


Комплексное исследование «Предпринимательство в сфере ремёсел
в Республике Карелия, Северной Карелии и регионе Оулу: вызовы и условия для развития»

ОТЧЁТ

Маркетинговое исследование предпринимательства в сфере ремёсел и оценка экономического потенциала ремёсел в Республике Карелия

Заказчик:

 **Ассоциация этнокультурных центров
и организаций по сохранению наследия «ЭХО»**

185035 Республика Карелия, г. Петрозаводск,
пл. Ленина, 2, телефон: +7 (921) 453-03-14
etnoecho@gmail.com

Исполнитель:

Савельев Юрий Владимирович, научный консультант проекта, индивидуальный предприниматель, профессор кафедры
государственного и муниципального управления Северо-Западного института управления РАНХиГС, доктор экономических наук

185005 Республика Карелия, г. Петрозаводск,
телефон: +7 (921) 625-31-51
yusaveliev@list.ru

Петрозаводск, 2020



Оглавление и структура отчёта

Сведения о проекте и исследовании.....	3
Анализ результатов интервьюирования ремесленников.....	4
Анализ результатов интервьюирования предпринимателей, реализующих продукцию ремесленников.....	20
Анализ результатов интервьюирования представителей местных администраций (муниципальных районов и поселений).....	30
Оценка состояния и экономического потенциала ремесленной деятельности.....	37
Ключевые проблемы развития ремесленного предпринимательства в республике Карелия и оценка развития инфраструктуры поддержки ремесленной деятельности в республике Карелия.....	39
Обзор лучшей зарубежной практики поддержки ремесленной деятельности и народных художественных промыслов.....	48
Основные стратегические направления и задачи повышения эффективности экономического потенциала ремесленной деятельности и его использования в республике Карелия.....	50



Сведения о проекте и исследовании

Настоящий отчёт подготовлен по результатам выполнения договора на проведение маркетингового исследования предпринимательства в сфере ремёсел Республики Карелия в рамках комплексного исследования «Предпринимательство в сфере ремёсел в Республике Карелия, Северной Карелии и регионе Оулу: вызовы и условия для развития».

Заказчик: Ассоциация этнокультурных центров и организаций по сохранению наследия «ЭХО» (185035 Республика Карелия, г. Петрозаводск, пл. Ленина, д. 2, телефон: +79214530314, e-mail: etnoecho@gmail.com).

Исполнитель — научный консультант: Савельев Юрий Владимирович, индивидуальный предприниматель, профессор кафедры государственного и муниципального управления Северо-Западного института управления РАНХиГС, доктор экономических наук (185005 Республика Карелия, г. Петрозаводск, телефон: +79216253151, e-mail: yusaveliev@list.ru).

Исследование проведено в рамках реализации проекта «Код северных ремёсел» (Northern Crafts ID), реализуемого при поддержке Программы приграничного сотрудничества «Karelia CBC» и Фонда президентских грантов (срок реализации проекта — с 1 января 2020 года по 30 июня 2022 года). Проект реализуется в рамках направления «Растущее трансграничное бизнес-сотрудничество». Цель проекта — повышение потенциала и расширение возможностей для начала и развития ремесленного бизнеса.

Партнёрами проекта являются: Ассоциация этнокультурных центров и организаций по сохранению наследия «ЭХО» (ведущий партнёр), университет Восточной Финляндии, общество «Финляндия — Россия», турфирма «Карелика» и центр поддержки коренных народов и общественной дипломатии «Молодая Карелия».

Структура отчёта. Отчёт включает в себя следующие блоки:

- анализ результатов интервьюирования ремесленников Республики Карелия, предпринимателей, реализующих ремесленную продукцию, а также представителей местных администраций и органов местного самоуправления по вопросам состояния и развития сферы ремесленного производства и народных художественных промыслов в муниципальных районах Республики Карелия (городах Петрозаводске и Костомукше, Беломорском, Кондопожском, Калевальском, Муезерском, Пряжинском и Олонецком районах);
- оценку состояния и экономического потенциала ремесленной деятельности в Республике Карелия;
- ключевые проблемы развития ремесленного предпринимательства в Республике Карелия и оценка развития инфраструктуры поддержки ремесленной деятельности;
- обзор лучшей зарубежной практики поддержки ремесленной деятельности и народных художественных промыслов;
- основные стратегические направления и задачи повышения эффективности экономического потенциала ремесленной деятельности и его использования в Республике Карелия.

Анализ результатов интервьюирования ремесленников

В ходе интервьюирования перед ремесленниками было поставлено 13 вопросов, разбитых на четыре блока. Анализ результатов позволяет более полно раскрыть и выявить мотивационные факторы для развития ремесленной деятельности, выявить и оценить, на каких ключевых факторах основывается ремесленная деятельность — на сохранении и передаче народных традиций (технологий и материалов) или на факторах творческой самореализации и создании уникальной ремесленной продукции. Позволяет оценить потенциал и уровень владения ремесленниками различных способов и каналов продвижения продукции и распространения маркетинговой информации, что является важным с точки зрения построения эффективных маркетинговых каналов и создания эффективной системы продвижения ремесленной продукции. Ряд вопросов в рамках интервьюирования позволил определить, насколько развиты коммуникации ремесленников с местными учёными и исследователями, насколько факты и результаты исследований в сфере истории, культуры и народных промыслов, используются для развития ремесленного искусства. Какие события и мероприятия наиболее важны для ремесленников с точки зрения развития и совершенствования их компетенций, а также с точки зрения продвижения и реализации продукции. Также в результате интервьюирования удалось оценить эффективность коммуникаций ремесленников с органами государственной власти и местного самоуправления, а также проблемы, существующие в сфере реализуемых мер государственной поддержки ремесленной деятельности.

Полученные результаты интервьюирования обобщены в виде практических выводов, на основе которых в рамках данного отчёта сформулированы предложения, направленные на увеличение экономического потенциала ремесленной деятельности в Республике Карелия, а также предложены основные направления региональной стратегии развития ремесленной деятельности.

На вопрос «В связи с чем и как Вы начали заниматься ремеслом?» более 1/3 ремесленников ответили, что в порядке преемственности поколений (то есть, переняли опыт и знания от своих родителей и родственников), а также в результате приобретения навыком и появления интереса к ремесленничеству с детства, со школьных лет (9%).

Суммарно, 43% ремесленников научились навыкам и проявили интерес к ремесленному искусству и производству в порядке преемственности поколений (при

Вопрос 1

В связи с чем и как Вы начали заниматься ремеслом?

Преемственность поколений

22 (34%)

Спонтанное решение

20 (31%)

В соответствии с профилем образования

12 (18%)

С детства, уроки труда в школе

6 (9%)

В связи с выходом на пенсию

4 (6%)

Отказ от покупного и переход на «натуральное»

1 (2%)

передаче знаний и навыков от родителей, либо их приобретении на уроках труда и в системе дополнительного («кружкового») образования). Поэтому, данный фактор необходимо учитывать при выработке комплекса мероприятий, направленных на стимулирование интереса жителей Республики Карелия к ремесленной деятельности. Для 31 % решение заняться ремесленной деятельностью было принято спонтанно, поскольку хотелось реализовать себя и свои творческие способности. Для 18 % ремесленная деятельность является деятельностью в соответствии с профильным образованием; 6 % респондентов начали заниматься ремесленной деятельностью в связи с выходом на пенсию и высвобождением значительного количества свободного времени (данный фактор также следует особенно учесть при выработке комплекса мероприятий, связанных со стимулированием и поддержкой ремесленной деятельности).

На вопрос «Насколько Ваше ремесло опирается на традиции в этом направлении?» почти половина опрошенных ремесленников (43 %) ответила, что существующие народные традиции (традиционные технологии и материалы) являются основой их творчества и они стараются придерживаться их при изготовлении ремесленной продукции. 37 % ремесленников в своей деятельности опираются на существующие народные традиции (технологии и материалы) частично, стараясь при этом сочетать их с новыми технологиями изготовления ремесленной продукции и новыми материалами, вводя новые творческие элементы с их изготовлением и оформлением. Таким образом, эта категория ремесленников старается придать своей ремесленной продукции уникальные черты и кастомизировать её, сделать узнаваемой и отличной от продукции конкурентов. В целом ответы на данный вопрос показывают, что подавляющее большинство ремесленников старается сохранять существующие традиции в изготовлении ремесленной продукции, придерживаться их и передавать следующим поколениям. Вместе

Вопрос 2

Насколько Ваше занятие ремеслом опирается на традиции в этом направлении? Что помогает Вам поддерживать традицию в своём ремесле?

Полностью опирается

28 (43%)

Опирается частично

24 (37%)

Не опирается

13 (20%)

с тем, в силу появления на рынке новых технологий, производственного оборудования и новых материалов, неизбежным является частичная трансформация традиционных способов изготовления и оформления традиционной ремесленной продукции.

Причём, чем больший объём ремесленной продукции будет производить ремесленник, и чем больше будет расширять продуктовую линейку, тем больше технологических инноваций и изменений он будет вынужден привносить в традиционную технологию изготовления продукции. Данный процесс является объективным и диктуется необходимостью оптимизации издержек (материальных и временных) на изготовление ремесленной продукции в значительном объёме.

На вопрос «Что позволяет Вам вносить новое в своё занятие ремеслом?» более 40 % опрошенных ремесленников ответили, что советы, идеи и образы, почерпнутые из Интернета. Более того, совмещение образов и идей, почерпнутых из Интернета, с традиционными технологиями и материалами, а также знанием традиционных особенностей народных ремёсел, позволяет ремесленникам существенно разнообразить изготавливаемую ремесленную продукцию и добиться её уникальности. 16 % опрошенных ремесленников, привнося инновации и уникальные черты в свою продукцию, прислушиваются к советам своих коллег, а 10 % — отталкиваются от пожеланий заказчика (как правило, к этой категории ремесленников относятся те, кто работает с постоянными заказчиками); 7 % опрошенных ремесленников вносят новое в своё занятие ремеслом за счёт использования новых технологий производства и изготовления продукции и экспериментируя с новыми материалами.

Для данной категории ремесленников целесообразно реализовать серию периодических мероприятий (семинаров и мастер-классов), предполагающих их знакомство с новыми материалами и технологиями.

Примечательно, что 13 % ремесленников черпают вдохновение и творческие идеи из окружающей среды, что позволяет создать действительно уникальные ремесленные изделия, не имеющие аналогов. К этой же категории следует отнести ремесленников, которые опираются при придумывании и изготовлении ремесленной продукции на собственные фантазии (4 %), желание самосовершенствоваться (4 %) и желание творить (1 %). Таким образом, к категории ремесленников, опирающихся на собственные творческие и креативные способности, относится не менее 22 % из числа опрошенных респондентов.

Вопрос 3

Что помогает Вам вносить новое в своё занятие ремеслом — придумывать новые изделия, изменять материалы и процесс изготовления?

Идеи, взятые из Интернета

30 (42%)

Советы коллег

11 (16%)

Красота окружающей среды

9 (13%)

Пожелания заказчика

7 (10%)

Новые материалы и техники

5 (7%)

Желание совершенствоваться

3 (4%)

Собственные фантазии

3 (4%)

Собственный интерес

2 (3%)

Желание творить

1 (1%)

Для расширения данной категории ремесленников и с целью расширения линейки действительно уникальной ремесленной продукции целесообразно организовать регулярные образовательные семинары, направленные на вооружение ремесленников методами, техниками и методиками креативного (продуктивного) мышления.

На вопрос «Пользуетесь ли Вы при изготовлении Ваших изделий Интернет-ресурсами? Какими именно ресурсами Вы пользуетесь?» подавляющее большинство ремесленников (83%) ответили утвердительно. При этом Интернет-ресурсы используются для решения широкого круга вопросов — от поиска новых идей и проектов, для изучения и знакомства с технологиями производства и обработки природных материалов, обучения новым технологиям и знакомства с новыми техниками производства ремесленной продукции до поиска, информирования и осуществления коммуникаций с потенциальными покупателями.

Вопрос 4.1

Пользуетесь ли Вы при изготовлении Ваших изделий (совершенствовании процесса изготовления) Интернет-ресурсами?

Да, широко пользуюсь

43 (83%)

Нет, не пользуюсь

9 (17%)

Большинство ремесленников (65%) указало, что регулярно пользуются поисковыми системами, а также популярными социальными сетями, в которых имеют свои аккаунты (наиболее популярной у ремесленников социальной сетью является «ВКонтакте», далее по убыванию — Instagram, Facebook, Одноклассники и др.). Специализированными ресурсами Pinterest и YouTube пользуются 25% из числа опрошенных ремесленников. Специализированными Интернет-ресурсами, предназначенными для ремесленников

Вопрос 4.2

Каким Интернет-ресурсами Вы пользуетесь при изготовлении изделий?

Пользуюсь VK, FB, поисковыми системами

33 (65%)

Пользуюсь ресурсом Pinterest

8 (15%)

Пользуюсь каналами YouTube

5 (10%)

Пользуюсь Интернет-ярмарками мастеров

3 (6%)

Пользуюсь платными мастер-классами

1 (2%)

Использую туристские сайты

1 (2%)

(Интернет-ярмарки ремесленников, платные обучающие онлайн-курсы для ремесленников, ремесленные маркетплейсы и агрегаторы и др.), а также специализированными туристскими Интернет-сайтами пользуются всего лишь (суммарно) 10 % опрошенных ремесленников.

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее популярными Интернет-ресурсами среди ремесленников являются социальные сети, а также специализированные популярные сетевые Интернет-ресурсы (Pinterest и YouTube), которыми суммарно пользуются 90 % ремесленников.

Поэтому для ремесленников будут наиболее полезны и востребованы обучающие курсы и мероприятия, направленные на расширение их компетенций в области ведения и популяризации аккаунтов в социальных сетях, smm-продвижение ремесленной продукции в социальных сетях, технологий прямого маркетинга и таргетированной рекламы, кросс-промоушена и др., а также меры поддержки и услуги для ремесленников в этих направлениях Интернет-маркетинга.

На вопрос «Попадались ли Вам полезные для ремесла научные исследования, исторические обзоры и т.п.»

более половины опрошенных ремесленников ответили отрицательно (55 %). Причём основную научную информацию ремесленники черпали из книг и журналов, а не из Интернета. Лишь 45 % ремесленников пользуются при изготовлении своей ремесленной продукции выборочными результатами научных исследований. При этом использование материалов научных исследований предполагает, преимущественно, лишь знакомство с фактами и историческими примерами ремесленной продукции, а также, частично, с воссозданием исторической идентичности производимых ремесленных изделий. При их изготовлении используются чаще всего современные технологии, поскольку это позволяет сократить затраты

Вопрос 5

Попадались ли Вам полезные для ремесла научные исследования, исторические обзоры и т.п.?

Нет, не попадались

29 (55%)

Да, попадались

24 (45%)

Источники информации:

- Интернет – 2 ответа (12 %)
- Книги и журналы – 15 ответов (88 %)

(как материальные, так и временные) на производство ремесленной продукции по сравнению с традиционным способом, а также увеличить объём производства ремесленной продукции. Неиспользование почти половиной опрошенных ремесленников результатов научных исследований и исторических обзоров позволяет утверждать об их низкой доступности для ремесленников, либо об отсутствии в основной массе научно-исследовательских материалов фактов и информации, которая могла бы быть полезной для ремесленников.

В части развития коммуникаций между ремесленниками и исследователями можно рекомендовать акцентировать внимание на изучение традиционных технологий производства ремесленной продукции на территории Республики Карелия, включая

разработку комплекса мероприятий по реконструкции и возрождению традиционных промыслов и технологий, в результате проведения таких исследований. Обеспечить интерес к такого рода прикладным исследованиям, которые задействуют потенциал ремесленников, возможно за счёт их субсидирования со стороны государства, либо за счёт привлечения внебюджетных грантов и инвестиций со стороны российских и зарубежных фондов, коммерческих (включая туристские) и благотворительных организаций.

На вопрос «Как организована продажа Ваших изделий?» ответы опрошенных ремесленников распределились следующим образом:

- более 22 % ремесленников реализуют свою продукцию чаще всего на периодически организуемых ярмарках и выставках-продажах;
- 20 % ремесленников работают с розничными сетями и магазинами, которые либо приобретают у них ремесленную продукцию, либо берут её на реализацию (чаще всего используется второй способ);
- 18 % ремесленников для реализации своей продукции используют неформальные маркетинговые каналы (попросту – «сарафанное радио», или советы друзей, знакомых, родственников и др.);
- с использованием личной страницы в Интернете (чаще всего под ней ремесленники понимают свой личный аккаунт в социальных сетях) реализует свою продукцию 16 % ремесленников;
- 12 % ремесленников реализуют свою продукцию с использованием каналов прямых продаж (при этом для установления личных контактов с потенциальными покупателями чаще всего также используются неформальные маркетинговые каналы и «сарафанное радио»);

- Для 12 % ремесленников вопрос об организации каналов продажи их ремесленных изделий является не актуальным (примерно одинаковый процент ремесленников, колеблющийся от 10 до 12 %, позволяет говорить о существовании устойчивой однородной группы ремесленников, которые работают с постоянными покупателями, и для которых вопросы собственного продвижения продукции являются неактуальными).

