

# Справка о взаимодействии ремесленников и туристического бизнеса в республике Карелия



# Оглавление

Введение.....	3
Анализ результатов опроса туристических компаний.....	4
Анализ результатов опроса карельских мастеров.....	8
Анализ результатов опроса туристов.....	12
Основные направления взаимодействия туризма и ремесленничества в республике Карелия.....	14



# Введение

В 2020 году в результате пандемии COVID-19 туризм был отнесён к одной из самых пострадавших отраслей мировой экономики. Негативные экономические последствия заставляют представителей отрасли искать новые формы работы и налаживать новые партнёрские отношения. Туризм является сектором, связанным с ремесленничеством, поскольку требует большого количества товаров и услуг. С ростом туристической привлекательности растёт интерес и к услугам карельских мастеров.

В представленном документе анализируется взаимосвязь туристической отрасли и ремесленников Республики Карелии по данным анонимного анкетирования, в котором приняли участие 95 респондентов: 24 представителя туристических компаний, 21 ремесленник и 50 гостей Карелии. По результатам опроса выявлены слабые и сильные аспекты взаимодействия сторон, и определены направления сотрудничества туризма и ремесла.

## Анализ результатов опроса туристических компаний

В опросе приняли участие 24 туристические фирмы из городов Петрозаводска (19), Сортавала (1) и Костомукша (1), посёлка Вяртсиля Сортавальского района (1), деревни Нижняя Пулонга Лоухского района (1) и Олонецкого района (1). В ходе опроса турфирм было поставлено 27 вопросов, в первой части касающихся выбора туристами той или иной сувенирной продукции, а во второй — взаимодействия туристических фирм непосредственно с карельскими мастерами. Анализ результатов опроса позволяет лучше узнать потребности туристов, их спрос на изделия ремесленников и способы взаимодействия карельских мастеров с турфирмами.

Первый вопрос касался **наиболее популярных мест приобретения сувенирной продукции**. К таким местам турфирмы отнесли объекты показа (19 упоминаний), киоски на причале (13), далее названы музеи, торговые центры, киоски отелей. Лишь у 4 % опрошенных турфирм туристы приобретают сувениры напрямую у мастера.

На вопрос **«Рекомендуете ли вы туристам определённые точки продаж?»** все фирмы (за исключением одной) ответили утвердительно, при этом девять фирм оставляют время для покупки сувениров. Половине туристических компаний не всегда, но всё-таки удаётся спланировать время и лишь трое участников опроса не учитывают это время совсем. Среди популярных магазинов Петрозаводска названы магазины на проспекте Ленина (например, «Легенды Севера», «Карельские узоры»), киоски на причале / на набережной, в гостиницах, а также Дом ремёсел Центра народного творчества и культурных инициатив, Центр шунгита. С оговоркой «рекомендуем, но не считаем удачными»: «Художественный салон», «Колечко», «У Якоря», «Мариинский». Отмечают также большой ассортимент в лавке в посёлке Марциальные Воды, в Костомукше — в ТЦ «Славяне», в Олонце — в Национальном музее, в Сортавала — в Минеральном центре.

### Где чаще всего ваши туристы покупают сувениры/подарки?

На объектах показа

19 (36%)

В киосках на причале

13 (25%)

В торговых центрах и магазинах

7 (13%)

В музеях

7 (13%)

В киосках в отеле

5 (9%)

Напрямую у мастера

2 (4%)

На вопрос **«Какие проблемы есть с посещением точек продаж?»** респонденты указали на отсутствие парковок (23 % ответов), неудобное время работы магазинов (13 %), неудобное месторасположение и дороговизну продукции. Семь представителей туристических компаний обозначали неоригинальность или полное отсутствие сувениров с национальным и местным колоритом, а также плохой ассортимент. Респонденты также добавили следующие проблемы: непродуманная система сотрудничества с гидами и туроператорами, отсутствие упаковки/пакетов с местной символикой, маленькая вместимость магазинов для больших групп, нехватка отдельно

выделенного времени на покупку сувениров в рамках экскурсионного тура.

При этом 67% туристических компаний знакомо с брендом «Карельский дизайн», а карельскими сувенирами

### Какие проблемы есть с посещением точек продаж?

Отсутствие парковки

13 (23%)

Неудобное время работы магазина

9 (16%)

Отсутствие сувениров/подарков с национальным/местным колоритом

7 (13%)

Дороговизна продукции

7 (13%)

Неудобное месторасположение

7 (12%)

Отсутствие оригинальных сувениров

6 (11%)

Плохой ассортимент

4 (7%)

Некомпетентные и недружелюбные продавцы

3 (5%)

считают те, которые сделаны из дерева (22 упоминания), бересты (16), текстиля (11), глины (5) и металла (3). Хотя в ТОП-10 карельских сувениров на первое место вышли изделия из шунгита (17 респондентов из 24). Далее — карельская берёза, ценность которой придаёт её редкость.

Гастрономические сувениры также сохраняют свою популярность. Благодаря дарам природы (рыба, ягоды, травы) Карелия привлекает многих туристов своим продуктовым разнообразием (варенье из морошки, вяленая клюква, пастила, травяные чаи и сборы). Традиционный «Карельский бальзам» — излюбленный продуктовый сувенир. Заонежская вышивка украшает многочисленные сувениры, которые пригодятся в домашнем обиходе.

