



# **Анализ рыночного потенциала использования историко-культурного наследия в целях развития ремесленно- сувенирной индустрии Карелии**

**рекомендации, способствующие становлению и  
продвижению региональной продукции**

**2011 год**

**Петрозаводск – Санкт-Петербург**

8 декабря 2011 года, Министерство экономики Республики Карелия

Официальная защита исследования

Андреева Н.С.

**Текущее положение (сувенирно-ремесленная продукция в Карелии)**

**Проблемы и пространство принятия решений**

# В Карелии очередной этап развития рынка сувенирно-ремесленной продукции фактически завершен. Основной драйвер этапа – туристический поток



1. Сформирован набор продуктов, ориентированных на определенную аудиторию

2. Выстроена региональная система дистрибуции (специализированные точки продажи сувенирно-ремесленной продукции)



Динамика посещения Карелии



Источник: данные Минэкономразвития РК

### I этап

Неразвитые форматы торговли, региональные достопримечательности, низкокачественная продукция (эконом-сегмент), кустарное производство

### II этап

Укрупнение торговли, развитие супер- и гипермаркетов, появление специализированных сувенирных магазинов, достопримечательности странового масштаба

### III этап

Концептуализация торговли, возникновение специализированных lifestyle и fashion центров, достопримечательности международного масштаба

**Набор продуктов сувенирно-ремесленной отрасли достаточен для текущего уровня развития рынка. Существует ограниченный потенциал развития в текущем ключе, с опорой на туристов как основную целевую аудиторию**

<b>Товары и ресурсы</b>	<b>Масштаб рынка</b>	<b>Дизайн</b>	<b>Линейка продукции</b>	<b>Ценовая категория</b>
<b>Карельская береза</b>	Макрорегиональный	Нет спец. должности, силами сотрудников	Симв.сувениры, функциональные вещи, VIP	От 50 (сувениры) до 3000 и выше
<b>Шунгит</b>	Макрорегиональный	Силами сотрудников	Симв.сувениры, товары для здоровья, бижутерия	До 500
<b>Текстиль для дома</b>	Региональный	Нет спец.должности, использование традиционных орнаментов	Салфетки, полотенца, сумки, скатерти, ручное ткачество (дорожки, т.д.)	До 2000 (функциональные вещи)
<b>Одежда</b>	Региональный (наличие ТМ)	Дизайн коллекций	Трикотаж, верхняя одежда, аксессуары	До 2500
<b>Керамика</b>	Местный	Силами сотрудников, использование традиционных образцов	Чашки, кувшины, горшки	До 1300
<b>Изделия из дерева</b>	Региональный	Использование традиционных образцов	Туеса, солонки, хлебницы и т.д.	До 800
<b>Аксессуары из кожи</b>	Региональный	Силами сотрудников	Брелки, магниты, визитницы, обложки, сумки	150-500, сумки до 2000
<b>Бижутерия</b>	Региональный	Нет спец.должности, силами сотрудников (кость, керамика – инд. мастера)	Кость, керамика, камни, бисер, дерево	До 1200
<b>Ягоды</b>	Местный	Дизайнеры из Петрозаводска и Финляндии	Варенья, продукция для пищеπροма	До 300
<b>Лечебные травы и чай</b>	Местный	--	Производство отсутствует, чай в меню этноресторана	н/д
<b>Куклы</b>	Региональный	Традиционные образцы, Авторский дизайн	Традиционная кукла Карелии, авторская коллекционная кукла	н/д