Таким образом, анализ ответов на вопрос о способах организации продажи ремесленных изделий позволяет сделать вывод о том, что на сегодняшний день в Республике Карелия отсутствует единая эффективная система продвижения и реализации ремесленной продукции, а также оставляет желать лучшего практическая организация работы институтов развития и органов государственной власти, ответственных за поддержку и развитие частного сектора народно-художественных промыслов, связанная с информированием ремесленников о возможных мерах поддержки и адресной работой в сфере маркетингового сопровождения и продвижения ремесленной продукции, организации единых каналов её реализации и продвижения за пределами Республики Карелия. Косвенно, данный вывод подтверждают и ответы респондентов на вопросы, которые рассмотрены ниже. В частности, это касается крайне небольшого числа респондентов, которые имеют возможность принимать участие в крупных событиях и мероприятиях, посвящённых вопросам развития ремесленничества, за пределами Республики Карелия, а также того, что подавляющее большинство ремесленников имеют возможность реализовать свою продукцию лишь на местных мероприятиях и внутреннем (внутриреспубликанском) или местном рынках, возможности которых резко ограничены.

Вопрос 6

Как организована продажа Ваших изделий?

Продажи в основном через ярмарки

20 (22%)

Через размещение в «полочных» магазинах

18 (20%)

Продажи по принципу «сарафанного радио»

16 (18%)

Через личную страницу в Интернете

15 (16%)

В основном продажи оффлайн (лично)

11 (12%)

Данный вопрос для меня не актуален

11 (12%)

На вопрос «Как о Ваших изделиях узнают или могут узнать потенциальные продавцы?» более 40 % ремесленников ответили, что для них основным каналом распространения информации являются неформальные каналы (попросту — «сарафанное радио», советы и рекомендации покупателей, друзей и знакомых). Это говорит о том, что маркетинговые каналы продвижения продукции в сфере ремесленного производства, фактически, не выстроены, и в республике отсутствует

единая эффективная система продвижения ремесленной продукции. Это предположение подтверждается также тем, что 4 % ремесленников не знают, какие возможности существуют по информированию потенциальных покупателей.

Вопрос 7

Как о Ваших изделиях узнают или могут узнать потенциальные продавцы?

По «сарафанному радио»

37 (40%)

Личная страница в Интернете

18 (19%)

Через Интернет

15 (16%)

Для меня это не актуально

10 (11%)

На ярмарках

6 (7%)

Не знаю

4 (4%)

Нет желания с ними работать

3 (3%)

Более 35 % опрошенных ремесленников используют в качестве каналов распространения информации о своих изделиях возможности Интернета (как правило, либо собственные Интернет-страницы, либо аккаунты в социальных сетях).

Для 11 % ремесленников вопрос знакомства потенциальных продавцов со своей продукцией является неактуальным (по всей видимости, к этой категории ремесленников относятся те, кто работает, преимущественно, по постоянным заказам). И всего 7 % опрошенных ремесленников ответили о том, что об их продукции потенциальные покупатели узнают на ярмарках и выставках-продажах.

На вопрос «Что можно изменить, чтобы точек продаж Вашей продукции в Карелии стало больше и вырос объём их продаж?» более половины ремесленников ответили, что данный вопрос для них не актуален. По сути, данный ответ указывает на то, что объёмы производства ремесленной продукции являются небольшими и, как правило, реализуются через неформальные личные связи или личные страницы в Интернете. Большинство ремесленников не рассматривают производство и реализацию своей продукции как основной источник заработка, а чаще всего занимаются этим в качестве хобби или рассматривают его как дополнительный источник дохода. Тем не менее, для 46 % ремесленников данный вопрос является важным, и в качестве возможных путей увеличения числа точек продаж ремесленной продукции и роста объёмов продаж они предлагают следующие:

- Снижение коммерческой (розничной) наценки на ремесленную продукцию (10 % ответов респондентов). Как показывает практика, средний размер наценки в розничных сетях на ремесленную продукцию составляет 100–150 %, что, безусловно, делает её слишком дорогой для большинства потенциальных покупателей.

Вопрос 8

Что можно изменить, чтобы точек продаж Ваших изделий в Карелии было больше и вырос объём их реализации?

Для меня данный вопрос не актуален

31 (54%)

Необходимо больше времени на изготовление

6 (11%)

Требуется помощь в продвижении и рекламе

6 (11%)

Необходимо уменьшить наценку на продукцию

6 (10%)

Создание лавки мастеров в районе проживания

2 (3%)

Возможность работы без официальной регистрации

2 (3%)

Имеющихся точек продаж вполне достаточно

1 (2%)

Необходимо увеличение количества работников

1 (2%)

Создание общественных пространств (коворкингов) мастеров-ремесленников

1 (2%)

Увеличение количества постоянных заказов

1 (2%)

В данном случае спрос на ремесленную продукцию с высокой коммерческой наценкой различается в различных точках продажи:

- при размещении ремесленной продукции на витринах предприятий придорожного обслуживания и автозаправочных станциях, где поток посетителей достаточно большой, высокая коммерческая наценка негативно влияет на объём продаж, поскольку покупатели не относятся к целевой группе — в лучшем случае они приобретают ремесленную продукцию в качестве сопутствующей покупки, в том числе на сдачу от основной покупки или заправки;
- при размещении ремесленной продукции с высокой коммерческой наценкой в специализированных магазинах, торгующих сувенирами и изделиями народно-художественного промысла, высокая наценка, как правило, не оказывает резко негативной реакции со стороны потенциальных покупателей, однако их поток в этих торговых точках резко ограничен, что также снижает объём реализации продукции.
- Необходимость увеличения времени на изготовление продукции (11 % ответов респондентов). Поскольку для большинства ремесленников производство ремесленной продукции всё-таки является хобби или рассматривается в качестве источника дополнительного заработка, то и временные ресурсы, которые они могут выделить для этого занятия резко ограничены. Другой причиной такого ответа является то, что для большинства ремесленничество — это занятие индивидуальное или семейное. Поэтому производственные возможности ограничены временем и количеством человек, занятых изготовлением продукции (в частности, 2 % респондентов ответили, что для увеличения масштабов производства им не хватает работников).

- Более 7% ремесленников высказались о необходимости развития инфраструктуры поддержки ремесленной деятельности, как необходимого условия увеличения объёмов производства и реализации ремесленной продукции. В частности, для 3% опрошенных ремесленников необходимо создание специализированной лавки мастеров в районе проживания (или создание сети точек продаж ремесленной продукции), 2% высказались о необходимости создания общественных пространств ремесленников (коворкингов), 2% — об увеличении количества постоянных заказов, что также предполагает помощь в выходе на таких заказчиков и поддержки в сфере продвижения ремесленной продукции.
- Для 3% ремесленников актуальным является вопрос о возможности ведения профессиональной деятельности без официальной регистрации в качестве ИП или ООО, как необходимого условия расширения объёмов производства и продажи продукции. Для данной категории ремесленников могут быть предложены возможности регистрации в качестве самозанятых граждан, не требующей дополнительной регистрации и отчётности перед налоговыми органами.

На вопрос «Как организовано знакомство с Вашей продукцией?» подавляющее большинство опрошенных ремесленников (94%) ответили, что у них есть личные страницы в сети Интернет (или в популярных социальных сетях), которые они используют для знакомства со своей продукцией, информирования о расширении продуктовой линейки и производстве новых изделий. Также с их использованием осуществляются контакты с заказчиками и продвижение ремесленной продукции. При этом только 6% опрошенных ремесленников размещают материалы, знакомящие потенциальных покупателей с их продукцией, и контактные данные для её заказа непосредственно в точках продажи (в магазинах).

Вопрос 9

Как организовано знакомство с Вашей продукцией?

С использованием личной страницы в сети Интернет



Знакомство с продукцией в точках продажи (магазинах)



Это говорит о том, что для знакомства с ремесленной продукцией и её продвижения ремесленники используют, преимущественно, собственные каналы (чаще всего, неформальные, — с использованием собственных аккаунтов в социальных сетях). Система дистрибьюции и розничной продажи ремесленной продукции не развита, либо не пользуется популярностью у ремесленников (в том числе, по причине высокой розничной наценки на их продукцию, снижающей объём потенциального спроса на неё).

На вопрос «Знаете ли Вы Интернет-ресурсы, через которые можно продвигать и продавать Вашу продукцию?» мнения респондентов разделились почти поровну: 42% ремесленников знают о подобных Интернет-ресурсах и используют их; 46% ремесленников о них ничего не знают. Для 12% опрошенных ремесленников данный вопрос не актуален, поскольку они пользуются другими способами и каналами продвижения

и реализации своей ремесленной продукции.

Результаты ответов на данный вопрос позволяют сделать вывод о неравномерной информированности ремесленников о специализированных Интернет-ресурсах по продвижению ремесленной продукции и их возможностях. Это несколько не вяжется с высокой долей ремесленников, которые используют возможности Интернета для знакомства со своей продукцией и для её продвижения (по результатам ответов на предыдущий вопрос № 9, у 94% опрошенных ремесленников организовано знакомство с их продукцией с использованием личной страницы в Интернете или социальных сетях).

Для устранения данного несоответствия может быть рекомендовано усиление информационной работы местных администраций, Министерства

Вопрос 10

Знаете ли Вы Интернет-ресурсы, через которые можно продвигать и продавать Вашу продукцию?

Нет, не знаю



Да, знаю



Не актуально



экономического развития и промышленности Республики Карелия, а также Центра поддержки народно-художественных промыслов АО «Корпорации развития Республики Карелия» с целевой группой ремесленников в части их информирования и обучения навыкам использования специализированных Интернет-ресурсов для продвижения их продукции.

На вопрос «**Чего не хватает для более активного продвижения Вашей продукции через Интернет?**» почти треть респондентов ответили, что не хватает, главным образом, профессиональных компетенций (29%). При этом нехватка компетенций и профессиональных знаний складывается в следующих областях:

- освоение навыков создания собственных Интернет-сайтов и страниц;
- размещение продукции в Интернет-магазинах и использование специализированных маркетплейсов;
- освоение smm-технологий, технологий рекламы и продвижения ремесленной продукции в социальных сетях.

Из других проблем, связанных с активным продвижением ремесленной продукции через Интернет, респонденты называют: отсутствие времени на продвижение и осуществление рыночных коммуникаций (18%); нехватку материалов и отсутствие производственных помещений для расширения производства, незначительный объём производства продукции для целей активизации продвижения продукции, а также недостаточность постоянных клиентов для увеличения объёмов производства и активного продвижения продукции через Интернет (суммарно – 10%).

Небольшой процент опрошенных ремесленников (3%) указывает в качестве недостатков в сфере продвижения

Вопрос 11

Чего не хватает для более активного продвижения Вашей продукции через Интернет?

Для меня данный вопрос не актуален

29 (40%)

Профессионального обучения по продвижению

21 (29%)

Времени на то, чтобы заниматься продвижением

13 (18%)

Материалов, производственного помещения

4 (5%)

Недостаточно большой объём производства

3 (4%)

Недостаточно мер господдержки, дороги (доставка)

2 (3%)

Недостаточно постоянных заказов для активного продвижения

1 (1%)

продукции недостаточность мер государственной поддержки (включая меры финансовой поддержки в части

возможностей приобретения оборудования и компенсации части производственных и маркетинговых затрат), а также трудности, связанные с доставкой заказов или доступности для покупателей из-за плохих дорог и труднодоступности ряда населённых пунктов, где проживают ремесленники.

В данном случае, скорее всего, имеет место недостаточная информированность ремесленников о мерах государственной поддержки, действующих в Республике Карелия, а также о невозможности применения подобных мер при отсутствии официальной регистрации ремесленников в качестве индивидуальных предпринимателей, юридических лиц или самозанятых граждан.

В данном случае актуальным является адресная работа специалистов местных администраций, а также Центра поддержки народно-художественных промыслов АО «Корпорации развития Республики Карелия» в части информирования ремесленников о мерах господдержки и помощи в прохождении процедур их официальной регистрации и получения мер государственной поддержки.

Почти 40% из числа опрошенных респондентов считают вопрос о повышении активности в сфере продвижения ремесленной продукции в сети Интернет не актуальным для себя.

Опять же в качестве возможных причин является отсутствие профессиональных компетенций в этой сфере, а также незначительный объём производства ремесленной продукции, который не требует активного развития маркетинговых коммуникаций в Интернете.

На вопрос «В каких событиях Вы как ремесленник участвуете?» общее количество опрошенных ремесленников распределились следующим образом: международные и межрегиональные события (10 %); местные и региональные события (44 %); местные события (32 %). При более подробном анализе ответов респондентов видно, что подавляющее большинство ремесленников участвует в ярмарках и выставках, а также тематических

Вопрос 12

В каких событиях Вы как ремесленник участвуете (праздниках, выставках, семинарах и т.п.)?

Местные и региональные ярмарки

30 (44%)

Местные события

22 (32%)

Международные и межрегиональные события

7 (10%)

Не актуально

6 (9%)

Семинары

2 (3%)

Проектная деятельность

1 (2%)

праздниках, на которых организована выставка-продажа ремесленной продукции. В специализированных семинарах, организованных для ремесленников, принимает участие лишь 3 % от общего числа опрошенных ремесленников. В проектной деятельности участвует всего лишь 2 %. При этом для 9 % опрошенных данный вопрос является не актуальным, либо они не участвуют в специализированных мероприятиях. Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее значимыми для ремесленников являются мероприятия регионального и муниципального уровней (суммарно – 76 %). Тем не менее, это лишь говорит не о предпочтениях ремесленников, а о достаточно низком уровне их возможностей в части представления и продвижения своей продукции на более высоких уровнях.

Крайне мало ремесленников вовлечено в проектную деятельность при реализации комплексных проектов и инициатив по формированию и продвижению имиджа Республики Карелия в сфере ремесленной деятельности и творческих индустрий. На этот факт необходимо особо обратить внимание, поскольку он говорит о крайне недостаточном использовании потенциала ремесленничества в сфере территориального маркетинга.

На вопрос «Каких мероприятий (событий) Вам как ремесленнику не хватает в регионе?» более трети опрошенных ремесленников высказали пожелания, связанные с необходимостью организации регулярной (в данном случае – ежегодной) крупной выставки ремесленного искусства или фестиваля ремесленников. Данные мероприятия, по мнению ремесленников, должны проводиться на региональном или межрегиональном (международном) уровне с активным привлечением ремесленников из соседних регионов и стран для того, чтобы была возможность обеспечить эффективный обмен опытом

Вопрос 13

Каких событий (мероприятий) Вам как ремесленнику не хватает?

Крупной специализированной ярмарки или фестиваля ремёсел

28 (37%)

Встреч и обмена опытом со специалистами из своих ремёсел

19 (25%)

Профильного специализированного обучения

15 (20%)

Для меня данный вопрос не актуален

8 (10%)

Региональных и местных мероприятий вполне хватает

4 (5%)

Ознакомительных поездок и бизнес-миссий в другие регионы

2 (3%)

и завязать полезные профессиональные контакты. Подобное мероприятие должно включаться в план крупных выставок и мероприятий, организуемых при поддержке Правительства Республики Карелия или с привлечением средств из федерального бюджета в рамках

государственных программ и приоритетных проектов, либо бюджетных средств, направляемых на поддержку субъектов малого предпринимательства.

С помощью организации регулярного крупного межрегионального или международного мероприятия, а также через организацию общественных пространств для ремесленников (или создание специализированных ремесленных коворкингов), по мнению ремесленников, удалось бы обеспечить создание постоянно действующей мультифункциональной площадки для обмена опытом между ремесленниками. За организацию подобной площадки высказывается 20 % ремесленников. Подобный ремесленный коворкинг (или общественная площадка) могли бы быть созданы с привлечением государственного бюджетного финансирования через Центр поддержки народно-художественный промыслов АО «Корпорации развития Республики Карелия».

Также часть ремесленников (3 %) высказалась о потребности организации и участия в бизнес-миссиях по обмену опытом с ремесленниками из других регионов и стран. Через организацию регулярного крупного международного или межрегионального мероприятия для ремесленников также можно было бы обеспечить сокращение затрат на организацию и проведение подобных бизнес-миссий.

Для многих ремесленников (20 % из общего числа опрошенных) остаётся актуальным вопрос об организации и прохождении специализированного профессионального обучения, как правило, связанного с вопросами организации и регистрации бизнеса в сфере ремесленничества, а также вопросами продвижения ремесленной продукции в сети Интернет (в том числе через освоение навыков создания собственных Интернет-сайтов и страниц, открытия Интернет-магазинов ремесленной продукции, использования маркетплейсов, освоения

smm-технологий, технологий рекламы в Яндекс.Директ и технологий продвижения ремесленной продукции в социальных сетях).

Для 10 % опрошенных ремесленников вопрос о специализированных мероприятиях не актуален. Как правило, эта доля из числа опрошенных ремесленников, которые отвечают на большинство вопросов «не актуально» или «не интересует», является довольно устойчивой (10–11 %) и чётко коррелирует с количеством ремесленников, которые работают по индивидуальным заказам, имеют постоянных клиентов и обеспечены заказами наперёд.

Таким образом, на основе анализа ответов ремесленников на вопросы интервью подготовлена сводная таблица результатов интервьюирования, которая позволяет выявить основные особенности организации ремесленной деятельности в Республике Карелия, выделить ключевые проблемы, с которыми сталкиваются ремесленники и обозначить основные направления и способы их решения, позволяющие обеспечить наиболее полное вовлечение экономического потенциала ремесленного производства в хозяйственный оборот.