### Сувениры из какого материала вы считаете карельскими?

Дерево

22 (39%)

Береста

16 (28%)

Текстиль

11 (19%)

Глина

5 (9%)

Металл

3 (5%)

### Топ-10 популярных карельских сувениров по мнению туристических компаний

1. Изделия из шунгита
2. Изделия из карельской берёзы
3. Дары природы (рыба, икра, ягоды, варенье, травяные чаи и сборы)
4. Алкоголь («Карельский бальзам» и настойки ЛВЗ «Петровский»)
5. Изделия из бересты
6. Текстиль с традиционной вышивкой и карельской символикой
7. Магниты и брелоки
8. Керамические и кожаные изделия
9. Косметика
10. Путеводители и открытки

Больше половины респондентов (14 человек) оценивают качество карельских сувениров на «хорошо», 5 — «удовлетворительно», остальные оценки набрали по одному голосу. 75% считают ассортимент предлагаемой продукции достаточным. Примерно поровну разделились ответы на вопрос о сумме затрат на сувениры. Представители туристических фирм считают, что в среднем турист готов заплатить за сувениры 200–500 рублей или 500–1000 рублей.

По мнению респондентов, наибольшее влияние на туриста при выборе сувенира оказывает цена и отражение местного колорита (по 18%), далее следуют

### Сколько, по вашему мнению, турист готов заплатить за сувенир?

500–1000 руб.

12 (50%)

200–500 руб.

10 (42%)

1000–3000 руб.

2 (8%)

рекомендации гида, уникальность и качество (10–13%). Туристы обращают также внимание на дизайн и упаковку (по 8%). Наименьшее влияние оказывают бренд, реклама и функциональность.

На вопрос про то, на что стоит обращать внимание туристам при выборе сувенира/подарка, представители туристической индустрии советуют покупать качественные традиционные товары местного производства под брендом «Сделано в Карелии», сочетающие в себе уникальность и экологичность.

Следующий блок вопросов касался взаимодействия непосредственно с карельскими мастерами. Больше половины фирм (63%) посещают с туристами мастерские карельских ремесленников, а 87% респондентов хотели бы посетить. При этом ни одна фирма не выдаёт оригинальные сертификаты о посещении мастерских. Чаще всего туристические компании устраивают посещение: кузницы и оживших экспозиции в музее Кижы, мастер-классов от Музея изобразительных искусств Республики Карелия,

### Что оказывает влияние на туриста при покупке сувенира/подарка кроме самого продукта?

Национальный/местный колорит

20 (18%)

Цена

19 (18%)

Рекомендация гида

14 (13%)

Качество

12 (11%)

Уникальность

11 (10%)

Дизайн

9 (8%)

Внимание и помощь продавца

9 (8%)

Упаковка

7 (6%)

Функциональность

4 (4%)

Бренд

4 (4%)

Реклама

1 (1%)

Дома ремёсел Центра народного творчества и культурных инициатив и Центра шунгита. Кулинарные мастер-классы проходят в деревне Кинерма Пряжинского района, в Петрозаводске: в музее-ресторане «ВКарелииЕсть»,

### Укажите предпочтительные для вас критерии при рекомендации сувенира/подарка туристам

Изготовлен в Карелии

20 (24%)

Традиционный

14 (17%)

Качественный

14 (17%)

Экологичный

11 (13%)

Уникальный

11 (13%)

Индивидуальное производство

8 (10%)

Полезный

4 (5%)

Дешёвый

1 (1%)

в пряничной школе «Карельский пряник», а выпечку калиток организуют рестораны «Северный» и «Карелия».

О новых предложениях карельских мастеров респонденты получают информацию из интернета (33%), от коллег по туристическому бизнесу (31%), от самих мастеров (22%). И крайне мало информации из рассылок от Информационного туристского центра Республики Карелия и Центр народного творчества и культурных инициатив Республики Карелия.

Наибольшей популярностью у туристов пользуются мастер-классы по приготовлению калиток (31%) и других

### Как вы узнаете о новых предложениях карельских мастеров/ремесленников?

Из интернета

12 (33%)

От коллег по турбизнесу

11 (31%)

От самих мастеров/ремесленников

8 (22%)

Из рассылки Информационного туристского центра Республики Карелия

3 (8%)

Из рассылки Центра творчества и культурных инициатив Республики Карелия

2 (6%)

блюد национальной кухни (15%), а также созданию обережной куклы (23%). Интерес вызывают и мастер-классы по плетению из бересты (11%). Менее популярны (возможно, меньше предложений) мастер-классы по плетению из ивы, росписи по дереву, плетению поясов, соломоплетению и ткачеству на станке. Оригинальным ответом стало упоминание мастер-класса по изготовлению событийных открыток. 87% респондентов считают продукцию карельских мастеров профессиональной и 62% заказывают у карельских мастеров сувениры/подарки с фирменным логотипом или бизнес-сувениры.

