it)



**Национальная Ассоциация Малого и Среднего Бизнеса Республики Таджикистан (НАМ и СБ)**  
ул. Лоик Шерали 3, 734003, Душанбе, Таджикистан  
Тел: ( + 992 44) 625 00 08  
e-mail: [info@namsb.tj](mailto:info@namsb.tj)  
[www.namsb.tj](http://www.namsb.tj)  
<https://www.facebook.com/namsb.tj>



**Союз Ремесленников Таджикистана (СРТ)**  
ул. Тахмос 377, Душанбе, Республика Таджикистан  
Тел: +992 (44) 6206137  
e-mail: [tajikhandicrafts@gmail.com](mailto:tajikhandicrafts@gmail.com)  
<https://www.facebook.com/UCT.TJ>



Проект финансируется  
Европейским Союзом

Европейский Союз состоит из 28 государств-членов, которые решили постепенно объединить свои знания, ресурсы и судьбы. Вместе, в период расширения в 50 лет, они создали зону стабильности, демократии и устойчивого развития, сохранив культурные различия, проявляя терпимость и гарантируя свободу личности. Европейский Союз готов разделять свои достижения и ценности со странами и народами за своими пределами. С этой целью, Европейский Союз осуществляет свою деятельность в Таджикистане с 1992 года, и оказывает содействие на развитие страны сумму около 25 миллионов евро в год.

<http://europa.eu/>



Проект кофинансируется и  
реализуется Чезви

Чезви - независимая гуманитарная итальянская организация, действует во всем мире для предотвращения каких-нибудь чрезвычайных положений запуском проектов, направленных против бедности, эксплуатации местных ресурсов, привлечением преимущественной части населения. В Таджикистане с 2005г, действуют 3 филиала, которые находятся в Душанбе, Худжанд и в районе Ховалинг

[www.cesvi.eu](http://www.cesvi.eu)

Подготовлено:



«M-Vector»  
Ул. Турсунзаде 45., офис 503  
Душанбе, Таджикистан  
Тел: +992 (44) 600-6343, 600-6353  
[tj@m-vector.com](mailto:tj@m-vector.com)  
[www.m-vector.com](http://www.m-vector.com)