Сводная таблица результатов интервьюирования ремесленников

Вопрос	Наиболее популярные ответы и их доля	Выводы
1. В связи с чем и как Вы начали заниматься ремеслом?	<ul style="list-style-type: none">▪ С детства. Преемственность поколений (34%)▪ Спонтанно (31%)▪ В соответствии с профильным образованием (18%)▪ С детства. Уроки труда в школе (9%)▪ После выхода на пенсию (6%)	<p>Большинство респондентов получили знания и навыки о своём ремесле от родителей. У многих занятие ремеслом связано с выходом на пенсию, либо люди начали заниматься ремеслом в своё свободное время.</p> <p>Для многих наличие свободного времени является значимым фактором в развитии ремесленного производства, которое сначала складывалось лишь как хобби.</p> <p>Немало людей сохранили навыки ремесла с уроков труда и ремесленных кружков со времён обучения в школе, и говорят о необходимости возрождения дополнительного образования детей и развития навыков прикладного труда для детей и подростков.</p>
2. Насколько Ваше занятие ремеслом опирается на традиции? Что помогает Вам поддерживать традицию в своём ремесле?	<ul style="list-style-type: none">▪ Опирается полностью на традиции (42%)▪ Опирается частично на традиции (38%)▪ Нет, на традиции не опирается (20%)	<p>Подавляющее большинство опрошенных ремесленников (80%) в своём производстве опираются на имеющиеся традиции производства в своей сфере или делают это частично, используя традиционные техники производства в сочетании с современными материалами (или наоборот – современные технологии, но с использованием традиционных материалов).</p> <p>Пятая часть опрошенных ремесленников (20%) не опирается на имеющиеся традиции, а руководствуется собственным видением, творческим подходом и профессиональными навыками при изготовлении продукции.</p>
3. Что помогает Вам вносить новое в своё занятие ремеслом – придумывать новые изделия, изменять материалы и процесс изготовления?	<ul style="list-style-type: none">▪ Интернет и работы других мастеров (46%)▪ Красота окружающей природы, как вдохновение (17%)▪ Пожелания и требования заказчиков (9%)▪ Советы коллег (9%)▪ Интеграция элементов местной культуры (8%)▪ Желание расти и развивать продуктовую линейку (8%)	<p>Подавляющее большинство ремесленников вносят новое в своё творчество благодаря ресурсам Интернет, Pinterest и поисковикам (46%), а также общению и обмену опытом с коллегами (часто опять же с использованием Интернета) – 9%.</p> <p>Около ¼ ремесленников черпают вдохновение в красоте природы и в результате интеграции и сочетания различных элементов местной культуры. 25% ремесленников вносят новое в свою продукцию, ориентируясь на рыночные факторы (пожелания заказчиков и желание развивать свою продуктовую линейку)</p>

Вопрос	Наиболее популярные ответы и их доля	Выводы
<p>4. Пользуетесь ли Вы при изготовлении Ваших изделий (совершенствовании процесса, обновлении продукции) Интернет-ресурсами? Если да, то какими и как?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Использую социальные сети (ВКонтакте, Фейсбук, Инстаграм) и поисковые системы Интернет (55 %) ▪ Пользуюсь каналами YouTube (11 %) ▪ Пользуюсь ресурсами Pinterest (9 %) ▪ Пользуюсь специализированными Интернет-ресурсами для ремесленников (Ярмарка мастеров, специальные сайты и др.) (8 %) 	<p>Подавляющее большинство (85 %) ремесленников пользуются различными Интернет-ресурсами; 15 % – используют другие источники информации или советы коллег.</p> <p>Наиболее часто используемыми у ремесленников являются поисковые системы Интернета, а также популярные социальные сети (55 %). Лишь 20 % ремесленников используют YouTube и Pinterest.</p> <p>Специализированные Интернет-ресурсы, предназначенные специально для ремесленников, не пользуются особой популярностью (их использует лишь 8 % респондентов).</p>
<p>5. Попадались ли Вам полезные для ремесла научные исследования, исторические обзоры и т.п? Знаете ли, где их можно найти?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Да, полезные материалы попадались (54 %) ▪ Нет, интересных материалов не попадалось (46 %) ▪ Полезные материалы ищу в Интернет (22 %) ▪ Полезные материалы ищу в книгах (32 %) 	<p>Более половины (54 %) из опрошенных ремесленников используют научные и исторические материалы при изготовлении своей продукции и её совершенствовании. При этом 22 % черпают эту информацию из Интернет-ресурсов; 32 % – из книг, научных статей и журналов. Причём 9 % ремесленников называют конкретных авторов и исследователей, данными которых пользовались при изготовлении продукции.</p> <p>Тем не менее, почти половина (46 %) ремесленников результаты научных исследований и исторические материалы не используют.</p>
<p>6. Как организована продажа Ваших изделий?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Продажи через разовые заказы, постоянных клиентов и мастер-классы (5 %) ▪ Прямые каналы продаж (ярмарки, выставки) (8 %) ▪ Продажи через розничную сеть (12 %) ▪ Продажи через неформальные коммуникации («сарафанное радио») – 11 % ▪ Продажи (или поиск заказчика) через Интернет (18 %) ▪ Смешанные каналы продаж (31 %) 	<p>Более 1/3 всех ремесленников используют смешанные каналы продаж, включающие ярмарки, розничные магазины, Интернет, прямые заказы. С использованием Интернет-ресурсов и собственных страниц в Интернете реализуют свою продукцию 18 % ремесленников.</p> <p>Через розничную сеть реализуют продукцию 12 % опрошенных ремесленников. Прямыми каналами продаж и прямыми заказами пользуются 13 % ремесленников.</p> <p>Кроме того, 12 % из опрошенных ремесленников не пожелали раскрывать свои каналы продаж. Есть небольшая доля ремесленников (3 %), у которых не организована продажа своей продукции.</p>

Вопрос	Наиболее популярные ответы и их доля	Выводы
7. Как о Ваших изделиях узнают или могут узнать потенциальные продавцы?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Неформальные каналы продвижения («сарафанное радио») – 29 % ▪ Продвижение через Интернет-ресурсы (18 %) ▪ Ярмарки (6 %) ▪ Смешанные каналы продвижения (25 %) 	<p>Большинство ремесленников используют неформальные каналы продвижения своей продукции («сарафанное радио», личные связи, контакты через Интернет).</p> <p>Почти 1/5 часть ремесленников имеют собственные страницы в Интернете или социальных сетях, через которые и находят покупателей своей продукции. Таким каналом продвижения, как ярмарки, пользуется лишь 6 % ремесленников. 1/4 всех опрошенных ремесленников используют смешанные каналы продвижения.</p>
8. Чего не хватает для увеличения точек продаж Ваших изделий в Карелии?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Не актуально (49 %) ▪ Не хватает инструментов продвижения и рекламы (17 %) ▪ Необходимо снизить наценку на продукцию (9 %) ▪ Не хватает профессиональных компетенций (6 %) ▪ Недостаток времени на продвижение (8 %) 	<p>Почти для половины ремесленников вопрос об увеличении количества точек продаж их продукции является не актуальным (49 %) в силу разных причин:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ из-за незнания способов продвижения продукции (17 %) ▪ из-за высокой наценки на их продукцию в магазинах и в точках продаж (9 %) ▪ из-за недостатка профессиональных компетенций и свободного времени на поиск новых точек продаж и предложение своей продукции (6 % и 8 %, соответственно). <p>Также указано на неэффективность работы почты, труднодоступность из-за плохих дорог.</p>
9. Как организовано знакомство с Вашей продукцией в Интернете? Насколько глубоко о ней рассказывается в Интернете?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Личная страница в сети Интернет или в социальных сетях (58 %) ▪ Использование Интернета в сочетании с другими каналами информирования (14 %) ▪ Используются только личные и неформальные контакты для информирования (3 %) ▪ Не актуально (25 %) 	<p>Подавляющее большинство ремесленников использует возможности Интернета для информирования заказчиков и их знакомства со своей продукцией (58 %). Как правило, это либо личные страницы на специализированных сайтах, либо личные страницы в социальных сетях.</p> <p>Часть ремесленников (14 %) использует возможности Интернета в сочетании с другими каналами информирования своих покупателей о продукции – с использованием личных неформальных контактов, ярмарок и размещения информации о линейке продукции и её описания непосредственно в магазинах.</p> <p>Для 25 % ремесленников вопросы информирования о своей продукции не актуальны (скорее всего, данный вопрос они не захотели раскрывать).</p>

Вопрос	Наиболее популярные ответы и их доля	Выводы
10. Знаете ли Вы Интернет-ресурсы, через которые ещё можно было бы продвигать Вашу продукцию?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Да, знаю (42 %) ▪ Нет, не знаю (46 %) ▪ Не актуально (12 %) 	<p>Уровень информированности ремесленников о возможностях использования специализированных ресурсов Интернета по продвижению ремесленной продукции оставляют желать лучшего: всего лишь 42 % знает о таких ресурсах; 46 % о них ничего не знает. Для 12 % ремесленников данный вопрос не актуален (как правило, это те ремесленники, которые работают в основном по индивидуальным заказам).</p>
11. Чего не хватает для более активного продвижения Вашей продукции через Интернет?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Профессионального обучения (32 %) ▪ Не хватает времени (12 %) ▪ Недостаточен объём производства (5 %) ▪ Не актуально (45 %) 	<p>Для 1/3 ремесленников для эффективного продвижения своей продукции не хватает профессиональных навыков и знаний в сфере продвижения и рекламы (особенно в среде Интернет). У 12 % на продвижение своей продукции нет времени, поскольку всё время уходит на её производство. Для 5 % недостаточен объём производства для активного продвижения продукции.</p> <p>Таким образом, повышение эффективности продвижения ремесленной продукции связано с обучением в сфере инструментов продвижения в Интернете, а также предоставлении сторонних услуг и поддержки в сфере продвижения и рекламы.</p> <p>Почти половина ремесленников ответила, что данный вопрос для них не актуален.</p>
12. В каких событиях Вы участвуете? Эффективны ли они и что можно было бы изменить в их организации?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мероприятия межрегионального или международного уровня (10 %) ▪ Мероприятия регионального уровня (44 %) ▪ Местные мероприятия районного уровня (32 %) ▪ Не актуально или не участвую (10 %) 	<p>Почти половина ремесленников регулярно принимает участие в мероприятиях регионального масштаба (44 %). Причём наиболее популярные мероприятия — это тематические праздники с организацией торговли ремесленными изделиями, ярмарки и выставки-продажи. Для расширения возможностей участия в региональных мероприятиях ремесленниками высказаны пожелания частичной компенсации затрат на участие.</p> <p>В мероприятиях районного уровня принимают регулярное участие 32 % опрошенных ремесленников — это также праздники, ярмарки и выставки-продажи.</p> <p>В мероприятиях межрегионального и международного уровней участвуют лишь 10 % ремесленников.</p>

Вопрос	Наиболее популярные ответы и их доля	Выводы
13. Каких событий (мероприятий) Вам как ремесленнику не хватает?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Регулярной крупной выставки или фестиваля ремесленников (37%) ▪ Обмена опытом с коллегами (25%) ▪ Профильного специализированного обучения (20%) ▪ Бизнес-миссий и поездок по обмену опытом (3%) 	<p>Более 1/3 ремесленников высказывают пожелания, связанные с необходимостью организации регулярной (ежегодной) крупной выставки ремесленного искусства или фестиваля ремесленников, проводимой на региональном или межрегиональном уровне. С помощью данного мероприятия (а также через организацию общественных пространств и ремесленных коворкингов) также удалось бы реализовать пожелание ремесленников, связанное с необходимостью площадки для обмена опытом (25%). К этому же типу пожеланий можно отнести и потребности в участии в бизнес-миссиях по обмену опытом с ремесленниками из других регионов (3%).</p> <p>Для 20% ремесленников не хватает специализированного профессионального обучения (как правило, связанного с организацией бизнеса и продвижением продукции в Интернете)</p> <p>Для 10% ремесленников вопрос о специализированных мероприятиях не актуален.</p>

На основе сводных данных по результатам интервьюирования ремесленников Республики Карелия можно сделать выводы, что **экономический потенциал ремесленного производства Республики Карелия и уровень его использования характеризуются следующими основными чертами и факторами:**

- В развитии традиций ремесленничества и расширении числа ремесленников ведущую роль играют традиции и наставничество (передача опыта и знаний в порядке преемственности поколений), а также освоение ремесленных компетенций, начиная с детского возраста через развитие ремесленнических кружков и секций в рамках системы дополнительного образования.
- Важным фактором в развитии ремесленничества является создание условий для самореализации граждан пенсионного возраста, реализующих ремесленную деятельность в качестве хобби. За счёт их

выявления и адресной поддержки можно также решить задачи передачи знаний и навыков через развитие наставничества и привлечение специалистов пенсионного возраста к работе с детьми в рамках кружков и секций (в данном случае решается сразу две задачи — людям предоставляется возможность использования производственных помещений и оборудования для продолжения своего хобби, а дети получают опытных наставников, обучающих их основам ремесленного мастерства).

- С целью поддержки и развития ремесленничества целесообразным является организация образовательных семинаров и подготовка изданий (каталогов, справочников), отражающих традиционные исторические способы производства ремесленных изделий, а также демонстрирующие возможности использования в ремесленном производстве современных материалов и технологий (в дополнение к традиционным).

- Требуется организация специализированной постоянно действующей Интернет-площадки для общения ремесленников и обмена опытом, а также регулярное обновление и рассылка информации об Интернет-ресурсах, которые могут быть востребованы у ремесленников Республики Карелия. Нелишним будет организация профессиональных Интернет-сообществ ремесленников Республики Карелия в социальных сетях, а также их поддержка и продвижение в Интернете, расширение возможностей выхода и регистрации их участников на специализированных маркетплейсах для расширения клиентской базы и возможностей реализации ремесленной продукции.
- Отдельно следует рассмотреть создание специализированного YouTube-канала, посвящённого ремесленникам Республики Карелия, распространения информации о них и их продукции (создание канала может быть осуществлено при поддержке Центра

народно-художественных промыслов АО «Корпорации развития Республики Карелия»).

- Организация регулярных встреч (можно в формате онлайн) ремесленников с учёными и исследователями, занимающимися исследованием народных традиций, местной истории и краеведения, в том числе организация онлайн-лекций и онлайн-консультирования ремесленников по конкретным вопросам использования и реконструкции историко-культурных артефактов и технологий.
- Организация обучения ремесленников основам продвижения продукции с использованием как специфических каналов продаж (в том числе с использованием специализированных Интернет-ресурсов, включая Яндекс.Директ, собственных аккаунтов в социальных сетях, маркетплейсов, Интернет-магазинов, работу с рассылками), так и смешанных каналов продаж, включая работу с розничными сетями и магазинами, корпоративными заказчиками и др.
- Причиной преимущественного использования ремесленниками Республики Карелия неформальных каналов продвижения своей продукции («сарафанное радио», личные связи, контакты через Интернет) является опять же недостаток специализированных знаний по всем возможностям выстраивания каналов продаж. Поэтому важной задачей является, во-первых, обучение ремесленников этим навыкам, а во-вторых, развитие их компетенций по выстраиванию эффективных неформальных коммуникаций с потенциальными покупателями в контексте продвижения их аккаунтов в социальных сетях.
- Возможности повышения доступности ремесленной продукции и сокращение торговых наценок на неё также связано с развитием компетенций в области

самостоятельного продвижения продукции с использованием современных Интернет-технологий, а также с использованием инструментов прямых продаж.

- Уровень информированности ремесленников о возможностях использования специализированных ресурсов Интернета по продвижению ремесленной продукции оставляют желать лучшего (всего лишь 42% знает о таких ресурсах). Решение этой проблемы связано с адресным обучением ремесленников и их информирование о новых возможностях по продвижению своей продукции через Интернет (в том числе, за счёт организации ремесленных онлайн-мастер-классов).
- Для поддержки ремесленной деятельности и её популяризации необходима организация регулярной (ежегодной) крупной выставки ремесленного искусства или фестиваля ремесленников, проводимой на межрегиональном или международном уровне. Причём данное мероприятие может действовать на постоянной основе в онлайн-формате (в виде постоянного Интернет-сообщества с программой обучающих онлайн-семинаров и мастер-классов) с проведением раз в год очной встречи, обучающих семинаров, мастер-классов и выставки-продажи ремесленной продукции.
- Целесообразно рассмотреть возможность создания в Республике Карелия сети общественных пространств в формате ремесленных коворкингов (по примеру ремесленных кварталов в Финляндии).
- Совершенствование мер государственной поддержки ремесленников в части организации выставок-продаж ремесленной продукции при проведении тематических праздников в районах и городах Карелии. Для расширения возможностей участия в региональных мероприятиях может быть проработан механизм частичной компенсации затрат на участие.

Анализ результатов интервьюирования предпринимателей, реализующих продукцию ремесленников

В ходе интервьюирования перед предпринимателями Республики Карелия (в рамках исследуемых муниципальных районов – Петрозаводск, Олонецкий район, Пряжинский район, Костомукша) было поставлено 18 вопросов, разбитых на два блока:

- Блок А. Вопросы для торгового бизнеса, занимающегося реализацией ремесленной продукции.
- Блок Б. Вопросы для предпринимателей – владельцев средств размещения (гостиниц, гостевых домов, баз отдыха, хостелов и др.) и сотрудников средств размещения.

Анализ результатов интервьюирования предпринимателей позволяет более полно раскрыть и выявить формы и способы взаимодействия бизнеса с ремесленниками, виды ремесленной продукции, пользующейся наибольшим спросом, долю общей выручки, формируемой за счёт реализации ремесленной продукции, заинтересованность клиентов в приобретении ремесленной продукции, способы и формы продвижения ремесленной продукции. Также результаты интервьюирования позволяют более глубоко оценить эффективность мер государственной поддержки ремесленной деятельности и сопутствующего бизнеса.

Полученные результаты интервьюирования обобщены в виде практических выводов, на основе которых в рамках данного отчёта сформулированы предложения, направленные на увеличение экономического потенциала ремесленной деятельности в Республике Карелия, а также предложены основные направления региональной стратегии развития ремесленной деятельности.

На вопрос «Как часто Вы взаимодействуете с ремесленниками, проживающими в Вашем населённом пункте, и каким образом выстроена работа с ними?»

