



**Агентство развития и инвестирования
сообществ Кыргызской Республики**

**“Национальный проект по инициативе
сообществ”**

ТЕМА 2.КОНЦЕПЦИЯ

«ОДНО СЕЛО ОДИН ПРОДУКТ» (ОСОП)



ВВЕДЕНИЕ

Данное методическое руководство подготовлено экспертами Общественного Объединения «Одно Село Один Продукт» (ОСОП) в рамках Национального проекта по инициативе сообществ (НПИС). Документ разработан с целью содействия развитию местной экономики и поддержки экономических инициатив сообществ посредством применения подхода ОСОП.

Цель руководства — представить простой и понятный инструмент для развития местной продукции, эффективного использования ресурсов территории и создания устойчивых источников дохода в сельских районах. В документе концепция ОСОП и подход формирования добавленной стоимости рассматриваются как практические инструменты, позволяющие преобразовывать местные природные, культурные и человеческие ресурсы в востребованную на рынке продукцию.

Руководство предназначено для специалистов, работающих в сфере экономического развития на местном и региональном уровнях. К ним относятся эксперты по поддержке развития сообществ (ЭПРО), бизнес-тренеры АРИС, областные специалисты НПИС, региональные координаторы, а также консультанты, работающие с инициативными группами в айылных аймаках. Кроме того, данный документ может быть полезен партнёрам проекта и представителям органов местного самоуправления.

Руководство основано на международном опыте инициативы One Village One Product¹ и адаптировано к условиям Кыргызской Республики. Ключевые принципы подхода включают использование местных ресурсов, развитие продукции с добавленной стоимостью, ориентацию на рынок, кооперацию производителей и обеспечение качества продукции. Также для постоянного совершенствования производства применяются такие подходы, как 5S и Kaizen.

В рамках проекта НПИС подход ОСОП выступает важным инструментом развития местной экономики. Он способствует увеличению доходов населения, созданию новых рабочих мест и укреплению экономической устойчивости сельских территорий. Кроме того, подход ориентирован не только на продажу сырья, но и на его переработку с созданием добавленной стоимости, что позволяет сохранять доход внутри сообщества и расширять участие женщин и молодежи в экономической деятельности.

Первая часть данного руководства посвящена концепции «Одно Село Один Продукт» (ОСОП). В этом разделе раскрываются основные принципы подхода, а также его роль в развитии местной продукции и экономическом росте сельских территорий. Понимание концепции ОСОП является важной основой для дальнейшей работы по созданию, развитию и выводу продукции на рынок.

¹ https://www.iovop.org/mdl/home/action/aboutus?utm_source=



ТЕМА 2. КОНЦЕПЦИЯ «ОДНО СЕЛО ОДИН ПРОДУКТ» (ОСОП)

2.1. История и происхождение

Концепция «Одно Село Один Продукт» (ОСОП) была разработана и инициирована в 1979 году в префектуре Оита (Япония). В условиях оттока населения из сельских территорий и ограниченных ресурсов местных сообществ основной задачей стало создание устойчивых источников дохода на месте, без зависимости от внешних



инвестиций и крупных промышленных проектов. Ключевая идея ОСОП заключалась в **мобилизации людей**, а не только ресурсов. Сообществам предлагалось самостоятельно определить продукт, услугу или ремесло, отражающее уникальность территории, и развивать его с ориентацией на рынок. При этом продукт должен был оставаться локальным по происхождению, но конкурентоспособным по качеству и востребованным за пределами региона. Этот подход часто формулируется как принцип **«локально — но для глобального рынка»**.

Концепция ОСОП в Японии изначально строилась на трёх базовых принципах, сформулированных губернатором префектуры Оита Морихико Хирамацу:

- 1 **Локально — но для глобального рынка:** Продукт должен отражать уникальность конкретной территории, её культуру, ресурсы и традиции, но при этом соответствовать требованиям качества и быть конкурентоспособным не только на местном, но и на внешних рынках.
- 2 **Самостоятельность и творческий подход:** Инициатива должна исходить от самих местных жителей. Развитие продукта строится на собственных усилиях, знаниях и идеях, а не на ожидании внешней помощи или субсидий. Важную роль играет способность находить нестандартные решения и адаптироваться к рынку.
- 3 **Развитие человеческого потенциала:** Главной целью является не только создание продукта, но и развитие людей. Формируются навыки, предпринимательское мышление и лидерство, которые обеспечивают устойчивое развитие сообщества в долгосрочной перспективе.

Эти три принципа лежат в основе всей концепции ОСОП и определяют её отличие от обычных программ поддержки производства.