Все респонденты отметили необходимость создания интерактивной площадки «Город мастеров» в Петрозаводске. Туристические компании Карелии готовы к сотрудничеству, как с ремесленниками, так и с точками продаж сувениров:

*«...Мы бы хотели получать больше информации о продукции ремесленников. Мы готовы предлагать продукцию ремесленников своим туристам как онлайн, так и офлайн; нам предпочтительны не уникальные, штучные товары, а мелкие серии, так как с ними проще работать...»*

*«...Должен быть выбор: и дешёвый сегмент, и премиум сегмент. Не забывать о комиссии для туркомпаний от продаж (общего чека) и честно её выплачивать!»*

*«...Мы мало знакомы с ремесленниками. Нет базы данных ремесленников и описания их деятельности...»*

Представители турфирм предлагают ремесленникам «выходить на общение с туркомпаниями», «расширять ассортимент», «сочетать традиционность, колорит местности, индивидуальность», «делать гибким время работы объектов», «работать над современными видами сувенирной продукции».

### Какие мастер-классы пользуются популярностью у ваших туристов?

Выпечка калитки

8 (31%)

Обережная кукла

6 (23%)

Национальная кухня

4 (15%)

Плетение из бересты

3 (11%)

Плетение из ивы

1 (4%)

Роспись игрушек

1 (4%)

Плетение поясов

1 (4%)

Ткачество на станке

1 (4%)

Плетение пояса на руках

1 (4%)

Для точек продаж предлагается «повысить качество обслуживания», «обратить внимание на оригинальность и уникальность ассортимента», «быть дружелюбными и искренне радоваться гостям»:

*«...Больше информировать о своих услугах, писать нам адресно на электронную почту. Идеально, чтобы это было в виде коммерческого предложения: каталог ассортимента товаров, в котором есть фото товара, цена (розница/опт), варианты сотрудничества...»*



## Анализ результатов опроса карельских мастеров

В опросе приняли участие 21 мастер, занимающийся ремесленной деятельностью. Было поставлено 29 вопросов: в первой части, касающихся взаимодействия с турфирмами, в том числе по проведению мастер-классов, а во второй – оценка производимой в Карелии сувенирной продукции. Анализ результатов опроса позволяет понять причины слабого сотрудничества карельских ремесленников с турфирмами и узнать о настоящем карельском сувенире от самих мастеров.

Все участники опроса без исключения заинтересованы в сотрудничестве с турфирмами. На вопрос **«Какие формы сотрудничества вам подходят?»** 19 респондентов выбрали ответ «изготовление сувенирной продукции под заказ», следующий по популярности ответ – «оптовые закупки» (7) и «мастер-классы» (6), на последнем месте – «встреча туристических групп у себя в мастерской». При этом уже предлагают свою продукцию туристическим фирмам лишь трое ремесленников и эти же ремесленники делают сувениры/подарки по заказу турфирм. В то же время все мастера сотрудничают с 1–3 туристическими фирмами, но юридически договорные отношения оформлены только у двух участников опроса. Шесть человек написали, что договора нет, но в ближайшее время планируют его оформить.

Своя или арендованная мастерская есть у пяти респондентов, из них мастер-классы предлагают и проводят в мастерских всего двое ремесленников. Это мастер-классы по обережной кукле, ткачеству на станке, плетению из бересты и национальной кухне (приготовление калиток). Стоит заметить, что для проведения мастер-класса не всегда необходима мастерская, ведь мастер-класс может быть выездной, на базе музея или гостиницы. Рекламой своей продукции и мастер-классов занимаются пять человек (как раз те трое мастеров, которые делают сувениры по заказу турфирм и двое ремесленников, предлагающие мастер-классы).

### Какие формы сотрудничества вам подходят?

Изготовление сувениров/подарков под заказ

19 (54%)

Оптовые закупки продукции

7 (20%)

Проведение мастер-класса для туристов

6 (17%)

Встреча туристических групп у себя в мастерской/магазине

3 (9%)

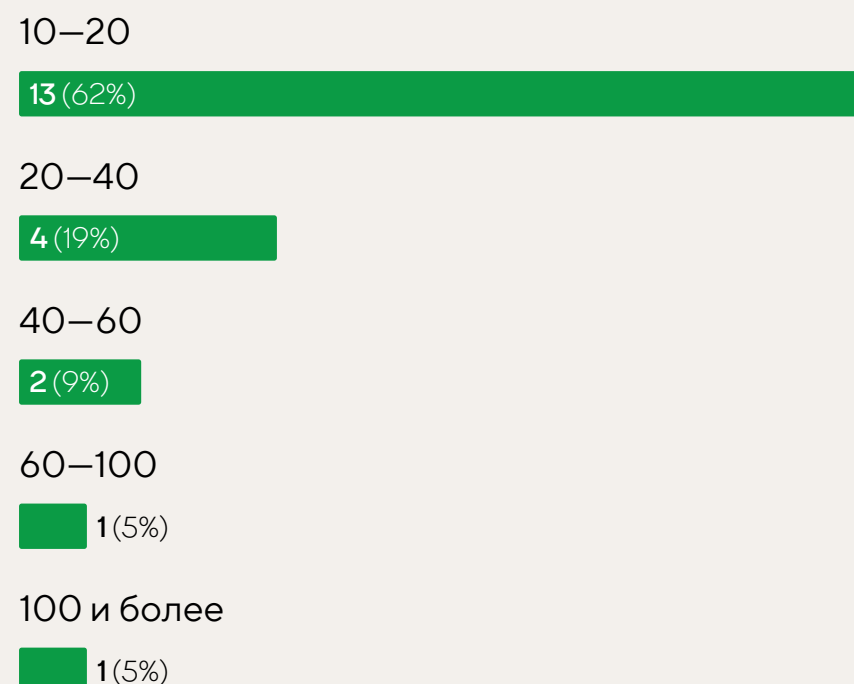
На вопрос **«Сколько, как вы думаете, в Карелии турфирм, работающих на внутренний туризм?»** больше половины (13 респондентов) выбрали ответ от 10 до 20 турфирмы, четыре человека считают, что таких компаний от 20 до 40. Правильный ответ выбрали всего двое. Согласно данным портала «Информационного туристского центра Республики Карелия» в едином федеральном реестре туроператоров (внутренний туризм) содержатся данные о 53 карельских туроператорах.