42 % предпринимателей ответили, что основной формой

Вопрос 1

Как часто Вы взаимодействуете с ремесленниками, проживающими в Вашем населённом пункте, и каким образом выстроена Ваша работа с ними по реализации производимой ими ремесленной продукции?

Принимаем под реализацию

42%

Часто взаимодействуем

25%

Ремесленники сами реализуют свою продукцию

25%

Не взаимодействуем

8%

взаимодействия с ремесленниками является приём их продукции на реализацию; 25 % предпринимателей ответили, что взаимодействуют довольно часто. Четверть опрошенных предпринимателей заявили, что ремесленники, как правило, самостоятельно реализуют свою продукцию; 8 % предпринимателей не взаимодействуют с ремесленниками никаким образом. Из полученных ответов видно, что предприниматели избирают, как правило, наименее рисковый способ взаимодействия с ремесленниками – принимают их продукцию на реализацию с выплатой договорной суммы выручки при условии, что продукция будет приобретена.

Такой подход к реализации ремесленной продукции позволяет утверждать о наличии трёх проблем в сфере взаимодействия ремесленников и предпринимателей:

- Во-первых, предприниматели не желают брать на себя риски, связанные со сложностями реализации ремесленной продукции;
- Во-вторых, у ремесленников, отдающих свою продукцию предпринимателям под реализацию, возникает определённый кассовый разрыв между фактически произведёнными затратами на её производство и сроком поступления выручки от её реализации;
- В-третьих, предпринимателями, как правило, специально не используются методы и способы маркетингового продвижения ремесленной продукции; она выступает для них лишь как один из дополнительных видов продукции (услуг), которые они реализуют вместе со своей основной продукцией (профильными услугами).

Всё это позволяет сделать вывод, что у местных бизнес-сообществ отсутствует прямая и непосредственная заинтересованность в продвижении местной ремесленной продукции, которую они, зачастую, рассматривают как способ акцентировать внимание на их собственную (профильную) продукцию или услуги, а также как на возможность предоставить покупателям дополнительный выбор и дополнительную ценность. При этом они не заинтересованы брать на себя даже часть рисков за реализацию ремесленной продукции.

На второй вопрос «Какие виды ремесленной продукции пользуются наибольшим спросом у покупателей?» 38 % предпринимателей ответили, что это прочая продукция, включающая в себя широкий ассортимент индивидуализированной ремесленной продукции (в том числе

изделия из бересты, из дерева, вязаные изделия, изделия из камня и пр.). Одинаковые доли от общего объёма спроса (по 25 %) приходятся на брендированные продукты питания и мелкие сувениры (магниты, значки, брелоки и пр.); 12 % общего объёма спроса приходится на натуральную авторскую косметику.

Данная структура ответов также подтверждает выводы о том, что для продвижения ремесленной продукции карельскими предпринимателями не применяются специализированные способы и методы маркетингового продвижения, поскольку при незначительных объёмах реализации основной спрос приходится либо на мелкие изделия, либо на изделия

Вопрос 2

Какие виды ремесленной продукции, которые Вы реализуете, пользуются наибольшим спросом у покупателей?

Прочая продукция (береста, вязание и т.д.)

38%

Продукты питания

25%

Мелкие сувениры (магниты и пр.)

25%

Авторская косметика

12%

с высокой степенью индивидуализации (уникальные изделия, которые, чаще всего, присутствуют лишь в единственном экземпляре).

То есть, в структуре реализации преобладают те ремесленные изделия, спрос на которые и так является достаточно высоким и стабильным, и для которых не требуется маркетинговое сопровождение.

Тем не менее, на такие виды продукции, как брендированные продукты питания и авторская косметика приходится меньший объём спроса, поскольку для увеличения объёма продаж этих видов продукции требуется расширение каналов дистрибуции и организация презентационных мероприятий (то есть, способов стимулирования продаж).

На вопрос «Какова доля выручки от реализации ремесленной продукции в общем объёме выручки?» подавляющее большинство предпринимателей ответили, что такие данные отсутствуют, либо отдельный учёт выручки от каждой категории товаров (услуг), которые ими реализуются на рынке, не ведётся. В этом плане очевидно, что многие предприниматели лукавят, просто не желая «высвечивать» финансовую сторону своей предпринимательской деятельности. Лишь 20 % опрошенных предпринимателей ответили, что выручка от реализации ремесленной продукции составляет 100 %. Очевидно, что к этой категории относятся те предприниматели, которые специализируются на продаже сувенирной и ремесленной продукции.

Но тем более является удивительным тот факт, что даже предприниматели, которые специализируются на продаже ремесленных изделий и сувениров, не готовы разделить риски по реализации этой продукции с ремесленниками.

Вопрос 3

Какова (примерно) доля выручки от реализации ремесленной продукции в общем объёме получаемой Вами выручки?

Данные отсутствуют. Раздельный учёт не ведётся

80%

100% выручки

20%

На вопрос «Где Вы приобретаете ремесленную продукцию?» более половины опрошенных предпринимателей ответили, что непосредственно у ремесленников, проживающих и работающих в данном населённом пункте или муниципальном районе; 40 % предпринимателей приобретают ремесленную и сувенирную продукцию повсеместно в Республике Карелия и имеют устойчивые и налаженные каналы поставок ремесленной продукции и в других муниципальных районах Республики Карелия. Как правило, у подавляющего большинства предпринимателей существуют свои постоянные ремесленники — поставщики продукции, с которыми уже сложились деловые и доверительные отношения, а также продукция которых пользуется стабильным спросом у потенциальных покупателей.

Эти результаты показывают, что на рынке реализации ремесленной продукции, как правило, сложились устойчивые коммуникации между определёнными ремесленниками и предпринимателями, реализующими их продукцию. Другим (новым) ремесленникам предложить на реализацию свою продукцию не так-то

просто. Поэтому канал реализации ремесленной продукции через розничные торговые точки доступен далеко не всем ремесленникам.

Вопрос 4

Где Вы приобретаете ремесленную продукцию, которую предлагаете покупателям?

У местных ремесленников

60%

Повсеместно по Карелии

40%

На вопрос «Вы работаете с одними и теми же поставщиками ремесленной продукции или берёте на реализацию продукцию у разных поставщиков?» 71 % предпринимателей ответили, что работают в одними и теми же постоянными ремесленниками. И только 29 % предпринимателей заявляют о том, что работают с разными (временными или разовыми) поставщиками ремесленной продукции.

Ответы на данный вопрос лишь подтверждают выводы, сделанные по результатам анализа ответов респондентов на предыдущий вопрос — канал реализации ремесленной продукции через розничные торговые точки доступен далеко не всем ремесленникам.

При этом предприниматели, торгующие ремесленной продукцией, не уточняли с какими именно поставщиками они работают — непосредственно с ремесленниками,

производящими продукцию, или с оптовыми поставщиками, которые закупают продукцию у ремесленников. Однако, учитывая, что объём реализации ремесленной продукции не является значительным и она, как правило, не является определяющей в структуре общей выручки, то скорее всего предприниматели работают напрямую с ремесленниками. Причём, преимущественно, с постоянными.

Вопрос 5

Вы работаете с одними и теми же поставщиками ремесленной продукции или берёте на реализацию продукцию у разных поставщиков?

Постоянные поставщики

71%

Временные или разовые поставщики

29%

На вопрос «Вы закупаете ремесленную продукцию у физических или юридических лиц? К каким возрастным группам относятся ремесленники, у которых Вы приобретаете продукцию?» 80 % опрошенных предпринимателей ответили, что, как правило, это физические лица (то есть, сами ремесленники) и только 20 % предпринимателей закупают ремесленную продукцию у юридических лиц. Что касается возраста поставщиков ремесленной продукции, то не менее 30 % поставщиков — физических лиц — это ремесленники пенсионного возраста, для которых изготовление и реализация ремесленной продукции является дополнительным источником

доходов. В связи с данной структурой ответов можно сделать вывод, что велика вероятность того, что со многими поставщиками ремесленной продукции (ремесленниками — физическими лицами) деловые отношения не оформляются юридически, а взаиморасчёты осуществляются вне правового поля. Косвенно это подтверждается ответами на вопрос о доли ремесленной продукции в структуре выручки, на который большинство предпринимателей не захотели дать ответ.

Безусловно, данное предположение, если оно верно, негативно сказывается на раскрытии и увеличении экономического потенциала ремесленничества, а также не позволяет легально и эффективно использовать возможности в части получения мер государственной поддержки (как ремесленникам, так и предпринимателям, торгующим ремесленной продукцией), поскольку в данном случае главным условием их получения является открытая и легальная предпринимательская деятельность с подтверждением обоснованных затрат, выручки и прибыли.

Вопрос 6

Вы закупаете ремесленную продукцию у физических или юридических лиц?

Физические лица

80%

Юридические лица

20%

На вопрос «Считаете ли Вы полезным и эффективным организацию событий в сфере ремесленного производства?» все 100 % опрошенных предпринимателей ответили, что организация и проведение подобных мероприятий является полезным и эффективным, поскольку их проведение позволяет увеличить предпринимательскую выручку в связи с тем, что посетители таких мероприятий (выставок-продаж, ярмарок и пр.) относятся к целевой группе клиентов.

На вопрос «Знаете ли Вы о существовании мер государственной поддержки предпринимательской деятельности в сфере ремесленничества? Пользуетесь ли Вы этими мерами?» утвердительно ответили 20 % опрошенных предпринимателей; 80 % не знают и не пользуются этими мерами.

Ответы на данный вопрос говорят лишь о низкой эффективности используемых в Республике Карелия способов информирования предпринимателей о предлагаемых мерах государственной поддержки, в том числе о недостатках адресной работы органов государственной власти республики и институтов поддержки ремесленничества с субъектами предпринимательской деятельности в сфере ремесленничества.

На вопрос «Какие меры и виды поддержки со стороны органов государственной власти и местной администрации позволили бы повысить интерес к ремесленнической деятельности и оказать наибольший эффект в развитии предпринимательской деятельности в этой сфере?» ответы и мнения предпринимателей оказались существенно дифференцированными. Так, для 30 % предпринимателей наиболее важными мерами государственной поддержки являются помощь в приобретении станков и оборудования,

Вопрос 9

Какие меры господдержки позволили бы повысить интерес к ремесленнической деятельности и оказать наибольший эффект в развитии предпринимательства в этой сфере?

Помощь в приобретении станков, оборудования, помещений

30%

Предоставление различной финансовой помощи

20%

Оказание помощи в продвижении и реализации продукции

20%

Налоговые льготы и индивидуальные меры поддержки

20%

Оказание помощи в официальной регистрации и отчётности

10%

а также в предоставлении или подборе производственных и коммерческих помещений. Для 20 % предпринимателей ключевыми являются меры поддержки, связанные с финансовыми мерами (включая частичное

субсидирование производственных и маркетинговых затрат). Для 20 % предпринимателей наиболее важны меры господдержки в продвижении продукции на рынок и маркетинговом сопровождении. Для 20 % предпринимателей наиболее важными мерами поддержки являются меры, связанные с предоставлением налоговых льгот и прочие индивидуальные меры поддержки. 10 % предпринимателей требуется помощь в прохождении процедур официальной регистрации.

Таким образом, анализ ответов предпринимателей на данный вопрос позволяет сделать вывод о том, что потребность в мерах государственной поддержки ремесленничества является достаточно актуальной; ожидания предпринимателей являются высокими. Кроме того, учитывая значительный разброс ответов предпринимателей о требуемых им мерах господдержки, можно также сделать вывод, что система государственной поддержки ремесленничества и предпринимательской деятельности в этой сфере должна быть дифференцированной, и включать в себя широкий спектр методов и мер, как финансового и имущественного характера, так и мер информационно-маркетингового характера.

На вопрос «Насколько доступна информация о ремесленниках, работающих в Вашем населённом пункте, и производимой ими продукции?» подавляющее большинство предпринимателей (80 %) ответили, что данная информация для них недоступна (60 %), либо доступна частично (20 %). Лишь 20 % предпринимателей знают о ремесленниках, проживающих и работающих в их населённом пункте или муниципальном районе (как правило, это те предприниматели, которые приобретают ремесленную продукцию у постоянных поставщиков).

Ответы на данный вопрос ещё раз подтверждают то, что в Республике Карелия отсутствует единая доступная база ремесленников и информация о производимой ими продукции, а институты поддержки ремесленничества работают недостаточно эффективно, формируя и предоставляя информацию для предпринимателей. В свою очередь, существующая система коммуникаций ремесленников и предпринимателей крайне неразвита, в том числе в силу низкой заинтересованности предпринимателей с одной стороны, и отсутствия знаний и навыков продвижения продукции у ремесленников, с другой стороны. Всё это говорит лишь о том, что в Республике Карелия рынок ремесленной продукции, фактически, не сформирован, а информация о его участниках отсутствует в доступном виде.

Вопрос 10

Насколько доступна информация о ремесленниках, работающих в Вашем населённом пункте, и производимой ими продукции?

Недоступна

60%

Доступна

20%

Частично

20%

Большинство предпринимателей оценивают ремесленников, проживающих в их населённом пункте, как достаточно активных и инициативных людей, готовых предлагать свою продукцию на рынке. Вместе с тем, они отмечают, что их активность и экономический потенциал могли бы быть использованы более эффективно и рационально при условии увеличения количества ремесленных событий в населённом пункте (муниципальном районе).

Ответы опрошенных предпринимателей, работающих в сфере размещения туристов (отели, кемпинги, мотели, гостевые дома, базы отдыха и пр.) характеризуются примерно аналогичной структурой в сфере работы с ремесленниками, как и ответы предпринимателей в сфере торговли ремесленной продукцией, описанные выше, что подтверждает сделанные на основе анализа результатов интервьюирования выводы. Из числа же специализированных вопросов, касающихся исключительно предпринимателей, работающих в сфере размещения, стоит упомянуть следующие:

На вопрос «Считаете ли вы возможным и интересным для гостей Вашего отеля (базы отдыха, гостевого дома и пр.) организацию на его территории ремесленных событий?» все респонденты дали утвердительный ответ. Безусловно, организация и проведение на территории баз отдыха и отелей таких событий как ярмарки, выставки-продажи, мастер-классы и пр. лишь создают дополнительный приток потенциальных посетителей и способствуют увеличению продаж. При этом далеко не все владельцы средств размещения готовы нести расходы на организацию подобных мероприятий и брать на себя риски за их эффективность.

Таким образом, на основе анализа ответов предпринимателей на вопросы интервью подготовлена сводная таблица результатов, которая позволяет выявить основные особенности организации взаимодействия ремесленников

и бизнес-сообщества, а также сформированности рынка ремесленной продукции в Республике Карелия, выделить ключевые проблемы, с которыми сталкиваются предприниматели и обозначить основные направления и способы их решения, позволяющие обеспечить наиболее полное вовлечение экономического потенциала ремесленного производства в хозяйственный оборот.

Сводная таблица результатов интервьюирования предпринимателей, реализующих продукцию ремесленников

Вопрос (блок А)	Наиболее популярные ответы и их доля	Выводы
1. Как часто Вы взаимодействуете с ремесленниками, проживающими в населённом пункте, и как выстроена работа с ними?	<ul style="list-style-type: none">▪ Принимаем под реализацию (42 %)▪ Часто взаимодействуем (25 %)▪ Ремесленники сами реализуют свою продукцию (25 %)▪ Не взаимодействуем (8 %)	Предприниматели избирают наименее рисковый способ взаимодействия с ремесленниками – принимают их продукцию на реализацию с выплатой суммы выручки после продажи продукции. Таким образом, предприниматели не готовы брать на себя даже частично коммерческие риски. Ремесленники при такой системе коммуникаций с предпринимателями сталкиваются с проблемой кассовых разрывов.
2. Какие виды ремесленной продукции пользуются наибольшим спросом у покупателей?	<ul style="list-style-type: none">▪ Прочая продукция (в т.ч. изделия из бересты, из дерева, вязаные изделия, изделия из камня и пр.) – 38 %▪ Продукты питания (25 %)▪ Мелкие сувениры (магниты, значки, брелоки и пр.) – 25 %▪ Авторская косметика (13 %)	Для продвижения ремесленной продукции карельскими предпринимателями, как правило, не применяются специальные способы и методы маркетингового продвижения, требующие дополнительных затрат, поскольку при незначительных объёмах реализации основной спрос приходится либо на мелкие изделия, либо на изделия с высокой степенью индивидуализации, на которые и так достаточно высокий и устойчивый спрос.
3. Какова доля выручки от реализации ремесленной продукции в общем объёме выручки?	<ul style="list-style-type: none">▪ Данные отсутствуют, отдельный учёт не ведётся (80 %)▪ 100 % выручки (20 %)	Предприниматели не склонны раскрывать структуру выручки. Это может быть признаком того, что со многими поставщиками ремесленной продукции (ремесленниками – физическими лицами) деловые отношения не оформляются юридически, а взаиморасчёты осуществляются вне правового поля.
4. Где Вы приобретаете ремесленную продукцию?	<ul style="list-style-type: none">▪ У местных ремесленников (60 %)▪ По всей республике (40 %)	На рынке реализации ремесленной продукции сложились устойчивые коммуникации между определёнными ремесленниками и предпринимателями. При этом канал реализации ремесленной продукции через розничные торговые точки доступен далеко не всем ремесленникам.