## При этом рыночный потенциал уже существующих и перспективных продуктов достаточно велик

Товары и ресурсы	Рынок	Динамика развития рынка	Возможности позиционирования
<b>Карельская береза</b>	Сувенирная продукция, сегмент премиум	Стабильный высококонкурентный сегмент (рост не более 1% в год)	Макрорегиональный, мировой
<b>Шунгит</b>	Товары для здоровья Бижутерия	Рынок лечебной косметики России \$100-120 млн., рост 7-8%/год. Бижутерия и аксессуары - \$1,34 млрд. в 2010 г.	Макрорегиональный
<b>Текстиль для дома</b>	DIY, товары для интерьера	Товары для интерьера - \$20 млрд (2007 г.) Постельное и столовое белье - \$2-2,5 млрд Махровые полотенца – 10 млрд руб.	Макрорегиональный
<b>Одежда</b>	Рынок одежды и аксессуаров	\$35 млрд (2010 год), рост 10-15% в год, молодежный сегмент – 25% в год	Макрорегиональный
<b>Керамика</b>	Керамическая и фарфоровая посуда	\$600 млн, из кот. \$360 млн – столовая посуда. Рост 20-30% в год.	Макрорегиональный
<b>Изделия из дерева</b>	Товары для дома, бижутерия, подарочная продукция	В зависимости от целевого рынка (порядка 5% в год)	Макрорегиональный
<b>Аксессуары из кожи</b>	Кожгалантерейная продукция, рынок одежды и аксессуаров	См. рынок одежды	Макрорегиональный
<b>Бижутерия</b>	Бижутерия и аксессуары	\$1,34 млрд. в 2010 году	Макрорегиональный
<b>Ягоды</b>	Продукты питания Полуфабрикаты для пищедрома	Флодоовощная консервация – 214,5 млрд. руб.	Макрорегиональный
<b>Лечебные травы и чаи</b>	Товары для здоровья, пищедрома	\$11-12 млн. (0,5-1,5% рынка фармпредпаратов, в Европе – 10%) 13,5 млн руб. (1% рынка чаев), рост 4%	Макрорегиональный
<b>Куклы</b>	Товары для детей	\$200 мл.н (игрушки - 500 млн., 40% - куклы и мягкие игрушки)	Макрорегиональный

## В ближайшие годы Карелия пройдет развилку выбора модели для следующего этапа развития сувенирно-ремесленной индустрии

	Выход в регионы	Выход в Мск и СПб	Опора на внутренний рынок
Требования к продукции	<p>Цена (рублей): для бижутерии – до 700 для одежды – до 3000 для дом.текстиля – до 1000</p> <p>Дизайн: обновление продуктовых линеек не реже двух раз в год</p> <p>Целевой сегмент: эконом</p>	<p>Цена (рублей): для бижутерии – до 1500 для одежды – до 5000 для дом.текстиля – до 2500</p> <p>Дизайн: обновление продуктовых линеек не реже четырех раз в год</p> <p>Целевой сегмент: верхний эконом и премиум</p>	<p>Цена (рублей): для бижутерии – до 700 для одежды – до 3000 для дом.текстиля – до 1000</p> <p>Дизайн: обновление продуктовых линеек не реже 4 раз в год</p> <p>Целевой сегмент: верхний эконом и премиум</p>
Драйвер развития	<p>Рост числа потребителей</p>	<p>Рост числа потребителей и рост качества потребления (высокие ценовые сегменты)</p>	<p>Рост качества потребления</p>

**Основное требование всех моделей следующего этапа развития – возможность масштабирования производства сувенирно-ремесленной продукции**

## СОДЕРЖАНИЕ

---

### Текущее положение (сувенирно-ремесленная продукция в Карелии)

**Проблемы и пространство принятия решений**

## Масштабирование производства сувенирно-ремесленной продукции в рамках любой модели развития невозможно без модернизации всех элементов цепочки создания стоимости



**Основные дефицитные элементы цепочки – технологии, кадры, брендинг**



## Переход к новым технологиям производства необходим для обеспечения нового уровня качества и для масштабирования производства. Возможное решение – создание дизайн-центра

Дизайн-центр в Петрозаводске может быть создан в логике Центра коллективного пользования оборудованием (дорогостоящим), которое позволит проектировать и производить новые дизайнерские продукты (ориентированные на все ценовые сегменты соответствующих рынков).