Больше, чем у половины (81%) опрошенных карельских мастеров, юридический статус не оформлен, но шестеро из 17 ремесленников планируют это сделать.

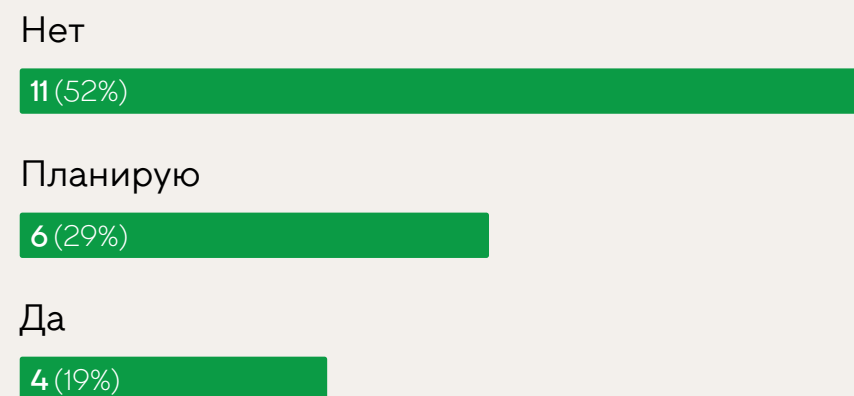
**Основной проблемой при работе с турфирмами** является незнание способов поиска заинтересованных турфирм (48% ответов), а 14% ремесленников имели трудности



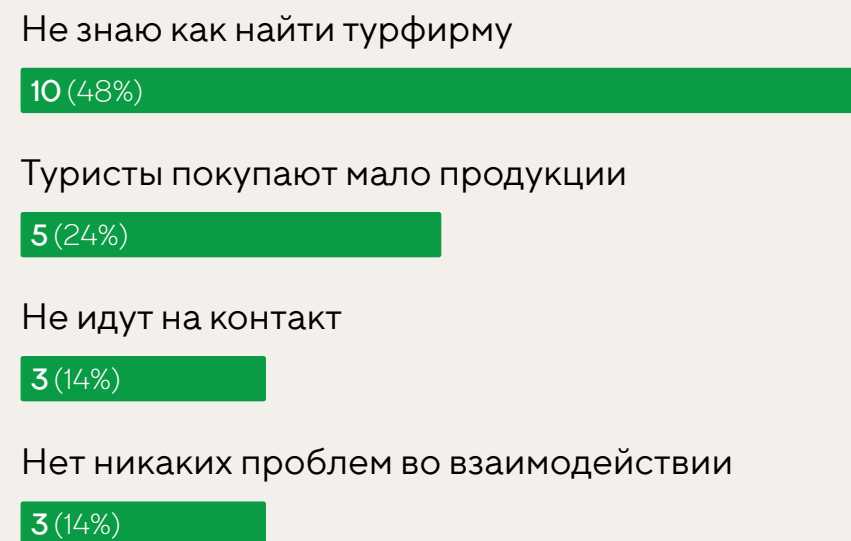
### Как вы думаете, сколько в Карелии турфирм, работающих на внутренний туризм?