Вопрос (блок А)	Наиболее популярные ответы и их доля	Выводы
5. Вы работаете с одними и теми же ремесленниками или с разными поставщиками?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Постоянные поставщики (71%) ▪ Временные и разовые поставщики (29%) 	<p>Ответы на данный вопрос сложившиеся устойчивые коммуникации между ремесленниками и предпринимателями, и подтверждают выводы, сделанные по результатам анализа ответов респондентов на предыдущий вопрос – канал реализации ремесленной продукции через розничные торговые точки доступен далеко не всем ремесленникам.</p>
6. Вы закупаете ремесленную продукцию у физических или юридических лиц? К каким возрастным группам относятся ремесленники, у которых Вы приобретаете продукцию?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ У физических лиц (80%) ▪ У юридических лиц (20%) ▪ У лиц пенсионного возраста (30%) 	<p>Ответ на данный вопрос подтверждает наличие устойчивых связей между предпринимателями и конкретными постоянными поставщиками ремесленной продукции, среди которых преобладают физические лица. Однако перечень поставщиков-физических лиц резко ограничен. Из этого следует, что предприниматели работают только с проверенными поставщиками, к которым есть доверие.</p> <p>Около 1/3 поставщиков – это ремесленники пенсионного возраста, для которых изготовление и реализация ремесленной продукции является дополнительным источником доходов.</p>
7. Считаете ли Вы полезным и эффективным организацию событий в сфере ремесленного производства?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Да (100%) 	<p>Организация и проведение подобных мероприятий является полезным и эффективным, поскольку их проведение позволяет увеличить предпринимательскую выручку в связи с тем, что посетители таких мероприятий (выставок-продаж, ярмарок и пр.) относятся к целевой группе клиентов.</p>
8. Знаете ли Вы о существовании мер государственной поддержки предпринимательской деятельности в сфере ремесленничества? Пользуетесь ли Вы этими мерами?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Знаем, но не пользуемся мерами поддержки (20%) ▪ Не знаем (80%) 	<p>Ответы на данный вопрос говорят о низкой эффективности используемых в Республике Карелия способов информирования предпринимателей о предлагаемых мерах государственной поддержки, в том числе о недостатках адресной работы органов государственной власти республики и институтов поддержки ремесленничества с субъектами предпринимательской деятельности в сфере ремесленничества.</p> <p>Также ответы на данный вопрос актуализируют проблему отсутствия официальной регистрации многих ремесленников, что ограничивает возможности получения господдержки.</p>

9. Какие меры и виды государственной поддержки позволили бы повысить интерес к ремесленной деятельности и оказать наибольший эффект в развитии предпринимательства в этой сфере?

- Помощь в приобретении оборудования, в предоставлении помещений (30 %)
- Финансовая поддержка (20 %)
- Продвижение продукции (20 %)
- Предоставление налоговых льгот и прочие индивидуальные меры поддержки (20 %)
- Помощь в официальной регистрации (10 %)

Потребность в мерах государственной поддержки является достаточно актуальной для ремесленников. Ожидания предпринимателей являются высокими. Учитывая значительный разброс ответов предпринимателей о требуемых им мерах господдержки, можно также сделать вывод, что система государственной поддержки ремесленничества и предпринимательской деятельности в этой сфере должна быть дифференцированной, и включать в себя широкий спектр методов и мер, как финансового и имущественного характера, так и мер информационно-маркетингового характера.

10. Насколько доступна информация о ремесленниках и производимой ими продукции?

- Доступна (20 %)
- Частично доступна (20 %)
- Не доступна (60 %)

В Республике Карелия отсутствует единая доступная база ремесленников и информация о производимой ими продукции, а институты поддержки ремесленничества работают недостаточно эффективно в части формирования и предоставления информации о ремесленниках и производимой ими продукции для предпринимателей.

На основе сводных данных по результатам интервьюирования предпринимателей Республики Карелия, реализующих ремесленную продукцию, можно сделать выводы, что **экономический потенциал ремесленного производства Республики Карелия и уровень его использования характеризуются следующими основными чертами и факторами:**

- Сложившаяся система коммуникаций между ремесленниками и предпринимателями характеризуется как слаборазвитая. Большинство предпринимателей избирают, как правило, наименее рискованный способ взаимодействия с ремесленниками – принимают их продукцию на реализацию с выплатой оговорённой суммы выручки при условии, что продукция будет продана.
- В связи со слабым уровнем развитости взаимных деловых коммуникаций между предпринимателями

и ремесленниками, а также незаинтересованностью предпринимателей брать на себя часть коммерческих рисков, возникает ряд системных проблем в сфере использования экономического потенциала ремесленничества, а именно: наличие определённых кассовых разрывов между фактически произведёнными затратами ремесленников на производство ремесленной продукции и сроком поступления выручки от её реализации, снижающих заинтересованность ремесленников в развитии деловых отношений с предпринимателями; использование ремесленниками, преимущественно, прямых неформальных каналов продаж своей продукции, как правило, являющихся неофициальными и нелегальными.

- У местных бизнес-сообществ отсутствует прямая и непосредственная заинтересованность в продвижении

местной ремесленной продукции, которую они, зачастую, рассматривают как способ акцентировать внимание на их собственную (профильную) продукцию или услуги, а также как на возможность предоставить покупателям дополнительный выбор и дополнительную ценность.

- Для продвижения ремесленной продукции карельскими предпринимателями не применяются специальные способы и методы маркетингового продвижения, требующие дополнительных затрат, поскольку при незначительных объёмах реализации основной спрос приходится либо на мелкие изделия, либо на изделия с высокой степенью индивидуализации, спрос на которые и так является достаточно высоким и стабильным.
- На такие виды продукции, как брендовые продукты питания и авторская косметика приходится

существенно меньший объём спроса по сравнению с мелкими и индивидуализированными изделиями. Поэтому для увеличения объёма продаж этих видов ремесленной продукции требуется расширение каналов дистрибуции и организация презентационных мероприятий (то есть способов стимулирования продаж).

- На рынке реализации ремесленной продукции сложились устойчивые коммуникации между определёнными ремесленниками и предпринимателями, реализующими их продукцию. Другим (новым) ремесленникам предложить на реализацию свою продукцию довольно сложно. Поэтому канал реализации ремесленной продукции через розничные торговые точки доступен далеко не всем ремесленникам.
- Велика вероятность того, что со многими ремесленниками — физическими лицами — деловые отношения не оформляются юридически, а взаиморасчёты осуществляются вне правового поля. Это негативно сказывается на раскрытии и увеличении экономического потенциала ремесленничества, а также не позволяет легально и эффективно воспользоваться мерами государственной поддержки (как ремесленникам, так и предпринимателям, торгующим ремесленной продукцией), поскольку главным условием их получения является открытая и легальная предпринимательская деятельность с подтверждением обоснованных затрат, выручки и прибыли.
- Организация и проведение местных и региональных ремесленных событий (ярмарок, выставок-продаж, мастер-классов и др.) является полезным и эффективным, как для поддержки ремесленничества, так и малого предпринимательства в целом, поскольку их проведение позволяет увеличить предпринимательскую выручку в связи с тем, что посетители таких мероприятий относятся, как правило, к целевой группе клиентов.

- Используемые в Республике Карелия способы и каналы информирования предпринимателей о предлагаемых мерах государственной поддержки характеризуются низкой эффективностью. Предприниматели указывают на недостаточность адресной работы органов государственной власти республики и институтов поддержки ремесленничества с субъектами предпринимательской деятельности, работающими в сфере ремесленничества.
- Учитывая значительный разброс ответов предпринимателей о требуемых им мерах господдержки, можно утверждать, что система государственной поддержки ремесленничества и предпринимательской деятельности в этой сфере должна быть дифференцированной, и включать в себя широкий спектр методов и мер, как финансового и имущественного характера, так и мер информационно-маркетингового характера.
- В Республике Карелия на сегодняшний день отсутствует единая доступная база ремесленников и информация о производимой ими продукции, а институты поддержки ремесленничества работают недостаточно эффективно, формируя и предоставляя информацию для предпринимателей. Существующая система коммуникаций ремесленников и предпринимателей крайне неразвита, в том числе в силу низкой заинтересованности предпринимателей с одной стороны, и отсутствия знаний и навыков продвижения продукции у ремесленников, с другой стороны.
- Итоговый ключевой вывод заключается в том, что на сегодняшний день в Республике Карелия рынок ремесленной продукции, фактически, не сформирован, коммуникации между участниками рынка не имеют системной основы, а информация о его участниках отсутствует в доступном виде.

Анализ результатов интервьюирования представителей местных администраций (муниципальных районов и поселений)

В ходе интервьюирования перед сотрудниками местных администраций и органов местного самоуправления Республики Карелия (в рамках исследуемых муниципальных районов — Петрозаводск, Олонецкий район, Пряжинский район, Муезерский район, Беломорский район, Костомукша) было поставлено шесть вопросов, связанных с оценкой активности ремесленников, реализуемыми мерами государственной поддержки ремесленного сектора, организацией и проведением ремесленных событий и мероприятий, спектра задач и вопросов, которые актуальны для ремесленников, а также выявлением дополнительных возможностей местной администрации по поддержке ремесленной деятельности.

Анализ результатов интервьюирования сотрудников местных администраций и органов местного самоуправления позволяет более полно раскрыть эффективность используемых мер поддержки ремесленной деятельности, а также выявить проблемы и основные направления их совершенствования.

Полученные результаты интервьюирования обобщены в виде практических выводов, на основе которых в рамках данного отчёта сформулированы предложения, направленные на увеличение экономического потенциала ремесленной деятельности в Республике Карелия, а также предложены основные направления региональной стратегии развития ремесленной деятельности.

На вопрос «Как часто в Вашем населённом пункте проводятся события, в которых участвуют ремесленники?» большинство (67 %) респондентов ответили, что не реже 5–7 раз в год, что, фактически, составляет не менее 1–2 мероприятий в квартал (или не менее 2 мероприятий каждый месяц). 33 % респондентов ответили, что такие мероприятия проводятся до 5 раз год. В среднем,

Вопрос 1

Как часто в Вашем населённом пункте (районе) проводятся события, в которых участвуют ремесленники?

5–7 раз в год

67%

До 5 раз в год

33%

по рассматриваемым муниципальным районам количество событий и мероприятий, в которых участвуют ремесленники, проводится не реже 6 раз в год. Понятно, что сроки и плотность проведения данных мероприятий различны. Кроме того, большинство таких мероприятий и событий сдвигается либо на новогодние каникулы, либо на традиционные и общенародные праздники.

Поэтому большинство из них проводится в разных муниципальных районах в одно и то же время, что не позволяет ремесленникам планировать свой график с возможностью посещения большинства событий в разных муниципальных районах и населённых пунктах. С целью повышения эффективности использования экономического потенциала ремесленной деятельности целесообразно сформировать единый график мероприятий (или согласованные графики мероприятий) с возможным их разнесением на разные сроки проведения для возможности участия в них ремесленников из соседних муниципальных районов.

Отдельно также необходимо обеспечить доведение данных графиков мероприятий до ремесленников с определением возможных механизмов поддержки их участия в них.

На вопрос «Как Вы оцениваете активность ремесленников Вашего населённого пункта (района) по продвижению своей продукции?» ответы специалистов местных администраций разделились поровну: 50 % указывает на их активность в продвижении собственной ремесленной продукции; 50 % указывает на недостаточную активность. Ответы на данный вопрос не являются репрезентативными и не раскрывают специфику ситуации с активностью продвижения ремесленной продукции в целом по рассматриваемым муниципальным районам. В данном случае, как правило, указывается на активность отдельных наиболее известных в районе (населённом пункте) ремесленников, которые постоянно и регулярно участвуют в местных, региональных и муниципальных событиях. При этом, как показывает практика, таких

Вопрос 2

Как Вы оцениваете активность ремесленников Вашего населённого пункта (района) по представлению и продвижению своей продукции?

Активны

50%

Не активны

50%

активных ремесленников не более 2–3 человек (предпринимателей), а иногда – 1 на весь населённый пункт или район. При этом в среднем 10–20, или большее число ремесленников не проявляют активность.

Поэтому меры поддержки для этих типов ремесленников должны быть дифференцированы: для активных ремесленников меры поддержки должны быть сосредоточены в продвижении их продуктов на региональном и межрегиональном уровнях, на поддержке их участия в крупных мероприятиях, так как они формируют «лицо региона»; для неактивных ремесленников меры поддержки должны быть сконцентрированы в сфере их информационной поддержки и организации системы реализации их продукции.

На вопрос «Как бы вы оценили организацию и развитие бизнеса по продаже ремесленных изделий в Вашем населённом пункте (районе)?» подавляющее большинство респондентов ответили, что как таковой бизнес в сфере ремесленничества и продажи ремесленной продукции отсутствует. Обоснованием данного утверждения являются следующие факты:

- объём производства ремесленной продукции очень незначительный; его недостаточно для формирования рынка;
- ремесленничество, как правило, выступает для людей в качестве хобби, результаты которого они готовы продать;
- в районе (населённом пункте) есть отдельные ремесленники, реализующие продукцию через Интернет без официальной регистрации в качестве ИП или самозанятых.

Таким образом, в настоящее время в большинстве муниципальных районов Республики Карелия сложились

недостаточные условия для формирования и развития рынка ремесленной продукции, а большинство ремесленников работают без официальной регистрации и производят ремесленную продукцию в небольших объёмах, используя её в качестве способа дополнительного заработка. Следствием этого является и резко ограниченный спрос на меры государственной поддержки в сфере ремесленной деятельности, поскольку подавляющее большинство ремесленников работает без официальной регистрации и не удовлетворяют требованиям для предоставления им мер государственной поддержки.

На вопрос «По каким вопросам и за какими мерами поддержки чаще всего обращаются ремесленники в местную администрацию?» почти 1/3 респондентов ответили, что подобных обращение нет (что вполне согласуется с ответами на предыдущий вопрос). При этом те немногие ремесленники, которые имеют официальную регистрацию в качестве субъекта предпринимательства (в качестве ИП, ООО) или самозанятого, обращаются в местные администрации за финансовой поддержкой (19 %), за поддержкой в части предоставления производственного помещения (19 %), за помощью в решении вопросов реализации продукции (19 %) и за помощью в решении вопросов обеспечения материалами для производства ремесленных изделий (12 %).

Однако, понимая, что большинство ремесленников всё-таки не зарегистрированы официально в качестве субъектов предпринимательской деятельности, то общее число обращений ремесленников в местные администрации крайне мало, что не позволяет охарактеризовать ремесленничество в качестве самостоятельной сферы бизнеса, оказывающей хоть сколько-нибудь значимый экономический эффект для муниципального образования или для экономики

Вопрос 4

По каким вопросам и за какими мерами поддержки чаще всего обращаются ремесленники в местную администрацию?

Не обращаются

31%

Финансовая помощь

19%

Помощь в предоставлении помещения

19%

Помощь в решении вопросов сбыта

19%

Помощь в обеспечении материалами

12%

На вопрос «Какого рода поддержка развитию ремесленной деятельности в Вашем населённом пункте (районе) могла бы быть наиболее полезной?» значительная часть респондентов склоняются к двум мерам поддержки: организация обучения ремесленников основам ведения бизнеса (34 %) и финансовая поддержка тех ремесленников, которые уже имеют официальную регистрацию с целью наращивания объёмов производства и реализации продукции (32 %). За помощь в области решения юридических вопросов высказалось 19 % респондентов. Важной считают помощь в области обеспечения

ремесленников материалами и сырьём для производства ремесленных изделий 14 % респондентов.

Таким образом, судя по ответам, очевидной является необходимость формирования разных «пакетов» мер государственной поддержки ремесленников: для официально зарегистрированных и работающих на рынке ремесленников наиболее важной является финансовая поддержка и поддержка в части обеспечения производства материалами, а также поддержка в области продвижения их продукции; для официально незарегистрированных ремесленников основные меры государственной поддержки должны сосредотачиваться на обучении

Вопрос 5

Какого рода поддержка развитию ремесленной деятельности в Вашем населённом пункте (районе) могла бы быть наиболее полезной?

Обучение ремесленников

34%

Финансовая помощь

33%

Юридическая помощь

19%

Обеспечение материалами

14%

и предоставлении юридической помощи и поддержки в сфере организации и официальной регистрации в качестве субъектов предпринимательства. Только после этого они могут претендовать на иные меры государственной поддержки.

На вопрос «Какие дополнительные возможности у местной администрации имеются в сфере поддержки ремесленничества?» более 1/3 респондентов указали на дополнительные возможности имущественной поддержки ремесленников за счёт предоставления им свободных производственных и офисных площадей (34 %). Одинаковое (по 22 %) количество ответов респондентов приходится на предоставление мер финансовой поддержки и юридической помощи ремесленникам. Столько же респондентов (22 %) заявляют, что у местной администрации дополнительные возможности по поддержке ремесленников отсутствуют.

Анализируя ответы респондентов на данный вопрос, очевидно, что основную помощь, которую могут оказать местные администрации для поддержки и развития ремесленников, — это имущественная и информационно-методическая поддержка. Возможности финансовой поддержки, как правило, отсутствуют. Финансовая поддержка может быть оказана лишь в пределах объёма целевых субсидий, выделяемых из федерального и регионального бюджетов. Вместе с тем, в ведении и собственности местных администрация имеется достаточно большое количество объектов недвижимости, которые на сегодняшний день не используются. На их основе могли бы быть созданы ремесленные коворкинги. Тем не менее, как показывает практика, большинство имеющихся свободных помещений характеризуются достаточно высоким уровнем износа и требуют реконструкции или серьёзного ремонта.

Таким образом, на основе анализа ответов представителей местных администраций на вопросы

Вопрос 6

Какие дополнительные возможности у местной администрации имеются, которые можно было бы использовать для поддержки ремесленничества в Вашем населённом пункте (районе)?