Направление	Оборудование	Стоимость создания мелкосерийного пр-ва
Швейное производство	Раскройное, пошивочное, гладильное	~300-500 тыс. руб.
Ткацкое производство	Жаккардовая машина, ткацкий станок, красильный аппарат и пр.	~700-2000 тыс.руб.
Трикотажное производство	Вязальное и швейное оборудование	~500-2000 тыс.руб.
Ювелирное производство, бижутерия	Оборудование для огранки, резки, шлифовки, литья и пр.	~150-2000 тыс.руб.
Керамическое производство	Оборудование для формовки, декорирования, термической обработки	~100-200 тыс.руб.

## Внедрение новых технологий невозможно без соответствующей кадровой политики. Для обеспечения воспроизводства кадров возможен набор решений

Цель	Возможные мероприятия
Увеличение объема и улучшение качества подготовки кадров по новым специальностям	<ul style="list-style-type: none"><li>•Расширение спектра подготовки, открытие новых специальностей.</li><li>•Льготы, субсидии и гранты обучающимся по творческим специальностям.</li><li>•Региональные курсы творческих видов деятельности для молодежи (исполнительские искусства, дизайн и пр.).</li><li>•Организация летних школ ремесла для молодежи при вузах и ссузах.</li><li>•Поддержка практик, выплата части заработной платы практикующимся на ремесленных предприятиях.</li><li>•Предоставление предприятиям, реализующим свои образовательные программы, статуса «школа ремесла» с оплатой части проводимых занятий мастерам.</li></ul>
Развитие системы «непрерывного образования» в сфере ремесленно-сувенирной продукции	<ul style="list-style-type: none"><li>•Серия мастер-классов по технологии промпроизводства, предусматривающие сертификацию.</li><li>•Программы обучения методологии проектирования (дизайна) новой продукции.</li><li>•Курсы бизнес-планирования и управления предприятиями творческих индустрий.</li></ul>

**Продвижение ремесленно-сувенирной продукции в любой модели дальнейшего развития рынка требует брендинга. Пространство решений в области брендинга включает в себя несколько вариантов**

Общий имидж	Возможные направления	Основные информационные блоки	Специфика продвижения
Туристический регион	Экотуризм	<p><b>Цель брендинга:</b> повышение туристической привлекательности региона</p> <p><b>Целевая аудитория:</b> молодые люди 20-30 лет (в первую очередь – в Мск и СПб), практикующие активный отдых.</p> <p><b>Информационные блоки:</b> а) уникальные природные ландшафты и биосистемы; б) благоприятная экология; в) развитая инфраструктура.</p> <p><b>Дизайн:</b> ориентация на традиционные (этно) и природные орнаменты.</p>	<p>Для продвижения бренда необходимы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Медиакампания с приоритетным использованием социальных сетей и блогов.</li> <li>• Разработка линейки сувенирной продукции для распространения в стартовых точках эко-маршрутов.</li> </ul>
	Культурно-познавательный туризм	<p><b>Цель брендинга:</b> повышение туристической привлекательности региона.</p> <p><b>Целевая аудитория:</b> все возраста (от школьников до пенсионеров).</p> <p><b>Информационные блоки:</b> а) историко-культурное наследие региона; б) развитая туристическая инфраструктура.</p> <p><b>Дизайн:</b> апелляция к наиболее узнаваемым образам культурного наследия региона (преимущественно - архитектура).</p>	<p>Для продвижения бренда необходимы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Участие региона в тематических выставках и форумах (продвижение туристического продукта).</li> <li>• Оформление единого туристического портала региона в стилистике бренда.</li> <li>• Разработка дизайна соответствующих турпакетов (для туристических фирм).</li> </ul>

# КОНТАКТЫ

---



**Центр стратегических разработок «Северо-Запад»**

**Адрес:** 199106, Россия, Санкт-Петербург, 26-я линия В.О., д. 15, корп. 2, лит. А

**Телефон и факс:** +7 812 380 0320, 380 0321

**E-mail:** [mail@csr-nw.ru](mailto:mail@csr-nw.ru)

Материалы исследований ЦСР «Северо-Запад» на сайте [www.csr-nw.ru](http://www.csr-nw.ru)