### Оформлен ли у вас юридический статус: ИП, ООО, «самозанятый»?



### Какие проблемы существуют у вас при взаимодействии с турфирмами?



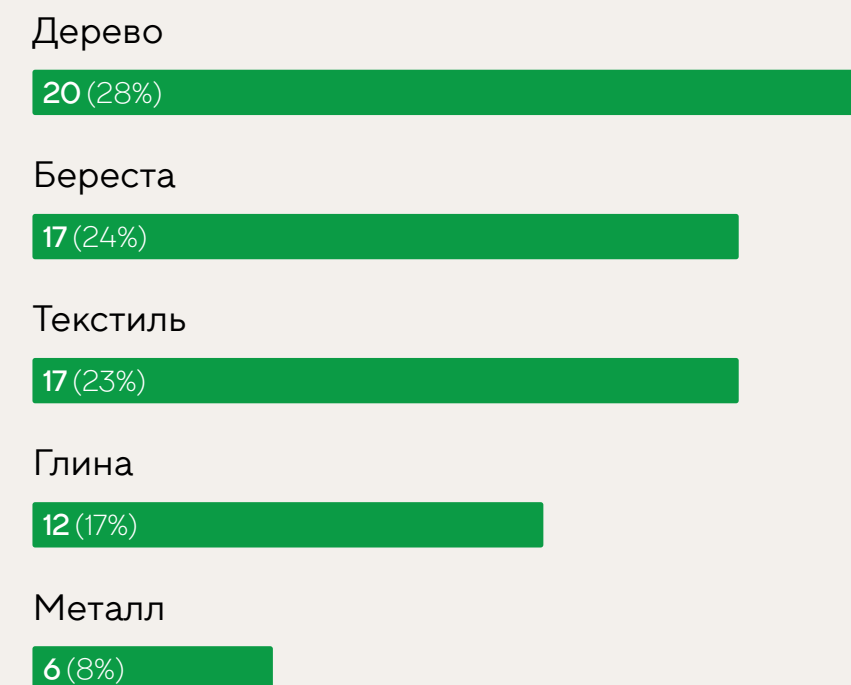
при установлении контакта с турфирмами. Кроме того, 24% опрошенных предполагают, что туристы покупают мало продукции. И лишь три человека не сталкивались ни с какими проблемами во взаимодействии с туркомпаниями. Среди ответов встречаются также: «не думал о работе в этом направлении», «на данный момент в начальной стадии развития взаимосвязи», «я пока не работаю с турфирмами, но хотелось бы».

Следующий блок вопросов касался изготовления сувенирной продукции и её спроса среди туристов. Семеро из 21 опрошенного ответили, что они затрудняются ответить или не знают ответа на вопрос о популярных сувенирных магазинах. Многие предположили, что спросом пользуются места продажи сувениров рядом с туристическими объектами, рядом с причалом (речной вокзал и набережная Онежского озера), в аэропорту, в гостиницах и на турбазах. Среди популярных точек продаж названы

торговые точки на проспекте Ленина в Петрозаводске (например, «Легенды Севера», «Лавка чудес»), Дом ремёсел, лавка в ресторане «Карельская горница». Среди предложений отмечено «было бы неплохо обустроить несколько магазинчиков с ремесленными товарами, не заточенными под повальные продажи». Идею создания в Петрозаводске интерактивной площадки «Город мастеров» или «Живые ремёсла» поддержали все, кроме одного мастера, который и в настоящий момент не испытывает сложностей с привлечением туристов.

При этом 70% ремесленников знакомы с брендом «карельский дизайн», а карельскими сувенирами считают те, которые сделаны из дерева (20 упоминаний), бересты и текстиля (17), глины (12) и металла (6).

### Сувениры из какого материала вы считаете карельскими?



Если туристические компании при перечислении популярных сувениров указывали материал, из которого изделие сделано, то ремесленники предметно называли сами сувениры и карельские символы (медведь, комар, рыба). И если туристические фирмы критерий функциональности ставили на последнее место, то подборка сувениров от ремесленников, наоборот, подчёркивает значимость предметов полезных, бытовых, функциональных. Например, ткачество (пояса, дорожки, коврики, прихватки), вышивка (салфетки, скатерти, рубахи, платья), вязаные изделия (варежки, шарфы, носки, шапки), шерстевалание (сапожки, тапочки),

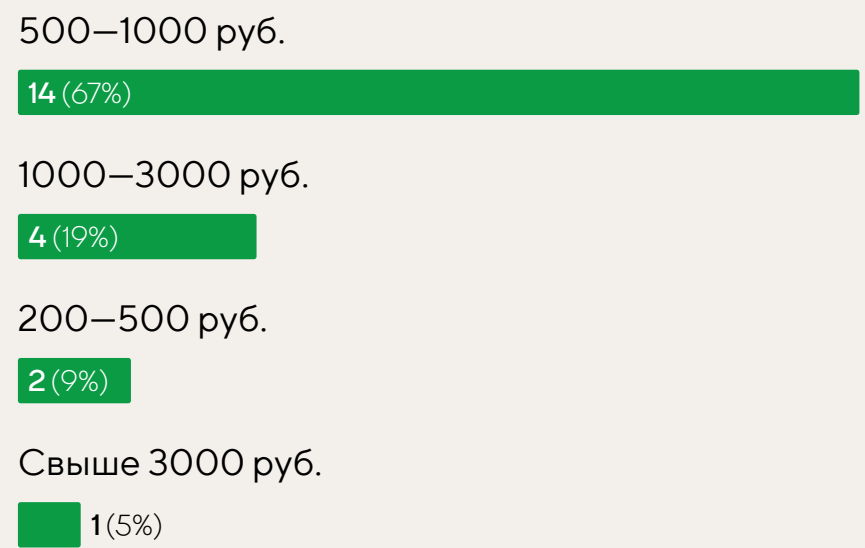
### Топ-10 популярных карельских сувениров по мнению карельских мастеров

1. Народные куклы и обереги
2. Магниты и брелоки
3. Изделия из дерева (сосна, кап, берёза, ольха, осина) и бересты
4. Текстиль с традиционной вышивкой и карельской символикой
5. Изделия из шунгита
6. Керамическая посуда
7. Кожаные аксессуары
8. Дары природы (рыба, икра, ягоды, варенье, травяные чаи и сборы)
9. Путеводители и открытки
10. Косметика

кожевенное производство (кошельки, сумки, ремни, чехлы для очков, документов, ножей, ключей). Оригинальными (единичными) ответами стали: свечи и аромасла, изделия для бани, сувенирные лодки, щепные птицы (деревянная игрушка в виде птицы, изготовленная с помощью резьбы по дереву), шаркунки (погремушка, плетёная из бересты с семенами внутри), наборы для приготовления калиток. Никто из ремесленников не упомянул алкогольную продукцию и знаменитый «Карельский бальзам».