Наличие свободных производственных и офисных площадей

34%

Местные субсидии и привлечение дополнительной финансовой помощи

22%

Информационная и юридическая поддержка

22%

Дополнительные возможности отсутствуют

22%

интервью подготовлена сводная таблица результатов, которая позволяет выявить основные особенности развития ремесленной деятельности в муниципальных районах Республики Карелия, оценить эффективность используемых мер поддержки ремесленной деятельности, а также выявить проблемы и основные направления их совершенствования.

Сводная таблица результатов интервьюирования представителей местных администраций муниципальных районов Республики Карелия

Вопрос (блок Б)	Наиболее популярные ответы и их доля	Выводы
1. Как часто в Вашем населённом пункте проводятся события, в которых участвуют ремесленники?	<ul style="list-style-type: none">▪ Не реже 5–7 раз в год (67%)▪ До 5 раз в год (33%)	<p>Частота событий достаточно высокая. Однако сроки и плотность их проведения различны. Большинство событий сдвигается либо на новогодние каникулы, либо на традиционные и общенародные праздники. Поэтому большинство из них накладываются друг на друга, что не позволяет ремесленникам планировать свой график с возможностью посещения большинства событий в разных муниципальных районах и населённых пунктах.</p>
2. Как Вы оцениваете активность ремесленников Вашего населённого пункта (района) по продвижению своей продукции?	<ul style="list-style-type: none">▪ Активны (50%)▪ Неактивны (50%)	<p>Как правило, указывается на активность отдельных наиболее известных в районе (населённом пункте) ремесленников, которые регулярно участвуют в местных, региональных и муниципальных событиях. При этом, как показывает практика, таких активных ремесленников не более 2–3 человек, а иногда – 1 на населённый пункт или район. При этом в среднем 10–20 или большее число ремесленников не проявляют активность.</p>
3. Как бы вы оценили организацию и развитие бизнеса по продаже ремесленных изделий в Вашем населённом пункте (районе)?	<p>Основной ответ – как таковой бизнес в сфере ремесленничества и продажи ремесленной продукции отсутствуют</p>	<p>Отсутствие самостоятельной сферы ремесленного бизнеса объясняется следующим:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ объём производства ремесленной продукции недостаточен для формирования рынка;▪ ремесленничество чаще выступает для людей в качестве хобби;▪ в районе (населённом пункте) есть отдельные ремесленники, реализующие продукцию через Интернет без официальной регистрации в качестве ИП или самозанятых. <p>Таким образом, в настоящее время в большинстве муниципальных районов Республики Карелия сложились недостаточные условия для формирования и развития рынка ремесленной продукции, а большинство ремесленников работают без официальной регистрации.</p>

4. По каким вопросам и за какими мерами поддержки ремесленники в местную администрацию?

- Не обращаются (31%)
- Финансовая поддержка (19%)
- Предоставление производственного помещения (19%)
- Решение вопросов реализации продукции (19%)
- Обеспечение материалами (12%)

Понимая, что большинство ремесленников не зарегистрированы официально в качестве субъектов предпринимательской деятельности, общее число обращения ремесленников в местные администрации крайне мало, что не позволяет охарактеризовать ремесленничество в качестве самостоятельной сферы бизнеса, оказывающей хоть сколько-нибудь значимый экономический эффект для муниципального образования или для экономики Республики Карелия.

За помощью в местные администрации обращаются, как правило, одни и те же ремесленники, имеющие официальную регистрацию.

5. Какого рода поддержка развитию ремесленной деятельности в Вашем населённом пункте (районе) могла бы быть наиболее полезной?

- Организация обучения ремесленников (34%)
- Финансовая поддержка (32%)
- Помощь в решении юридических вопросов (19%)
- Помощь в области обеспечения материалами (14%)

На основе ответов очевидна необходимость формирования разных «пакетов» мер государственной поддержки ремесленников:

- для официально зарегистрированных ремесленников (финансовая поддержка и поддержка в части обеспечения производства материалами, поддержка в области продвижения их продукции);
- для официально незарегистрированных ремесленников (обучение и предоставление юридической помощи в сфере организации и официальной регистрации).

6. Какие дополнительные возможности у местной администрации имеются в сфере поддержки ремесленничества?

- Предоставление свободных производственных площадей (34%)
- Предоставление мер финансовой поддержки (22%)
- Юридическая помощь (22%)
- У местной администрации дополнительные возможности отсутствуют (22%)

Основную помощь, которую могут оказать местные администрации ремесленникам — имущественная и информационно-методическая поддержка. Возможности финансовой поддержки, как правило, отсутствуют. Финансовая поддержка может быть оказана лишь в пределах объёма целевых субсидий, выделяемых из федерального и регионального бюджетов, и только ремесленникам, официально зарегистрированным в качестве субъектов предпринимательства и соответствующим критериям предоставления бюджетной субсидии.

На основе сводных данных по результатам интервьюирования представителей местных администраций Республики Карелия можно сделать выводы, что **экономический потенциал ремесленного производства в муниципальных районах Республики Карелия и уровень его использования характеризуются следующими основными чертами и факторами:**

- В муниципальных районах Республики Карелия проводится достаточно много событий, в которых участвуют ремесленники (в среднем, не реже шести раз в год). Однако большинство событий проводятся в одно и то же время и накладываются друг на друга. Это не позволяет ремесленникам планировать свой график с возможностью посещения большинства событий в разных муниципальных районах и населённых пунктах. Поэтому с целью повышения эффективности использования экономического потенциала ремесленной деятельности целесообразно сформировать единый график мероприятий (или согласованные графики мероприятий) с возможным их разнесением на разные сроки проведения для возможности участия в них ремесленников из соседних муниципальных районов. Отдельно также необходимо обеспечить доведение данных графиков мероприятий до ремесленников с определением возможных механизмов поддержки их участия в них.
- Действительно активных ремесленников подавляющее меньшинство. Поэтому меры поддержки должны быть дифференцированы: для активных ремесленников меры поддержки должны быть сосредоточены в продвижении их продуктов на региональном и межрегиональном уровнях, на поддержке их участия в крупных мероприятиях, так как они формируют «лицо региона»; для неактивных ремесленников меры поддержки должны быть сконцентрированы в сфере их информационной поддержки и организации системы реализации их продукции.

- Как таковой бизнес в сфере ремесленничества и продажи ремесленной продукции в муниципальных районах Республики Карелия отсутствует. Причинами этого являются: объём производства ремесленной продукции недостаточен для формирования рынка; ремесленничество, как правило, выступает для людей в качестве хобби, результаты которого они готовы продать; в районе (населённом пункте) есть отдельные ремесленники, реализующие продукцию через Интернет без официальной регистрации в качестве ИП или самозанятых. Таким образом, в настоящее время в большинстве муниципальных районов Республики Карелия сложились недостаточные условия для формирования и развития рынка ремесленной продукции, а большинство ремесленников работают без официальной регистрации и производят ремесленную продукцию в небольших объёмах, используя её в качестве способа дополнительного заработка. Следствием этого является и резко ограниченный спрос на меры государственной поддержки в сфере ремесленной деятельности, поскольку подавляющее большинство ремесленников не удовлетворяют требованиям для предоставления им мер государственной поддержки.
- Общее число обращений ремесленников в местные администрации крайне мало, что не позволяет охарактеризовать ремесленничество в качестве самостоятельной сферы бизнеса, оказывающей хоть сколько-нибудь значимый экономический эффект для муниципального образования или для экономики Республики Карелия.
- С целью повышения эффективности государственной поддержки ремесленной деятельности, необходимо сформировать разные «пакеты» мер государственной поддержки: 1) для официально зарегистрированных и работающих на рынке ремесленников наиболее важной является финансовая поддержка и поддержка

в части обеспечения производства материалами, а также поддержка в области продвижения их продукции; 2) для официально незарегистрированных ремесленников основные меры господдержки должны сосредотачиваться на обучении и предоставлении юридической помощи и поддержки в сфере организации и официальной регистрации в качестве субъектов предпринимательства. Только после этого они могут претендовать на иные меры государственной поддержки.

- Основную дополнительную помощь, которую могут оказать местные администрации для поддержки и развития ремесленников, — это имущественная и информационно-методическая поддержка. Тем не менее, большинство имеющих в распоряжении свободных помещений характеризуются достаточно высоким уровнем износа и требуют реконструкции или серьёзного ремонта. Но при наличии целевого финансирования их вполне можно превратить в муниципальные технопарки и ремесленные коворкинги, которые позволяют существенно повысить внимание местного населения к ремесленнической деятельности. В частности, организация и проведение ремонта и создание ремесленных коворкингов могут быть реализованы при поддержке Республики Карелия с использованием инструмента программы местных инициатив.

Оценка состояния и экономического потенциала ремесленной деятельности

Оценка состояния и экономического потенциала ремесленной деятельности и производственной деятельности в сфере производства изделий народных художественных промыслов проведена на основе анализа статистических и экспертных данных, а также на основе расчётных данных с использованием документов и статистики Министерства промышленности и торговли Российской Федерации (в том числе Стратегии развития народных художественных промыслов на 2015–2016 годы и на период до 2020 года) и Министерства экономического развития и промышленности Республики Карелия.

Российская Федерация. Сфера ремесленничества и народных художественных промыслов включает в себя около 250 предприятий из более чем 60 регионов России, выпускающих продукцию, относящуюся к 15 видам производств.

Численность занятых в сфере ремесленничества и народных художественных промыслов — более 30 тыс. человек. Общий объём производства ремесленной продукции (по данным Росстата) в 2014 году составила 5026,3 млн. рублей; в 2016 году — 5320 млн. рублей; в 2017 году — 5290 млн. рублей; в 2018 году — 5120 млн. рублей (оценочно). На ремесленные организации и организации в сфере народных художественных промыслов приходится не более 85 % из указанного выше общего объёма производства продукции¹.

В сопоставимых ценах реальные объёмы производства и реализации не только не выросли, но и сократились. За последние пять лет подавляющее большинство организаций в сфере ремесленного производства и народных художественных промыслов фактически находилось

¹ Источник: Минпромторг РФ (<https://minprom.government-nnov.ru/?id=101261>)

в состоянии стагнации. Многие организации испытывают падение объёмов производства изделий и снижение объёмов их реализации, даже при наличии льгот по налогам и выделении субсидий.

Наибольшее количество предприятий, занимающихся производством ремесленной продукции, сконцентрировано в Центральном федеральном округе, на долю которого приходится около 40 % всех предприятий в сфере ремесленного производства и народных художественных промыслов. Наименьшее количество предприятий народных художественных промыслов находится на территории Южного, Сибирского и Дальневосточного федеральных округов, на долю которых приходится всего около 5 % от общего числа предприятий народных художественных промыслов. На долю предприятий и организаций Северо-Западного федерального округа приходится около 22 %. Доля изделий народных художественных промыслов, выпускаемых индивидуальными предпринимателями, в общем объёме реализации продукции составляет не более 15 %.

Общий объём реализации ремесленной и НХП продукции в российском масштабе по следующим направлениям составил:

- оптовая торговля — 69,8 %;
- розничная торговля — 28,05 %;
- дистанционная торговля — 2,12 %;
- иные направления реализации — 0,04 %.

Республика Карелия. Доля Республики Карелия в общем количестве организаций и граждан, занятых в Российской Федерации в сфере ремесленного производства и народных художественных промыслов составляет **около 2 %, или около 600 субъектов** (организаций

и граждан — оценочно). Причём более 90% субъектов — это граждане, которые производят ремесленную продукцию без официальной регистрации в качестве субъекта предпринимательской деятельности.

Общий объём производства ремесленной продукции и изделий народных художественных промыслов в Республике Карелия оценивается в **82–84 млн рублей**, то есть усреднённый объём производства ремесленной продукции на один субъект составляет **140–142 тыс. рублей в год**.

Экономический потенциал производства ремесленных изделий и изделий народного художественного промысла в Республике Карелия оценивается (с учётом существующей мощности туристского потока и пассажиропотока, а также среднестатистических расходов на приобретение изделий НХП) в **900 млн рублей**. Соответственно, потенциальный объём налоговых поступлений в консолидированный бюджет Республики Карелия при наиболее полном использовании экономического потенциала сферы ремесленничества и НХП составит **около 180 млн рублей в год**. Освоение экономического потенциала развития ремесленного производства позволит создать в данной отрасли Республики Карелия **более 6000 рабочих мест** (включая самозанятых граждан).

Схематически, оценка экономического потенциала ремесленного производства и производства изделий народных художественных промыслов в Республике Карелия выглядит следующим образом:

Объём производства ремесленной продукции

900 млн рублей в год

600 руб. × 1,5 млн продаж в год

Число новых рабочих мест (в т.ч. самозанятых)

6000

При норме 140 тыс. руб./чел. в год

Объём налоговых поступлений

180 млн рублей в год

Средняя налоговая нагрузка: 20% от выручки

Достижение указанных в схеме количественных показателей реализации экономического потенциала сферы ремесленничества и НХП в Республике Карелия возможна в период до 2030 года с учётом реформирования и создания эффективной системы мер государственной поддержки ремесленной деятельности и интенсивного использования мер стимулирования и популяризации ремесленничества среди населения Республики Карелия (и, главным образом, среди детей и молодёжи).

Ключевые проблемы развития ремесленного предпринимательства в республике Карелия и оценка развития инфраструктуры поддержки ремесленной деятельности в Республике Карелия

На сегодняшний день инфраструктура поддержки ремесленной деятельности и производства изделий народного художественного промысла в Республике Карелия находится в стадии становления и развития. Несмотря на то, что в республику существует и действует достаточно большое число этнокультурных центров, организаций и центров поддержки предпринимательства, тем не менее, пока они не оказывают синергетического эффекта, который приводил бы к стимулированию процессов развития ремесленных производств.

Целый ряд задач эти объекты инфраструктуры поддержки решают достаточно эффективно. Это, главным образом, задачи, связанные с сохранением и популяризацией народных традиций и промыслов, а также их продвижение за пределами региона, популяризация народных традиций и промыслов среди детей и молодёжи. Тем не менее, для того чтобы эта работа обеспечила синергетический эффект и стала толчком к развитию ремесленного предпринимательства, названные выше направления деятельности институтов и организаций инфраструктуры поддержки ремесленничества и НХП должны быть дополнены эффективными мерами организационной, информационной, правовой и экономической поддержки в сфере трансформации ремесленной деятельности в привлекательное направление предпринимательской деятельности. Другими словами, должен быть сформирован эффективный региональный рынок ремесленной продукции со всеми следующими основными его атрибутами:

- открытой и легальной системой спроса и предложения ремесленной продукции;
- доступной системой информации о производителях ремесленной продукции и покупателях;
- системой продвижения ремесленной продукции на рынок и маркетингового обеспечения;

- развитой и доступной системой мер государственной поддержки субъектов предпринимательской деятельности;
- развитой сетью институтов поддержки и развития ремесленного бизнеса, обеспечивающей его поддержку, начиная с уровня стартапа до выхода на зарубежные рынки и стимулирования продаж;
- разработанных инструментов, обеспечивающих коммуникацию и кооперирование между ремесленным производством и традиционными специализирующимися секторами экономики республики — туризмом, камнеобрабатывающей и лесоперерабатывающей промышленностью, оптовой и розничной торговлей и др.;
- развитой и унифицированной системой обучения, ресурсной, консультационной и технологической поддержки ремесленного предпринимательства.

Без комплексного решения перечисленных выше задач, развитие ремесленного предпринимательства будет оставаться на зачаточном уровне, а значительная его часть будет продолжать находиться «в тени» и в сфере нелегальных экономических отношений.

Работа по сохранению традиционных народных художественных промыслов и ремёсел в Республике Карелия более-менее системно начала вестись лишь в течение последних 2–3 лет, когда активизировались работы по созданию в республике ремесленного кластера. За предшествующие 10–15 лет традиционные народные художественные промыслы и ремёсла развивались неравномерно. Акценты в развитии отрасли менялись от усиленной поддержки декоративно-прикладного творчества до смены парадигмы в сторону творческих индустрий и обратно.

Определённой причиной этого явилось и то, что ремёсла пока так и не стали стратегическим приоритетом в развитии экономики и культуры Республики Карелия. Так, действующая сегодня «Стратегия сохранения, возрождения и развития народных художественных промыслов и ремёсел в Республике Карелия на период до 2020» не предусматривает регулярной поддержки и сохранения аутентичных промыслов и ремёсел на территории Карелии. Значительная часть её мероприятий не обеспечена соответствующим детализированным планом реализации стратегии и, соответственно, не подкреплена финансовыми ресурсами. Указанная Стратегия была разработана и принята ещё в 2010 году, до принятия Федерального закона «О стратегическом планировании в Российской Федерации» № 172 от 28.06.2014 и перехода к принципам финансирования мероприятий стратегических документов с использованием инструментов государственных программ. Таким образом, данный документ оказался, фактически, за пределами новой системы программного финансирования мероприятий, включённых в стратегические документы, и его финансирование осуществлялось по остаточному принципу.

На сегодняшний день в Республике Карелия отсутствует эффективная система сбора и анализа статистических данных о количестве ремесленников, официально зарегистрированных лиц (ИП) и предприятий, которые основаны на культурном наследии народов Карелии, видах актуальных ремёсел Карелии и информации о состоянии и развитии сегментов рынка услуг ремесленной сферы. Даже несмотря на то, что в последние два года принят ряд мер государственной поддержки ремесленной деятельности и НХП в Республике Карелия, тем не менее их применение на практике сталкивается с рядом серьёзных ограничений. В частности, меры поддержки предоставляются лишь для ремесленников, которые официально зарегистрированы в качестве субъектов предпринимательской деятельности (ИП или ООО), и лишь для их

ограниченного числа, учредительные документы которых соответствуют основному коду ОКВЭД 32.99.8 «Производство изделий народных художественных промыслов», оставляя «за бортом» всех остальных ремесленников. Однако, специфика и направления ремесленной деятельности выходят далеко за пределы только лишь одного вида деятельности.