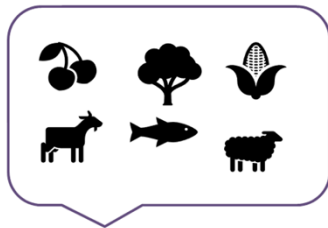
Основной задачей подхода стало вовлечение местных сообществ в экономическую деятельность через развитие продуктов, основанных на локальных ресурсах и знаниях.

В основе ОСОП лежит понимание того, что **название «один продукт» носит мобилизационный характер** и не предполагает буквального ограничения одним видом продукции. Ключевым является не количество продуктов, а соблюдение принципов подхода, среди которых:

На практике данные принципы реализуются через последовательные шаги организации производства, обеспечения качества и развития рынка.



Основные подходы к реализации концепции ОСОП



Использование только местных ресурсов



Начать с простого и ручного инструмента



**Каждый может присоединиться.
Требуется обучение**



Разработка продукции для рынка



Проверка качества и сертификация



Развитие рынков сбыта

Таким образом, ОСОП рассматривается как инструмент активизации сообществ, формирования экономической инициативы и повышения ответственности местных производителей за качество и устойчивость своей деятельности.

В дальнейшем концепция ОСОП получила международное признание и была адаптирована в различных странах Азии, Африки и Европы с учётом местных условий. В каждом случае подход трансформировался в зависимости от структуры сообществ, уровня развития рынков и социально-экономического контекста, сохраняя при этом базовые принципы самоорганизации, качества и рыночной ориентации.

В Кыргызской Республике концепция ОСОП начала внедряться с начала 2007-х годов при поддержке Японского агентства международного сотрудничества (JICA) с пилотной реализацией в **Иссык-Кульской области**. Подход получил практическое развитие через сочетание мобилизации сообществ, поэтапного обучения производителей и системной поддержки на всех этапах цепочки добавленной стоимости.

Первые годы реализации были ориентированы на формирование мотивации у населения, развитие базовых производственных навыков, расчёт себестоимости и понимание требований рынка. Важной особенностью кыргызского подхода стало изначальное позиционирование ОСОП как **механизма самоусилия сообществ**, без предоставления прямых субсидий, оборудования или компенсаций затрат, что способствовало формированию ответственности и долгосрочной заинтересованности участников.

Ключевым этапом стало **создание Ассоциации «Одно Село Один Продукт» в Иссык-Кульской области в 2011 году**, что ознаменовало переход от пилотной инициативы к устойчивой организационной системе. В этот период была сформирована кыргызская модель ОСОП, основанная на чётком разделении ролей между производственными группами и структурами бизнес-поддержки, получившими название **ОСОП+1**. Данная модель позволила снизить управленческие и финансовые риски, обеспечить контроль качества и системное продвижение продукции.



В последующие годы ОСОП в Кыргызстане последовательно расширялся географически и институционально. Формировались региональные бренд-комитеты, внедрялись механизмы сертификации и самопроверки качества, развивались производственные мастерские и цехи, а также каналы сбыта на внутреннем и внешнем рынках. Существенной особенностью кыргызской модели стало активное вовлечение женщин, а также развитие форм занятости, позволяющих совмещать производственную деятельность с ведением домашнего хозяйства.

К началу 2020-х годов ОСОП сформировался как масштабная система, объединяющая тысячи производителей и сотни производственных групп в разных регионах страны. **В 2022–2023 годах концепция «Одно Село Один Продукт» (ОСОП) получила статус Национального Экономического Проекта Кыргызской Республики**, что закрепило её значение как одного из ключевых инструментов государственной политики в сфере развития регионов, поддержки местного производства и повышения добавленной стоимости.

Таким образом, «Одно Село Один Продукт» (ОСОП) в Кыргызстане представляет собой поэтапно сформированную и институционально закреплённую модель местного экономического развития, путь которой начался в **2007 году** с пилотной инициативы JICA и привёл к признанию ОСОП Национальным Экономическим Проектом. Кыргызская модель ОСОП отличается опорой на малые формы переработки, разделением производственных и бизнес-функций, высокой ролью обучения и кооперации, а также ориентацией на качество как основу доверия рынка и устойчивых доходов.

2.2. Основные принципы «Одно Село Один Продукт» (ОСОП)

Историческое развитие «Одно Село Один Продукт» (ОСОП) в Кыргызстане — от пилотной инициативы до национального экономического проекта — показало, что устойчивые результаты достигаются не за счёт масштаба инвестиций, а благодаря соблюдению чётких принципов и последовательного подхода к развитию.

В основе ОСОП лежат принципы, сформированные в Японии, которые были адаптированы к условиям Кыргызской Республики. В результате сформировалась **кыргызская модель ОСОП**, сочетающая международный опыт и практические механизмы работы с сельскими сообществами.

