

СПРАВКА · 14 МАЯ 2026 ГОДА · БЕНЧМАРК CIAQ № 001

Программа «Одно село — один продукт»

ОСОП / OVOP в Кыргызской Республике при поддержке JICA, 2006–2028

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

OVOP/ОСОП в Кыргызстане — крупнейший в Центральной Азии институционализированный проект развития сельских креативно-ремесленных индустрий, реализуемый JICA с 2006 года. За 19 лет программа выросла из пилота в Иссык-Кульской области (42 группы, 480 участников в 2010 г.) в национальный экономический проект Кыргызстана с охватом 6 из 7 областей, 300+ общин, 3 000+ производителей (≈90% женщины) и 2 000+ продуктов под брендом «Issyk-Kul Brand». Формальный статус национального проекта присвоен Указом Президента № 139 от 3 марта 2023 года. С января 2024 года действует JICA Phase 4 (440 млн JPY на 2024–2028) с распространением модели на Казахстан и Таджикистан.

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ПРОГРАММЫ

История и хронология. Модель разработана в 1979 г. в Оите (Япония) губернатором Морихико Хирамацу, адаптирована JICA для развивающихся стран. Этапы внедрения в КР: мастерплан в Иссык-Куле (2006), формальный старт J-СЕР (2007), приход Акихиса Харагути как Chief Advisor (2009), активная фаза с MUJI и учреждением «OVOP+1 PU» под руководством Наргизы Эркинбаевой (2010–2011), Phase 2 в Иссык-Куле (2012 – янв. 2017), Phase 3 — распространение на регионы (янв. 2017 – 2022), Указ Президента № 139 о национальном статусе (3 марта 2023), JICA Phase 4 — региональный проект для ЦА (янв. 2024 – 2028).

Институциональная структура. Треугольник управления: JICA Kyrgyz Republic Office (методология, экспертиза, бюджет) + Министерство экономики и торговли КР (государственный мандат, сертификация) + Общественное объединение «OVOP+1 PU» (операционный центр в Караколе, владелец товарного знака «Issyk-Kul Brand»). В каждой из 6 областей — собственный Бренд-комитет; продукция сертифицируется по 4 критериям: качество и безопасность, локальное происхождение сырья, экологичность, уникальность дизайна.

Бюджетные источники

ИСТОЧНИК	СУММА	ПЕРИОД
Гос. бюджет КР (Пост. Кабмина № 123)	1 млрд KGS (~\$11,8 млн)	2023–2025
JICA Phase 4 — региональный ЦА	440 млн JPY (~\$2,79 млн)	2024–2028
RESILAND CA+ (Всемирный банк → МЧС КР)	\$52 млн	2024–2029
Cumulative ODA JICA в КР (контекст)	~88 млрд JPY (~\$624 млн)	с 1993

ЭФФЕКТЫ ПРОГРАММЫ

Экономические. Сеть выросла в 6 раз: 480 (2010) → 3 000+ (2025) производителей, 300+ общин, 2 000+ уникальных продуктов. Средний доход участницы 10 000–18 000 KGS/мес (~\$115–210) — сопоставимо со среднереспубликанским уровнем. Продажи 2024 г. — 63 млн KGS (МЧС КР); экспорт 2023 г. — \$2,5 млн (Минэкономики КР). Подтвержденные экспортные позиции: войлок 23 798 шт. и мёд 679 кг (2018 г.); рынки — Япония, США, Франция, Норвегия, Россия, Китай, Индия, Израиль, Вьетнам.

Социальные. ≈90% производителей — женщины (один из крупнейших инструментов женской экономической эмансипации в ЦА, соответствует ЦУР 5 и 8). Программа замещает трудовую миграцию занятостью в сёлах. Партнёрство с Kumtor Gold Company (с 2013): 6 производственных площадок, охват 800 человек из 20 деревень и 78 джамаатов; по данным компании — создано 500+ рабочих мест в Нарынской области и снижена трудовая миграция на ≈20%. Академические исследования (Murayama & Son, Palgrave Macmillan, 2016) фиксируют рост самоуважения и качества жизни у сельских женщин в долине Суусамыр.

Институциональные. Программа прошла полный цикл институционализации: от донорского пилота (2007) до национального проекта КР (Указ Президента, 2023). Создан устойчивый институциональный наследник — «OVOP+1 PU» (учр. 2011, за 12 лет до выхода JICA), обеспечивающий преемственность. Сформирована вертикаль сертификации: товарный знак «Issyk-Kul Brand» с ЕАС-сертификатом + региональные Бренд-комитеты + 4 чётких критерия отбора. Развита сбытовая инфраструктура: 40+ розничных точек, фирменные магазины в Караколе и Бишкеке, точки на АЗС «Газпром нефть Азия».

Коммерческие — MUJI. Японская розничная сеть MUJI (Ryohin Keikaku) — якорный экспортный канал с 2010 года. На 2021 г. MUJI обеспечивает ≈40% общей выручки «OVOP+1», ежегодно реализуя 10–20 уникальных товарных позиций (войлочные сувениры, варенья) во всех международных магазинах сети. Это единственный в портфеле JICA по всему миру случай столь глубокой интеграции международного розничного бренда премиум-сегмента в программу развития сельских территорий.

Региональные. Кыргызская модель стала эталонной для ЦА. С января 2024 г. JICA Phase 4 распространяет её на Казахстан и Таджикистан. Параллельно через ПРООН и Правительство Японии кыргызские эксперты передают методологию в Каракалпакстан (Узбекистан) в рамках программы ФАО ОСОР (2023–2025): 60+ участников обучено, 20 запустили продукты к 2024 г., целевые показатели — 80 производителей и 300 сельских жителей. На саммите «ЦА + Япония» (Токио, дек. 2025) OVOP-Кыргызстан представлена как флагманская программа Японии в регионе.

Признание. Минэкономики КР называет программу «одним из наиболее успешных проектов» (2014). Премия Kyrgyzstan Traditional Product Award (2022, казы — конская колбаса). «OVOP+1» — лучший экспортёр войлочных изделий КР (2018). В 2026 году JICA выпустила официальную манга-публикацию о программе как образцовом кейсе японского международного сотрудничества.

ИСТОЧНИКИ: Аналитический отчёт CIAQ v1.1 (14.05.2026), 21 источник — JICA, OVOP+1, Минэкономики КР, Президент КР, ПРООН, ФАО, Kumtor, Murayama & Son (Palgrave 2016).

CIAQ.KZ

DAVID@CREATA.TEAM