Таким образом, с целью комплексного и органичного развития сферы ремесленничества и НХП необходимо существенно расширить перечень видов деятельности, подлежащих государственной поддержке. В частности, используя опыт других субъектов Федерации (г. Санкт-Петербурга, Ленинградской и Вологодской областей), можно предложить относить к сфере ремесленной деятельности следующие виды экономической деятельности (см. стр. 41).

Виды деятельности и коды ОКВЭД, формирующие условия для создания и развития ремесленного кластера и применения мер государственной поддержки

№ п/п	Код ОКВЭД (с расшифровкой)	Вид ремесленной деятельности
1	17. Текстильное производство (ОКВЭД I) 13. Производство текстильных изделий (ОКВЭД II)	Лоскутное дело; производство галантерейных и швейных изделий с использованием технологии «батик»
2	18. Производство одежды; выделка и крашение меха (ОКВЭД I) 19. Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви (ОКВЭД I) 14. Производство одежды (ОКВЭД II) 15. Производство кожи и изделий из кожи (ОКВЭД II)	Производство строчевышитых изделий народной одежды; изготовление авторской одежды, головных уборов и аксессуаров; скорняжное дело; шорное дело; изготовление авторской обуви; индивидуальный пошив обуви
3	20. Обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки, кроме мебели (ОКВЭД I) 16. Обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки, кроме мебели, производство изделий из соломки и материалов для плетения (ОКВЭД II)	Бондарное дело; деревянное зодчество; художественная обработка дерева и других растительных материалов, в том числе производство токарных изделий с росписью, изделий из различных пород дерева с резьбой, инкрустацией и выжиганием, изделий из бересты, лозы, ивы, соломки, пробки, злаковых растений с применением техники плетения, склеивания и комбинированной техники
4	26.1. Производство стекла и изделий из стекла (ОКВЭД I) 26.2. Производство керамических изделий, кроме используемых в строительстве (ОКВЭД I) 26.3. Производство керамических плиток и плит (ОКВЭД I) 26.4. Производство кирпича, черепицы и прочих строительных изделий из обожжённой глины (ОКВЭД I) 26.7. Резка, обработка и отделка камня (ОКВЭД I)	Стеклодувное дело; производство изделий из стекла с использованием ручной росписи, гравировки и иных способов ручного декорирования; гончарное дело; изготовление гончарных, майоликовых, шамотных изделий с ручной росписью, лепкой, гравировкой; изготовление изделий из керамики; изготовление изразцов; изготовление фарфоровых изделий с ручным декорированием

№ п/п	Код ОКВЭД (с расшифровкой)	Вид ремесленной деятельности
	<p>23.1. Производство прочей неметаллической минеральной продукции (ОКВЭД II)</p> <p>23.4. Производство прочих фарфоровых и керамических изделий (ОКВЭД II)</p> <p>23.31. Производство керамических плит и плиток (ОКВЭД II)</p> <p>23.32. Производство кирпича, черепицы и прочих строительных изделий из обожжённой глины (ОКВЭД II)</p> <p>23.7. Резка, обработка и отделка камня (ОКВЭД II)</p> <p>23.20. Производство огнеупорных изделий (ОКВЭД II)</p>	
5	<p>27.5. Производство отливок (ОКВЭД I)</p> <p>24.5. Литьё металлов (ОКВЭД II)</p>	Художественное литьё
6	<p>28.4. Ковка, прессование, штамповка и профилирование; изготовление изделий методом порошковой металлургии (ОКВЭД I)</p> <p>28.6. Производство ножевых изделий, столовых приборов, инструментов, замочных и скобяных изделий (ОКВЭД I)</p> <p>28.7. Производство прочих готовых металлических изделий (ОКВЭД I)</p> <p>25.5. Ковка, прессование, штамповка и профилирование; изготовление изделий методом порошковой металлургии (ОКВЭД II)</p> <p>25.7. Производство ножевых изделий и столовых приборов, инструментов и универсальных скобяных изделий (ОКВЭД II)</p> <p>25.9. Производство прочих готовых металлических изделий (ОКВЭД II)</p>	Кузнечное дело; производство ножевых изделий и столовых приборов, шпаг, кортиков, штыков, копий и аналогичного декоративного оружия и частей к нему; производство статуэток, рам для фотографий, картин, зеркал, прочих декоративных изделий из драгоценных металлов
7	<p>33.50. Производство часов и других приборов времени (ОКВЭД I)</p> <p>26.52. Производство часов (ОКВЭД II)</p> <p>33.13. Ремонт электронного и оптического оборудования (ОКВЭД II)</p>	Ручное производство часов и других приборов времени

№ п/п	Код ОКВЭД (с расшифровкой)	Вид ремесленной деятельности
8	<p>36.1. Производство мебели (ОКВЭД I)</p> <p>36.2. Производство ювелирных изделий, медалей и технических изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней; производство монет (ОКВЭД I)</p> <p>36.3. Производство музыкальных инструментов (ОКВЭД I)</p> <p>36.5. Производство игр и игрушек (ОКВЭД I)</p> <p>36.6. Производство различной продукции, не включённой в другие группировки (ОКВЭД I)</p> <p>36.63.8. Производство изделий народных художественных промыслов (ОКВЭД I)</p> <p>31. Производство мебели (ОКВЭД II)</p> <p>32.1. Производство ювелирных изделий, бижутерии и подобных товаров (ОКВЭД II)</p> <p>32.2. Производство музыкальных инструментов (ОКВЭД II)</p> <p>32.4. Производство игр и игрушек (ОКВЭД II)</p> <p>32.9. Производство изделий, не включённых в другие группировки (ОКВЭД II)</p> <p>22.23. Производство пластмассовых изделий, используемых в строительстве (ОКВЭД II)</p>	<p>Производство плетёной мебели; производство авторской мебели; производство ювелирных изделий; художественное литьё; обработка драгоценных, кроме алмазов, полудрагоценных, поделочных и синтетических камней; изготовление свечей; изготовление мебели с применением художественной обработки дерева и других растительных материалов, в том числе токарных изделий с росписью; производство художественной керамики; художественная обработка металлов; миниатюрная лаковая живопись; художественная обработка и отделка камня; художественная обработка кости, рога, резьба по кости; производство строчевышитых изделий народных художественных промыслов; художественное ручное кружевоплетение; художественное ручное ткачество; изготовление игрушек из разных материалов, в том числе изготовление кукол, народной игрушки; ручное художественное вязание; изготовление художественных изделий из бумаги, картона, войлока; художественная ручная роспись и набойка тканей; изготовление художественных изделий из кожи; ручная вышивка, в том числе вышивка бисером и аппликация; золотошвейное дело</p>
9	<p>45.25. Производство прочих строительных работ (ОКВЭД I)</p> <p>45.42. Производство столярных и плотничных работ (ОКВЭД I)</p> <p>45.43. Устройство покрытий полов и облицовка стен (ОКВЭД I)</p> <p>45.44. Производство малярных и стекольных работ (ОКВЭД I)</p> <p>43.32. Работы столярные и плотничные (ОКВЭД II)</p> <p>43.33. Работы по устройству покрытий полов и облицовке стен (ОКВЭД II)</p> <p>43.34. Производство малярных и стекольных работ (ОКВЭД II)</p> <p>43.99. Работы строительные специализированные прочие, не включённые в другие группировки (ОКВЭД II)</p>	<p>Витражные работы; мозаичные работы</p>

Несмотря на то, что (как уже говорилось выше) в Республике Карелия действует несколько институтов и организаций поддержки ремесленной деятельности, ряд из которых выполняет в том числе функции методического центра для мастеров-ремесленников, система постоянной методической, информационной, технологической, правовой, маркетинговой помощи мастерам-ремесленникам и организациям, работающим в сфере ремесленного производства, не выстроена. Она нуждается в усовершенствовании, точно также, как и система распределения государственной поддержки субъектам ремесленной деятельности.

Ввиду неурегулированных на протяжении длительного времени системных проблем в сфере ремесленной деятельности, в Республике Карелия наблюдается фактическое сокращение количества ремесленников (на этот процесс накладывается и тенденция ухода ремесленников «в тень», их выход из системы легального бизнеса), а также уменьшение количества видов ремёсел (в том числе ввиду того, что быстро уменьшается количество фактических «носителей» традиционных ремёсел, которые, как правило, являются людьми преклонного возраста).

Проблема усугубляется тем, что в республике только начала формироваться понятная и открытая «точка входа» новых ремесленников в «сектор карельских ремёсел», в сферу творческих индустрий, основанных на культурном нематериальном наследии народов Карелии. До последнего времени отсутствовала структура, которая должна была адекватно удерживать содержательные рамки, обеспечивать и координировать коммуникации в этой сфере и эффективно реализовывать стратегические цели развития народных промыслов и ремёсел Карелии.

В 2018 году эту функцию приняла на себя Ассоциация этнокультурных центров и организаций по сохранению

наследия «ЭХО», выступившая инициатором создания Карельского ремесленного кластера, как некоей карельской региональной модели выхода на новый уровень работы с региональным культурным наследием. Кроме того, в Республике Карелия появились новые институты поддержки ремесленничества и НХП, в том числе Центр поддержки народно-художественных промыслов, созданный в структуре регионального института развития — АО «Корпорации развития Республики Карелия».

Тем не менее несмотря на то, что в последние два года произошёл положительный сдвиг в сфере поддержки и развития ремесленной сферы и НХП в Республике Карелия, на сегодняшний день всё же остаётся много нерешённых проблем системного характера, которые пока не позволяют сформировать в регионе условия, достаточные для саморазвития этой сферы деятельности и для создания самостоятельного ремесленного рынка, как устойчивой сферы предпринимательской деятельности, основанной на сохранении, использовании и коммерциализации народно-художественного и национального потенциала республики.

На сегодняшний день инфраструктура поддержки и развития ремесленной деятельности и НХП в Республике Карелия представлена следующими ключевыми институтами и организациями поддержки и ресурсными центрами:

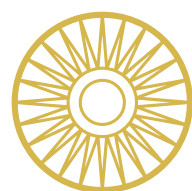


Центр поддержки народно-художественных промыслов (создан в структуре регионального института развития – АО «Корпорации развития Республики Карелия»). Центр создан в мае 2019 года в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Первые 5 лет на деятельность Центра предусмотрено федеральное финансирование, затем – региональное и внебюджетное. Центр создан для поддержки традиций, популяризации ремёсел и народно-художественных промыслов республики, для поддержки и реализации мероприятий в сфере возрождения культуры и её популяризации на российском и международном уровнях.

Основные задачи Центра связаны с созданием условий «выхода из тени» ремесленников и создание эффективного регионального ремесленного рынка. Для

реализации указанных задач Центр предоставляет следующие услуги субъектам малого и среднего предпринимательства, физическим лицам, заинтересованным в предпринимательской деятельности в области традиционных ремёсел и НХП:

- разработка бизнес-планов, технико-экономических обоснований и содействие в привлечении инвестиций в сферу традиционных ремёсел и НХП;
- маркетинговое обеспечение и продвижение ремесленной продукции на рынок;
- обеспечение участия в мероприятиях на крупных российских и международных выставочных площадках, конгрессно-выставочных мероприятиях с целью продвижения товаров (работ, услуг);
- организация проведения вебинаров, круглых столов, семинаров, для субъектов малого и среднего предпринимательства;
- проведение обучающих тренингов, семинаров с целью обучения сотрудников субъектов малого и среднего предпринимательства.



Автономное учреждение Республики Карелия «Центр народного творчества и культурных инициатив Республики Карелия» (является подведомственным Министерству культуры Республики Карелия). Центр включает в себя также отдел декоративно-прикладного творчества и изобразительного искусства – Дом ремёсел. Центр осуществляет взаимодействие с мастерами-ремесленниками (как правило, физическими лицами),

проживающими на территории муниципальных районов и городских округов в Республике Карелия.

Основным направлением деятельности Центра является организация содействия продвижению продукции мастеров-ремесленников муниципальных районов (городских округов) Республики Карелия. С этой целью Центром реализуются следующие мероприятия:

- действует практика заключения договоров с физическими лицами на реализацию ремесленной продукции и продукции НХП;
- включение в реестр мастеров-ремесленников с целью адресного информирования о предстоящих выставках и ярмарках изделий НХП и ремесленной продукции;
- организация обучающих курсов и мастер-классов по традиционным промыслам и ремёслам, информация о которых размещается на сайте Центра (<http://etnocenter.ru>), а также в группах «Дома ремёсел» в социальной сети «ВКонтакте».



Ассоциация этнокультурных центров и организаций по сохранению наследия «ЭХО».

Ассоциация объединяет этнокультурные центры, учреждения культуры, общественные организации Республики Карелия и инициативных людей для развития территорий, на которых они работают. Основная цель деятельности Ассоциации – сохранение и популяризация культурных традиций народов, проживающих на территории Карелии, с помощью сети этнокультурных центров, расположенных в разных муниципальных районах Республики Карелия.

Основными направлениями деятельности Ассоциации являются:

- изучение, анализ и обобщение современного опыта, форм и методов сохранения и развития этнокультурного наследия;
- обеспечение доступа широкой общественности к информации об этнокультурном наследии;
- содействие членам Ассоциации в доступе к современному российскому и зарубежному передовому опыту в сфере сохранения и развития этнокультурного наследия;
- содействие развитию перспективных технологий работы с этнокультурным наследием;
- содействие обмену опытом в сфере сохранения и развития этнокультурного наследия между членами Ассоциации, зарубежными и российскими специалистами;
- развитие межнационального сотрудничества, сохранение и защита самобытности, культуры, языков и традиций народов Российской Федерации.

В состав ассоциации входят следующие муниципальные этнокультурные центры, которые выполняют функцию ресурсных центров поддержки и развития ремёсел:

- Комплексный памятник деревянного зодчества карелов-ливвиков «Деревня Кинерма» (дер. Киннерма, Пряжинский район)
- Центр оказания услуг «Культурно-досуговый центр» с арт-резиденцией (пос. Великая Губа, Медвежьегорский район)
- Информационно-просветительский и научно-методический центр «Центр поморской культуры» (г. Беломорск)

- Шелтозерский вепсский этнографический музей (пос. Шелтозеро, Прионежский район)
- Центр сохранения карельского языка, культуры и народного прикладного творчества «Этнокультурный центр «Veškelys» (Вешкельское сельское поселение, Суоярвский район)
- Центр сохранения материального и нематериального культурного наследия северных карел «Этнокультурный центр «Калевалатало» (пос. Калевала)
- Центр изучения и пропаганды карельского языка и культуры «Этнокультурный центр «Киелен Кирию» (пос. Эссойла, Пряжинский район)
- Центр возрождения, сохранения и развития традиционной культурной среды «Этнокультурный центр «Линду» (г. Олонец)
- Центр сохранения и развития традиционных культур «Этнокультурный центр «Туоми» (с методической базой для мастеров прикладного творчества) (пос. Чална, Пряжинский район)
- Центр сохранения рунопевческой и литературной деревни Хайколя «Этнокультурный центр «Хайколя» Фонда Ортые Степанова (пос. Кепа, хутор Хайколя, Калевальский район)
- Центр сохранения и популяризации культуры Поморья «Этнокультурный центр и музей поморского быта «Хламной сарай» (с. Нюхча, Беломорский район).

В качестве ключевых проблем, препятствующих формированию ремесленного рынка и развитию ремесленного предпринимательства в Республике Карелия, а также препятствующих наиболее полной реализации экономического потенциала ремесленной деятельности, выступают следующие:

1. Ремёсла пока так и не стали стратегическим приоритетом в развитии экономики и культуры Республики Карелия. «Стратегия сохранения, возрождения и развития народных художественных промыслов и ремёсел в Республике Карелия на период до 2020» оказалась, фактически, за пределами новой системы программного финансирования мероприятий, включённых в стратегические документы, и его финансирование осуществлялось по остаточному принципу.
2. Отсутствие системы статистического анализа и оценки развития субъектов МСП, работающих в сфере ремесленничества. Карелиястатом не формируется отдельная выборка субъектов МСП, работающих в сфере ремесленничества и соответствующих установленным кодам ОКВЭД, что затрудняет отслеживание динамики развития ремесленной деятельности. Данная проблема организации статистического учёта и анализа во многом является результатом того, что сегодня существуют принципиально различные подходы и взгляды на то, какие виды деятельности (коды ОКВЭД) должны включаться в сферу ремесленной деятельности. Отсюда возникает и проблема низкой эффективности системы государственной поддержки ремесленной деятельности.
3. Крайне узкая сфера применения мер государственной поддержки, которая «выбрасывает за борт» почти 90 % всех потенциальных направлений и видов ремесленной деятельности, не подпадающих под основной код ОКВЭД, по которому, преимущественно,

предоставляются меры поддержки (32.99.8 «Производство изделий народных художественных промыслов»). В результате существует большое количество субъектов МСП, которые де-факто производят ремесленную продукцию, но де-юре не могут претендовать на меры государственной поддержки, поскольку не имеют в своих учредительных документах указанного выше кода ОКВЭД.