Чуть больше половины ремесленников (12 человек) оценивают качество карельских сувениров на «хорошо», пятеро – «удовлетворительно» и лишь трое считают карельскую продукцию «отличной». Ремесленники полагают, что в среднем турист готов заплатить за сувениры 500–1000 рублей. Ассортимент предлагаемой продукции считают недостаточным 80% опрошенных.

### Сколько, по вашему мнению, турист готов заплатить за сувенир?



### Что, по вашему мнению, оказывает влияние на туриста при покупке сувенира (кроме самого продукта)?



По мнению респондентов, наибольшее влияние на туриста при выборе сувенира оказывает отражение местного колорита, цена и уникальность, далее следует качество, дизайн и функциональность. Ремесленники считают, что туристы также полагаются на рекомендации гида и помощь продавца, смотрят на упаковку и бренд.

При создании сувенира/подарка ремесленники считают необходимым изготавливать продукцию на собственном производстве в Карелии из экологически чистых материалов. По их мнению, карельский сувенир должен сочетать в себе качество, уникальность и полезность. Традиционность выбрали 10 опрошенных из 21. На вопрос **«Купили ли бы туристы ваш продукт, если бы он не был сувениром?»** лишь один мастер ответил отрицательно. Все ремесленники считают продукцию своих коллег, карельских мастеров, профессиональной.

Карельские мастера пожелали продавцам сувенирной продукции «быть активнее, искать контакты, заинтересовывать турфирмы», «знать товар, уметь его предложить и продать», «больше узнать о мастере, его ремесле, о самом сувенире/подарке». А турфирмам высказали следующие предложения: «расширять ассортимент», «сотрудничать с ремесленниками», «выходить на работу с периферией»:

*«...Уйти от формата «мастер-классов» и перейти к формату «демонстрация ремесла». Мастер-класс развращает потребителя и создаёт ложное ощущение лёгкости и простоты изготовления ремесленной продукции. А значит, она должна быть дешёвой...»*

*«...Если будет создана интерактивная карта ремесленников, то турфирмам нужно обязательно ею пользоваться, знакомить туристов с нашими мастерами и их продукцией...»*

### Укажите предпочтительные для вас критерии при создании сувенира/подарка туристам

Изготовлен в Карелии

15 (16%)

Индивидуальное производство

15 (16%)

Экологичный

15 (15%)

Качественный

14 (14%)

Уникальный

13 (13%)

Полезный

13 (13%)

Традиционный

10 (10%)

Дешёвый

3 (3%)

# Анализ результатов опроса туристов

В опросе приняли участие 50 туристов, из которых подавляющее большинство (40 человек, 80 %) – женщины. Было поставлено 17 вопросов, касающихся оценки приобретённой сувенирной продукции и предпочтений при её выборе. Всем участникам опроса, за исключением двух человек, удалось приобрести сувенир в Республике Карелия. В качестве причин, почему не удалось приобрести,

## Если Вы купили сувенир /подарок, то это было:

Изделие из шунгита

28 (26%)

Изделие из карельской берёзы

24 (22%)

Изделие из бересты

16 (15%)

Заонежская вышивка

13 (12%)

Кукла-оберег

11 (10%)

Керамическая посуда

8 (8%)

Изделие из кожи

6 (6%)

Одежда

1 (1%)

## Какую сумму вы потратили на покупку сувенира/подарка?

1000–3000 руб.

34 (64%)

500–1000 руб.

11 (22%)

200–500 руб.

5 (10%)

Свыше 3000 руб.

2 (4%)

туристы указали высокую стоимость и то, что не нашёлся интересный/оригинальный сувенир/подарок. Те, кто приобрёл сувенир/подарок, остановили свой выбор на изделиях из шунгита (56 %) и карельской берёзы (48 %), следующие по популярности ответы – изделия из бересты (20 %), заонежская вышивка (26 %), кукла-оберег (22 %), керамическая посуда (16 %), изделия из кожи (12 %). По одному упоминанию: одежда, косметика, еда, сладости и карельский чай.

Большинство туристов (32 человека) оценивают качество карельских сувениров на «отлично», 14 – «хорошо», двое – «удовлетворительно». Двое туристов, которые не приобрели сувенир, оценили их качество на единицу. Как раз вышеупомянутые четверо туристов, оценивших низко качество купленного товара, остались недовольны покупкой в целом (приобрели они изделия из карельской берёзы и шунгита, куклу-оберег). Работу карельских мастеров считают профессиональной 62 % опрошенных, затруднились с ответом

## Из какого материала сувениры/подарки Вы считаете карельскими?

Дерево

40 (28%)

Береста

38 (27%)

Камень

38 (27%)

Текстиль

16 (11%)

Металл

7 (5%)

Пластмасса

2 (2%)

30% и сомневаются в профессионализме 6%. У большинства (64%) сумма, потраченная на сувениры, составила от 1000 до 3000 рублей. Это выше ожиданий ремесленников и предположений турфирм (500–1000 рублей).