Базовые принципы ОСОП (японский подход)

Изначально концепция ОСОП строится на трёх ключевых принципах:

- 1 **Локально — но для глобального рынка.** Продукт должен отражать уникальность территории, её ресурсы и традиции, но при этом соответствовать требованиям качества и быть конкурентоспособным на рынке.
- 2 **Самостоятельность и инициативность.** Развитие строится на собственных усилиях местных жителей. Инициатива и ответственность за результат являются ключевыми условиями устойчивого развития.
- 3 **Развитие человеческого потенциала.** Главная цель — развитие навыков, предпринимательского мышления и лидерства, а не только производство продукции.

Кыргызская модель ОСОП: адаптация подхода

В условиях Кыргызстана данные принципы были дополнены практической методологией, учитывающей:

- 🔦 ограниченные ресурсы сельских сообществ
- 🔦 необходимость обучения и сопровождения



- слабую начальную связь с рынком
- высокую долю неформальной занятости

Поэтому кыргызская модель ОСОП представляет собой не только систему принципов, но и **чётко выстроенный поэтапный процесс**, охватывающий весь цикл развития:

от анализа ресурсов → до устойчивого выхода на рынок

Ключевые особенности кыргызской модели ОСОП

Опора на местные ресурсы

- Развитие начинается с того, что уже есть: сырьё, навыки, традиции. Это снижает затраты и формирует уникальность продукта.

Обучение как обязательный этап

- Все участники проходят обучение: гигиена, качество, себестоимость, рынок. Это формирует единые стандарты и снижает ошибки.

Работа через производственные группы

- Производство организуется на уровне групп, что повышает устойчивость и позволяет увеличивать объёмы.

Разделение ролей (модель ОСОП+1)

- Производители сосредоточены на производстве, а структуры ОСОП+1 обеспечивают поддержку, контроль качества и продвижение продукции.

Качество как основа доверия

- Качество рассматривается как ключевое условие выхода на рынок. Внедряются механизмы самопроверки, стандартизации и сертификации.

Постепенное развитие

- Производство начинается с малых объёмов и простых технологий с последующим развитием и усложнением.

Ориентация на рынок

- Продукт разрабатывается с учётом спроса, требований покупателей и каналов сбыта.

Методология ОСОП в Кыргызстане: поэтапный подход

В рамках реализации ОСОП в Кыргызстане сформирована методология, основанная на последовательных шагах развития:

- 1 Анализ территории
- 2 Исследование местного сырья
- 3 Предварительный отбор идей
- 4 Анализ рынка
- 5 Разработка продукта
- 6 Разработка технологии
- 7 Мобилизация производителей
- 8 Обучение и производственные тренинги
- 9 Запуск тестовых партий
- 10 Контроль качества и сертификация
- 11 Брендинг, сбыт и обеспечение устойчивости

Каждый этап логически связан с предыдущим и позволяет последовательно снижать риски, повышать качество продукции и формировать устойчивую систему производства и продаж.



Методологический подход ОСОП исходит из того, что успешное развитие продукта невозможно без понимания местных условий. Поэтому процесс начинается с анализа ресурсов и только затем переходит к разработке продукта.

Производство не запускается сразу в больших объёмах. Сначала отрабатываются технологии, проводится обучение и тестируются малые партии продукции. Это позволяет выявить ошибки на раннем этапе и избежать потерь.

Особое внимание уделяется качеству и тестированию рынка. Только после подтверждения спроса и соответствия продукции требованиям начинается масштабирование производства и развитие каналов сбыта.



Рисунок: Методология реализации ОСОП в Кыргызстане: от анализа ресурсов до устойчивого выхода на рынок

Данный подход был реализован в различных регионах страны и показал устойчивые результаты:

- ✓ вовлечено более 3 500 производителей
- ✓ значительную часть участников составляют женщины
- ✓ продукция представлена на внутреннем и внешнем рынках
- ✓ сформированы устойчивые производственные группы

**Методология «Одно Село Один Продукт» (ОСОП): 11 последовательных шагов
Адаптированная модель, применяемая в Кыргызстане.**

№	Шаг	Содержание шага	Роль ОСОП+1
1	Анализ территории	Определение особенностей айыльного аймака, традиций, человеческого потенциала, текущей занятости	Научить читать территорию, а не «искать идею в голове»
2	Исследование местного сырья	Оценка доступного сырья, сезонности, объёмов, устойчивости использования	Показать, как отличать «есть сырьё» от «можно производить стабильно»