4. Недоступность информационных ресурсов и подробной информации о направлениях деятельности и услугах, реализуемых организациями, составляющими инфраструктуру поддержки народно-художественных промыслов и ремесленничества. На Интернет-сайтах организаций, составляющих инфраструктуру поддержки НХП и ремесленничества, отсутствует подробная информация о направлениях деятельности и оказываемых ими услугах. Нет заявочных форм и образцов документов. На официальных информационных ресурсах крайне сложно осуществлять поиск нужной информации, поскольку их структура сложная и запутанная. Также данная проблема усугубляется отсутствием единого информационного ресурса для ремесленников и предпринимателей, работающих с ремесленниками, в котором могли бы быть отражены реестр ремесленников с контактными данными, каталог ремесленной продукции и пр.
5. Существующая система постоянной методической, информационной, технологической, правовой, маркетинговой помощи мастерам-ремесленникам и организациям, работающим в сфере ремесленного производства, в Республике Карелия не выстроена. Она нуждается в усовершенствовании, точно также, как и система распределения государственной поддержки субъектам ремесленной деятельности.
6. Ввиду неурегулированных на протяжении длительного времени системных проблем в сфере ремесленной

деятельности, в Республике Карелия наблюдается фактическое сокращение количества ремесленников, тенденция ухода ремесленников «в тень» и их выход из системы легального бизнеса, а также уменьшение количества видов ремёсел ввиду сокращения числа непосредственных «носителей» традиций и ремёсел, подавляющее большинство которых пенсионного и преклонного возраста.

Обзор лучших зарубежных практик поддержки ремесленной деятельности и народных художественных промыслов

В разных странах, несмотря на принципиальные различия в механизмах и инструментах поддержки ремесленной деятельности можно выделить единую основу, на которой все они базируются — серьёзное внимание уделяется сохранению навыков и практики ручного художественного творчества, продукция которого не конкурирует на рынке с массовой промышленной продукцией. Поэтому во многих странах **органы государственной власти создают специализированные рыночные ниши для ремесленной продукции, где она не будет конкурировать с массовой промышленной продукцией, применяя для этого различные комбинации мер государственной поддержки.**



Германия. В Германии предприятия и ремесленные организации, использующие ручной труд, имеют существенные налоговые льготы, позволяющие за несколько лет полностью вернуть затраты на приобретённое оборудование. Кроме того, в качестве стандартных мер поддержки ремесленного производства в Германии устанавливается гораздо более низкая стоимость аренды торгово-выставочных площадей для данного типа предприятий и ремесленников, что позволяет им активно продвигать и реализовывать без посредников свою продукцию.



Франция. Во Франции все виды ручного декоративно-прикладного искусства считаются национальным достоянием и важнейшей частью художественного

и культурного наследия страны, выступая одной из основ развития туристского кластера за счёт поддержки государством проектов по межотраслевому кооперированию и встраиванию ремесленничества в сферу туризма. Отдельные ремесленники, мастерские и предприятия, работающие в сфере ремесленничества, носят почётный титул «Живое культурное наследие Франции», что обеспечивает им целый ряд налоговых, финансовых и законодательных преференций, высокий общественный статус и престиж. Студенты художественных и ремесленных училищ получают образование бесплатно. Если выпускники поступают на работу к мастерам или в организации, специализирующиеся на ручном художественном труде, то в течение трёх или пяти лет (при вредных для здоровья видах деятельности — древесная пыль, работа с лаками и красителями, с литьём, чеканкой, патинированием, золочением, клеем и т. д.) они получают доплату, обеспечивающую им заработок выше среднего в регионе. Во Франции поддержка ручного художественного труда курируется общегосударственными и региональными объединениями (союзы, гильдии) художников прикладного искусства. Законодательная, финансовая, рекламная политика строятся на объединении усилий федерального центра, региона, муниципалитета в рамках единой государственной политики и программы. Муниципалитеты оказывают поддержку художникам, мастерам, мастерским и предприятиям, в том числе организуя еженедельные ярмарки-продажи.



Великобритания. В Соединённом Королевстве Великобритании и Северной Ирландии функционирует Национальный траст – благотворительная организация, созданная для сохранения, реставрации, обслуживания и популяризации национального наследия. Под

управлением Национального траста кроме ценных имений, памятников архитектуры, коллекций художественных произведений, промышленных объектов, парков, садов и гольф-полей находятся исторические поселения и обширные сельские местности. Национальный траст разрабатывает и реализует программы поддержки ремесленной деятельности, включающие в себя финансовую поддержку, продвижение продукции, осуществление проектов межотраслевой кооперации, финансирование обучения и подготовки специалистов-ремесленников. Это создаёт основу для культурно-познавательного туризма. Бюджет Национального траста формируется из взносов посетителей и частных пожертвований. Ежегодно организация вкладывает около 20 миллионов фунтов стерлингов только в сохранение культурного ландшафта и традиционного природопользования, в развитие ремесленного производства.



Япония. В Японии разработана и действует государственная программа, в соответствии с которой народные мастера-учителя рассматриваются в статусе национального достояния. Одна из их обязанностей – готовить преемников и продолжателей своих традиций и ремёсел. В этом случае государство гарантированно выкупает изделия народных мастеров и их учеников с целью пополнения музейных и подарочных фондов, для продажи в других странах и прочих нужд.



Китай. В Китае существует дифференциация ремесленников и лиц, занятых в кластере НХП, на художников регионального, областного и государственного значения. У художников и ремесленников государственного значения государство гарантированно выкупает произведённые ими изделия. Предприятия, на которых работают такие мастера, имеют налоговые льготы. Для художников и ремесленников регионального значения действуют аналогичные меры государственной поддержки, реализуемые на уровне регионов (провинций) и за счёт средств региональных бюджетов.



Канада. В Канаде система мер государственной поддержки ремесленной деятельности сконцентрирована на содействии в реализации и продвижении ремесленной продукции. В частности, в стране действует централизованная система сбыта, в которой при финансовой поддержке государства создан кооператив (выполняющий также роль ассоциации ремесленников), в который ремесленник – член кооператива сдаёт произведённые им изделия и продукцию, а кооператив либо сам организует их реализацию, либо отправляет их в места продаж на основе соглашений, заключённых с розничными продавцами. Также кооператив осуществляет поиск и привлечение заказчиков ремесленной продукции.

Основные стратегические направления и задачи повышения эффективности экономического потенциала ремесленной деятельности и его использования в Республике Карелия

Подводя итог исследованию экономического потенциала ремесленной деятельности в Республике Карелия, а также проблем и возможностей его наиболее полной реализации необходимо отметить, что стратегические направления в развитии этой сферы деятельности должны быть увязаны с типами проблем, которые требуется решить. Далее, в рамках каждого стратегического направления, сконцентрированного на решении конкретной проблемы, уже следует сформулировать перечень задач, под которые и должны быть разработаны комплексы мероприятий.

В целях последовательного и системного повышения экономического потенциала сферы ремесленной деятельности и НХП в Республике Карелия, следует разработать региональную Стратегию сохранения и развития народных художественных промыслов и ремёсел в Республике Карелия на период до 2030 года, разработанную и утверждённую в соответствии с требованиями Федерального закона «О стратегическом планировании в Российской Федерации» № 172 от 28.06.2014, и встроенную в систему софинансирования мероприятий по линии реализации государственных программ. Также в рамках данного стратегического документа необходимо предусмотреть возможности софинансирования и поддержки ремесленной деятельности на основе применения инструментов государственно-частного партнёрства (с активным использованием лучшего зарубежного и отечественного опыта в этой сфере).

Таким образом, основными стратегическими направлениями (с комплексом частных задач в каждом стратегическом направлении) в рамках будущей Стратегии сохранения и развития народных художественных промыслов и ремёсел в Республике Карелия на период до 2030 года могут быть следующие:

Стратегическое направление 1. Создание организационно-правовых условий для поддержки и развития

сферы ремесленной деятельности и НХП в Республике Карелия. Данное стратегическое направление включает в себя следующие основные задачи:

- **Совершенствование системы сбора и анализа статистических данных** о количестве ремесленников, официально зарегистрированных лиц (ИП) и предприятий, которые основаны на культурном наследии народов Карелии, видах актуальных ремёсел Карелии и информации о состоянии и развитии сегментов рынка услуг ремесленной сферы (в том числе с учётом расширения видов экономической деятельности в соответствии с ОКВЭД, относимых к сфере ремесленной деятельности и НХП).
- **Создание Ассоциации ремесленников и производителей Республики Карелия** (либо расширение функций созданных и действующих в Республике Карелия ассоциаций в этой сфере деятельности, в частности Ассоциации этнокультурных центров «ЭХО» с созданием производственного и потребительского кооператива ремесленников по продвижению и реализации ремесленной продукции и продукции НХП в Республике Карелия и за её пределами).
- **Дальнейшее развитие карельского ремесленного кластера.** В том числе усиление межотраслевых взаимосвязей и коммуникаций (например, между специализированными направлениями ремесленного производства и конкретными ремесленниками с предприятиями деревообработки, сельскохозяйственными предприятиями и др. в сфере использования и переработки отходов, поставки сырья и материалов, изготовления и продвижения корпоративной сувенирной продукции и т.д.), развитие международных связей в сфере ремесленничества, разработка и реализация кооперационных проектов в других сферах и направлениях креативных индустрий (в том числе в сфере дизайна, киноиндустрии и т.д.).

- **Создание единого информационного ресурса (в формате цифровой экосистемы) в сфере поддержки и развития ремесленничества и НХП** с размещением в ней открытых доступных информационных ресурсов, обеспечивающих консультационную, информационно-методическую, маркетинговую, образовательную и прочую поддержку ремесленников. В рамках данного единого информационного ресурса также может быть организована постоянно действующая площадка для общения ремесленников и обмена опытом, а также регулярное обновление и рассылка информации об Интернет-ресурсах, которые могут быть востребованы у ремесленников Республики Карелия.
- **Организация профессиональных Интернет-сообществ ремесленников Республики Карелия в социальных сетях, а также их поддержка и продвижение в Интернете**, расширение возможностей выхода и регистрации их участников на специализированных маркетплейсах для расширения клиентской базы и возможностей реализации ремесленной продукции. Создание специализированного YouTube-канала, посвящённого ремесленникам Республики Карелия, распространения информации о них и их продукции (создание канала может быть осуществлено при поддержке Центра народно-художественных промыслов АО «Корпорации развития Республики Карелия»).

Стратегическое направление 2. Сохранение и передача традиций в сфере ремесленной деятельности и НХП в Республике Карелия. Данное стратегическое направление включает в себя следующие основные задачи:

- **Разработка и реализация мер по стимулированию и поддержке кружковой деятельности и дополнительного детского образования** в сфере ремесленной деятельности и НХП с вовлечением в ремесленную деятельность лиц с ОВЗ и граждан пенсионного возраста.

- **Развитие системы открытого обучения в сфере ремесленничества и создание ресурсного центра ремесленных компетенций** (включая создание республиканского ремесленного технопарка).
- **Создание сети ремесленных коворкингов (минитехнопарков ремесленной специализации) в муниципальных районах Республики Карелия** с задействованием объектов муниципального имущества, не используемых в настоящее время в хозяйственной деятельности. Создание в Республике Карелия сети общественных пространств в формате ремесленных коворкингов может строиться по примеру ремесленных кварталов в Финляндии.
- **Организация регулярных встреч (можно в формате онлайн) ремесленников с учёными и исследователями, занимающимися исследованием народных традиций, местной истории и краеведения**, в том числе организация онлайн-лекций и онлайн-консультирования ремесленников по конкретным вопросам использования и реконструкции историко-культурных артефактов и технологий.
- **Создание условий и мер индивидуальной поддержки для самореализации граждан пенсионного возраста, реализующих ремесленную деятельность в качестве хобби.** За счёт их выявления и адресной поддержки можно также решить задачи передачи знаний и навыков через развитие наставничества и привлечение специалистов пенсионного возраста к работе с детьми в рамках кружков и секций (в данном случае решается сразу две задачи — людям предоставляется возможность использования производственных помещений и оборудования для продолжения своего хобби, а дети получают опытных наставников, обучающим их основам ремесленного мастерства).

- **Организация образовательных семинаров и подготовка изданий (каталогов, справочников), отражающих традиционные исторические способы производства ремесленных изделий** (на основе проведения прикладных научных исследований), а также демонстрирующие возможности использования в ремесленном производстве современных материалов и технологий (в дополнение к традиционным).

Стратегическое направление 3. Совершенствование мер государственной поддержки сферы ремесленной деятельности и НХП и развития институтов поддержки. Данное стратегическое направление включает в себя следующие основные задачи:

- **Расширение перечня видов экономической деятельности (в соответствии с ОКВЭД), относимых к сфере ремесленной деятельности и НХП, подлежащих государственной поддержке** (как указано в таблице выше, опираясь на опыт ряда субъектов РФ, например, г. Санкт-Петербурга, Ленинградской и Вологодской областей, к сфере ремесленной деятельности и НХП могут быть отнесены более 40 видов деятельности, что существенно расширяет спектр возможных мер государственной поддержки и повышает их эффективность).
- **Совершенствование мер государственной поддержки ремесленников в сфере стимулирования их участия в региональных, межрегиональных и международных мероприятиях** (включая механизм частичной компенсации затрат на участие).
- **Совершенствование мер поддержки ремесленников с их дифференциацией и предоставлением по принципу формирования «пакетных мер».** Например, «пакет активный» — применяется для активных и ремесленников и включает в себя меры поддержки

в сфере продвижения их продуктов на региональном и межрегиональном уровнях, на поддержке их участия в крупных мероприятиях и т.д.; «пакет стартовый» — для начинающих ремесленников и включает в себя меры поддержки, сконцентрированные в сфере информационной поддержки, централизованной закупки продукции и т.д. Такой «пакетный» способ может применяться как государственными органами и институтами развития, так и частными институтами развития и поддержки ремесленной деятельности и НХП (например, в рамках создания производственного и потребительского кооператива ремесленников при Ассоциации).

- **Дифференциация мер государственной поддержки ремесленной деятельности и НХП для официально зарегистрированных ремесленников (в качестве субъектов предпринимательской деятельности) и не зарегистрированных официально:**
 - 1) для официально зарегистрированных и работающих на рынке ремесленников наиболее важной является финансовая поддержка и поддержка в части обеспечения производства материалами, а также поддержка в области продвижения их продукции; 2) для официально незарегистрированных ремесленников основные меры господдержки должны сосредотачиваться на обучении и предоставлении юридической помощи и поддержки в сфере организации и официальной регистрации в качестве субъектов предпринимательства. Только после этого они могут претендовать на иные меры государственной поддержки.
- **Расширение перечня мер государственной поддержки субъектов предпринимательства, осуществляющих реализацию продукции ремесленников, за счёт предоставления субсидий по частичной компенсации затрат** (например, маркетинговых затрат на продвижение ремесленной продукции, стоимости аренды

торговых площадей и др.), а также предоставление краткосрочных льготных кредитов и займов для устранения кассовых разрывов (для возможности проведения закупок ремесленной продукции вместо её приёма на реализацию).

- **Совершенствование и повышение эффективности способов и каналов информирования предпринимателей о предлагаемых мерах государственной поддержки** в сочетании усиления адресной работы органов государственной власти республики и институтов поддержки ремесленничества с субъектами предпринимательской деятельности, работающими в сфере ремесленничества.

Стратегическое направление 4. Продвижение и популяризация ремесленной деятельности и сферы НХП. Данное стратегическое направление включает в себя следующие основные задачи:

- **Создание и регулярное обновление регионального электронного реестра ремесленной продукции** (как общедоступной базы ремесленной продукции производителей Республики Карелия), предназначенного для информирования потребителей о лучших образцах ремесленной продукции Республики Карелия и её производителях.
- **Создание и регулярное обновление электронного каталога изделий мастеров и ремесленников Республики Карелия.** Цель создания каталога — помочь творческим предпринимателям презентовать свою продукцию, найти новых партнёров и потребителей, в том числе и среди представителей других городов и стран. В каталоге могут быть использованы фотографии оригинальных изделий, справочная информация о производителе ремесленной продукции. Каталог может иметь электронный и печатный формат.

- **Разработка и создание специализированного маркетплейса ремесленной продукции от производителей из Республики Карелия** с упрощённой системой регистрации и удалённого размещения ремесленной продукции в системе.
- **Создание единого реестра и плана-графика мероприятий и событий для ремесленников и в сфере продвижения ремесленной продукции и продукции НХП.** Данный план-график должен включать согласованные по срокам и местам проведения маркетинговые, обучающие и прочие мероприятия в сфере ремесленничества и НХП, включая: конкурсы молодых мастеров, конкурсы и отборы стартапов в сфере ремесленничества и НХП, конкурсы профессионального мастерства и мастер-классы, ремесленные ярмарки и выставки-продажи, круглые столы и пр.
- **Организация в Республике Карелия ежегодного крупного международного ремесленного конгресса.** Данное мероприятие может действовать также на постоянной основе в онлайн-формате (в виде постоянного Интернет-сообщества с программой обучающих онлайн-семинаров и мастер-классов) с проведением раз в год очной встречи, обучающих семинаров, мастер-классов и выставки-продажи ремесленной продукции.
- **Организация и проведение регулярных закупочных сессий** для производителей ремесленной продукции, продукции НХП и сувенирной продукции (не реже двух раз в год).
- **Организация обучения ремесленников основам продвижения продукции с использованием как специфических каналов продаж** (в том числе с использованием специализированных Интернет-ресурсов, включая Яндекс.Директ, собственных аккаунтов в социальных

сетях, маркетплейсов, Интернет-магазинов, работу с рассылками), так и смешанных каналов продаж, включая работу с розничными сетями и магазинами, корпоративными заказчиками и др.

Безусловно, указанные выше стратегические направления и ключевые задачи в сфере развития и использования экономического потенциала ремесленной сферы и НХП могут быть дополнены и расширены на основе организации их обсуждения с ремесленниками, органами государственной власти и местного самоуправления, предпринимателями и экспертами. Тем не менее, указанные задачи носят системный характер, без решения которых вряд ли удастся создать действенные стимулы для развития сферы ремесленничества и НХП и её превращение в значимый фактор экономического развития региона.