100% опрошенных нашли магазин самостоятельно, и 36 человек считают ассортимент сувениров/подарков в Карелии достаточным. Только семь человек (14%) слышали про бренд «карельский дизайн», а карельскими сувенирами считают те, которые сделаны из дерева (40 упоминаний), бересты и камня (38), текстиля (16), металла (7) и шунгита (4). Встречаются также ответы «съестное», «керамика», «пластмасса», «всё про Карелию».

Наибольшее влияние на туриста при выборе сувенира оказывает цена (39 упоминаний), внимание и помощь продавца (28), упаковка (23) и бренд (13). Определённую роль играет и реклама (6).

На уточняющий вопрос «Укажите предпочтительные для вас критерии при выборе сувенира/подарка» туристы наравне с ценой также отметили национальный/местный колорит (37 упоминаний). Следующие по значимости критерии – полезность (25), уникальность (18), экологичность и дизайн (11).

Самое часто встречаемое пожелание от гостей Карелии ремесленникам – «расширять ассортимент», также порекомендовали «использовать местные материалы»

## Что оказало влияние на вас, кроме самого продукта, когда вы принимали решение о покупке сувенира/подарка?

Цена

39 (36%)

Внимание и помощь продавца

28 (26%)

Упаковка

23 (21%)

Бренд

13 (12%)

Реклама

6 (5%)

## Укажите предпочтительные для вас критерии при выборе сувенира/подарка

Цена

37 (25%)

Национальный/местный колорит

37 (25%)

Полезность

25 (17%)

Уникальность

18 (12%)

Экологичность

11 (8%)

Дизайн

10 (7%)

Коллекционная значимость

5 (4%)

Эмоциональность

3 (2%)

и «подчёркивать местный колорит». Туристы отметили, что «в магазинах тесно, сувениры далеко, трудно рассмотреть», и «мало магазинов сувенирных для такого туристического города». Прозвучали и такие пожелания: «побольше ярких и дешёвых сувениров», «сделайте доступные цены», «нет современных изделий с заонежской вышивкой».



# Основные направления взаимодействия туризма и ремесленничества в республике Карелия

Подводя итог исследованию состояния и возможностей взаимодействия ремесленников с туристическими компаниями, можно определить следующие перспективные направления сотрудничества (указаны по степени их значимости и развитости):

1. Изготовление сувениров
2. Проведение мастер-классов
3. Проведение экскурсий в мастерскую
4. Разработка и проведение ремесленных туров

## Сувениры

Туристический сувенир — это изделие, приобретаемое туристом на память о своём путешествии (пребывании на конкретной территории) и вызывающее у него ассоциации с местными достопримечательностями и туристическими продуктами (события, маршруты, экскурсии).

В части анализа сувенирной продукции было выявлено, что 19 ремесленников (из 21) хотели бы сотрудничать с турфирмами именно по изготовлению сувенирной продукции под заказ. Анкетирование определило самые популярные сувениры в Республике Карелия: изделия из шунгита, поделки из карельской берёзы и бересты, народная кукла-оберег и заонежская вышивка, а также гастрономические сувениры (рыба, икра, чай, варенье, «Карельский бальзам» и настойки). Туристические компании отметили основные требования к сувениру — национальный или местный колорит, традиционные материалы и качество. Ремесленники посчитали, что туристы обращают внимание на полезность и функциональность, а сами туристы в первую очередь смотрят на цену. Их средний чек при покупке сувенира составляет от 1000 до 3000 рублей. Это выше ожиданий ремесленников и предположений турфирм (500–1000 рублей).

Туристы и туристические компании не удовлетворены разнообразием и новизной ассортимента карельских сувениров, хотя качество и те, и другие оценивают на «хорошо». Хочется отметить, что ремесленники не чувствуют социальный запрос на сувенирную продукцию, поскольку не изучают его. Сувенирная продукция на заказ, например, с логотипом турфирмы, практически не производится.

Рекламой своей продукции занимаются ремесленники, имеющие опыт работы по заказам турфирм и предлагающие мастер-классы. Все ремесленники без исключения хотят сотрудничать с турфирмами, но не знают, как на них выйти и что предложить. Туристические компании также заинтересованы в получении информации от ремесленников о новинках продукции, удобных точках продаж, в расширении ассортимента сувенирной продукции, в создании современных, оригинальных сувениров с местным колоритом. Это даёт основание сделать вывод о необходимости создания общего информационного поля для мастеров и турфирм.

Вывод — сувенирная продукция может стать интересным направлением деятельности для творческой реализации мастера и хорошей финансовой поддержкой. В связи с активным развитием зимних видов отдыха и появлением новых брендов, таких как Талви Укко, Дед Халла, есть необходимость в разработке нового рода сувениров для этих объектов. Необходим хороший маркетинг бренда карельских сувениров и сохранение аутентичности при массовом их производстве.