3	Предварительный отбор идей	Выбор продуктовых направлений, соответствующих принципам ОСОП	Отсечь нереалистичные и копируемые идеи
4	Анализ рынка	Понимание потребителя, сегментов рынка (местный, город, экспорт)	Сместить мышление с «что умеем» на «что покупают»
5	Разработка продукта	Формирование рецептуры, дизайна, концепции продукта	Объяснить логику прототипирования и тестирования
6	Разработка технологии	Подбор простых и воспроизводимых технологий производства	Предотвратить ранние ошибки с оборудованием
7	Мобилизация производителей	Вовлечение домохозяйств и групп, формирование производственных команд	Научить работать с мотивацией, а не принуждением
8	Обучение и производственные тренинги	Повышение навыков, выравнивание технического уровня участников	Обеспечить единый стандарт качества
9	Запуск тестовых партий	Производство малых объёмов и первые тестовые продажи	Показать ценность «малых шагов»
10	Контроль качества и сертификация	Внедрение самопроверки, стандартов, сертификации	Сформировать понимание «качество = доверие»
11	Брендинг, сбыт и устойчивость	Развитие регионального бренда, каналы продаж, стабильность производства	Объяснить, как перейти от проекта к системе

2.3. Ключевые шаги реализации «Одно Село Один Продукт» (ОСОП): дорожная карта

Реализация концепции «Одно Село Один Продукт» (ОСОП) в Кыргызстане показала, что устойчивые результаты достигаются при следовании чёткой и последовательной логике действий. На основе международного опыта и практики пилотных проектов в стране была сформирована адаптированная дорожная карта реализации ОСОП, отражающая полный цикл работы с продуктом — от анализа потенциала территории до устойчивого выхода на рынок.

Данная дорожная карта используется как практический ориентир для специалистов, сопровождающих инициативы сообществ, и позволяет выстраивать процесс развития производства поэтапно, снижая риски и обеспечивая качество на каждом этапе.

Отправной точкой реализации ОСОП является **анализ местного сырьевого и ресурсного потенциала**. На данном этапе проводится оценка доступных природных, человеческих и культурных ресурсов, их объёмов, сезонности и устойчивости использования. Целью анализа является выявление реальных конкурентных преимуществ конкретного айылного аймака и предотвращение выбора продуктовых направлений, не соответствующих местным условиям или не имеющих потенциала для стабильного производства.



Следующим этапом является **разработка продуктовой идеи и технологии производства**, ориентированной на простоту, воспроизводимость и соответствие требованиям рынка. В рамках кыргызской модели ОСОП особое внимание уделяется разработке рецептур и технологических карт, которые могут быть реализованы малыми производственными группами с минимальными начальными вложениями. Такой подход позволяет протестировать продукт, не создавая избыточной финансовой нагрузки на участников.

Параллельно осуществляется **мобилизация производителей и формирование производственных групп**. Реализация ОСОП предполагает открытость участия для членов сообщества при одновременном соблюдении установленных правил и стандартов. На данном этапе формируется понимание распределения ролей, ответственности и необходимости коллективного соблюдения требований к качеству и производственной дисциплине.

Важным этапом дорожной карты является **обучение производителей и проведение производственных тренингов**. Обучение носит практический характер и направлено на выравнивание уровня навыков участников, формирование культуры качества, понимание себестоимости и требований рынка. Именно на этом этапе закладывается основа воспроизводимости продукции и устойчивости производственного процесса.

После этапа подготовки осуществляется **запуск первых партий продукции** в формате малых тестовых объёмов. Производство первых партий сопровождается практической отработкой технологий и корректировкой процессов. Такой подход позволяет выявить технологические, организационные и качественные проблемы на ранней стадии и внести необходимые изменения до масштабирования.

Неотъемлемым элементом реализации ОСОП является **контроль качества, сертификация и проведение тестовых продаж**. Кыргызская модель ОСОП исходит из того, что доверие рынка формируется исключительно через подтверждённое качество продукции. На данном этапе внедряются механизмы внутреннего контроля, самопроверки и, при необходимости, внешней сертификации, а также проводится апробация продукта через ограниченные каналы сбыта.

Дальнейший этап включает **развитие регионального брендинга и механизмов сбыта**. Это предполагает формирование единого визуального и смыслового образа продукта, работу с торговыми точками, участие в выставках и ярмарках, а также выход на рынки крупных городов и экспортные направления. Важной особенностью кыргызской модели ОСОП является разделение ролей между производственными группами и структурами бизнес-поддержки, что позволяет профессионально выстраивать сбыт и снижать риски для производителей.

Заключительным этапом дорожной карты является **обеспечение стабильности производства и устойчивого выхода на рынок**. На этом этапе внимание сосредоточено на планировании объёмов, координации производственных групп, поддержании качества, развитии логистики и продолжении обучения участников. Именно здесь ОСОП переходит от проектного формата к устойчивой системе местного экономического развития.

Таким образом, дорожная карта реализации «**Одно Село Один Продукт**» (ОСОП) представляет собой целостную и воспроизводимую модель практических шагов, обеспечивающих последовательное развитие продукта, снижение рисков и формирование устойчивых источников дохода для сельских сообществ. Данная логика служит основой для дальнейшего рассмотрения институциональной модели ОСОП и роли различных участников процесса.