## Мастер-классы

В настоящее время это самый востребованный продукт ремесленников для турфирм. Помимо упомянутых в опросах, общий анализ позволил выявить следующие мастер-классы:



- Изготовление народной или обережной куклы
- Изготовление калиток
- Приготовление национальных блюд
- Роспись по дереву
- Плетение из бересты
- Плетение пояса на руках
- Ткачество на станке
- Роспись по дереву
- Плетение из ивы
- Вышивка
- Бисероплетение
- Лепка из глины
- Тайны музыкальных инструментов
- Набойка на ткани
- Выжигание старославянских рун

Обращает на себя внимание тот факт, что при разработке и проведении мастер-классов не используется в полной мере национальный исторический контекст, например, петроглифы, тамги (родовые знаки). Следует обратить внимание мастеров и на достоверную информацию при подготовке и проведении мастер-классов. Так, в качестве рекомендации, мастерам при проведении мастер-класса по изготовлению куклы, лучше взять за образец народную куклу — игрушку, а не обережную куклу, наделённую в народной традиции сакральным, магическим смыслом.

Основная проблема для туроператоров при заказе мастер-класса — отсутствие у мастера юридического статуса и вытекающие из этого проблемы с оплатой услуг

мастера. Турфирмы готовы предлагать своим клиентам не только традиционные ремёсла, но и современные, при условии, что изделие будет полностью изготовлено во время сессии.

Основное препятствие для ремесленников при проведении мастер-классов — отсутствие хорошо обустроенных помещений для проведения мероприятий; лишь небольшое количество мастеров имеют вместительные мастерские. Турфирмы ждут от мастеров уникальных мастер-классов с этническим колоритом и структурированную информацию об услуге — чёткое описание, условия бронирования, дифференцированная цена, комиссионное вознаграждение, продолжительность не более двух часов, компетентность мастера, общая эрудиция, культура речи. Готовность проводить мастер-классы выразили 100 % мастеров. В «постковидный» период, по прогнозам специалистов, будет наблюдаться реформатирование больших туристских групп в небольшие, максимум 5–7 человек в группе. Именно с таким количеством человек удобно работать мастеру.

### Экскурсии в мастерскую к ремесленнику

Одной из возможных точек соприкосновения могли бы быть экскурсии в мастерскую ремесленника без проведения мастер-класса. Туристам интересны не только традиционные ремёсла и современные с возможностью приобрести на память продукцию этого мастера. Однако лишь незначительная часть ремесленников имеют собственные помещения, а те, у кого есть мастерские, не всегда способны принять одновременно группу от 5 до 15 человек.

### Ремесленный тур

Тема создания ремесленного тура оказалась самой трудной. В Карелии в настоящее время, в основном,

ремесленный туризм — это часть этнографических туров, их небольшая составляющая в тех местностях, где ещё сохранились традиционные ремёсла, например, в Олонецком или Пряжинском районах. Карелия исторически не обладает уникальными, свойственными только этой территории ремёслами — ремёсла региона характерны для всего русского севера и скорее будут интересны иностранному туристу, нежели российскому. Однако при грамотном планировании и маркетинге некоторые направления могли бы стать очень популярными, такие как заготовка, обработка, хранение и использование бересты, или тур по истории добычи глины и изготовлению керамических изделий

В этом направлении требуется совместная работа ремесленника и турфирмы. В настоящее время для этого есть все необходимые предпосылки. Во-первых, высокая конкуренция в туристической отрасли заставляет турфирмы искать и создавать новые уникальные продукты, во-вторых, в 2021 году Ростуризм совместно с федеральными министерствами готовит к запуску новые направления туризма, среди которых ремесленный и железнодорожный туризм.

Ремесленные туры имеют все шансы стать популярным международным и внутрироссийским туристическим предложением. В Карелии нет мастерских, которые веками хранят ремесленные секреты, но есть потомственные мастера, например, по изготовлению традиционных деревянных лодок, берестяных и шерстяных изделий. Чтобы стать объектом туристического показа, мастерам предстоит совместная работа: разработать маршрут с интерактивом и мастер-классами: организовать работу с клиентами (организованные группы, турагентства); разработать сувенирную продукцию для конкретного маршрута, фирменную упаковку; подготовить необходимые кадры; сделать маркетинг, рекламу, PR-работу с общественностью.

Турфирмы привозят в Республику Карелия людей, которые хотят впечатлений, ищут легенды и хотят получить новый опыт. Поэтому, чтобы к ремесленнику поехали туристы, необходимо: предлагать уникальную услугу, учитывать требования времени; создавать и входить в туристские кластеры; собирать, создавать и хранить «легенды».

Могут ли туризм и ремесло поддержать друг друга в это сложное время?

Туризм и ремесленничество — это не только бизнес, который даёт большой мультипликативный эффект, но и мощное средство пропаганды культурного наследия, традиций. Сохранение, развитие и демонстрация ремёсел, создание линейки колоритных национальных сувениров, создание ремесленных туров, поиск новых ресурсов помогут обоим секторам экономики пережить трудное «ковидное» время.

В августе 2020 года ООН опубликовала Концептуальную записку «COVID-19 и перестройка сектора туризма», в которой отмечены негативные последствия пандемии для мирового туризма и призыв создать всеохватывающие продуктивные связи между сектором туризма и остальными отраслями экономики.

Взаимодействие туризма и ремесленничества могло бы стать одной из таких моделей.