

4.5 Система финансовой поддержки

4.5.1 Общие положения

Этот отчет посвящен текущему состоянию перерабатывающих предприятий в Северо-Казахстанской области с точки зрения их финансирования и стоимости производственных затрат.

Данный отчет главным образом содержит информацию о системе финансовой поддержки сельского хозяйства и предприятий по переработки пищевых продуктов. Решение проблем в этой области пока предложено в неполном виде. Дальнейшие решения будут сформулированы в Планах Действий, который будет являться главным итогом работы по второй фазе исследования. Для того чтобы оценить систему финансовой поддержки, группа исследователей проведет мониторинг тех предприятий, которые получили финансовую помощь от государства. Мониторинг главным образом будет нацелен на изучение вопроса, насколько предприятия удовлетворены оказанной помощью, и каково видение частным бизнесом системы государственной финансовой поддержки. Если по итогам исследования окажется, что система финансовой поддержки требует усовершенствования, исследовательская группа внесет необходимые изменения в План Действий. Что касается фонда ДАМУ, мониторинг предприятий, получивших помощь через него, практически не проводился. Мониторинг проводится только в случае выявления случая нецелевого использования средств.

Ниже приведена система финансирования сельскохозяйственного сектора, представлен отчет о положении дел и стоящих задачах в сфере финансирования пищевой промышленности на основании полученных в результате проведенных в ходе исследования деловых встреч.

4.5.2 Система финансовой поддержки – Схема выдачи субсидий Министерством Сельского хозяйства

Основная поддержка сельскому хозяйству оказывается в форме субсидий. Субсидии Министерства Сельского хозяйства выдаются на основе соответствующего постановления правительства, публикуемого каждый год во второй половине января. Система субсидий создана для поддержки слабых и маленьких предприятий, включая крестьянские хозяйства в сельской местности. Программа субсидий помогает фермерам осуществить весенне-полевые работы, уборку урожая, разведение скота, приобретение семян для посевов и удобрений, а также субсидии выделяются переработчикам молока и мяса. Необходимо отметить, что при заявке на получение субсидии главным образом требуются документы, выданные налоговой инспекцией, удостоверение личности, справка о банковском счете и документы на пользование земельным участком¹⁸.

Порядок выдачи субсидий в Департаменте Сельского хозяйства Северо-Казахстанской области (глава департамента Кунгурцева Людмила Николаевна) следующий:

(1) Субсидии на приобретение племенного скота.

Для получения субсидии на приобретение племенного скота необходимо представить документы, подтверждающие статус племенных хозяйств. В 2009 году было

¹⁸ Государственная земля, например, земля для сельскохозяйственных угодий не может быть передана в личное владение. Вместо этого оформляется долгосрочная аренда земли на срок до 49 лет. Земли же под жилыми домами, магазинами, земля, отведенная для промышленного использования, находится в частной собственности.

подтверждено участие в этой программе двадцати компаний. Данные предприятия в декабре обязаны предоставить план продажи скота (количество голов и месяц продажи) на следующий год. Департамент по этим планам планирует годовой размер субсидирования отрасли. И в свою очередь одобренные хозяйства получают субсидии в соответствии со своим планом продаж.

(2) Субсидия на приобретение семян зерновых и других культур

Приобретение семян злаков и других сельскохозяйственных культур субсидируется согласно плану продажи, представленному предприятиями. Для получения субсидий предприятия обязаны представить документы, подтверждающие данный вид деятельности.

(3) Субсидии для предприятий по переработке молочной и мясной продукции

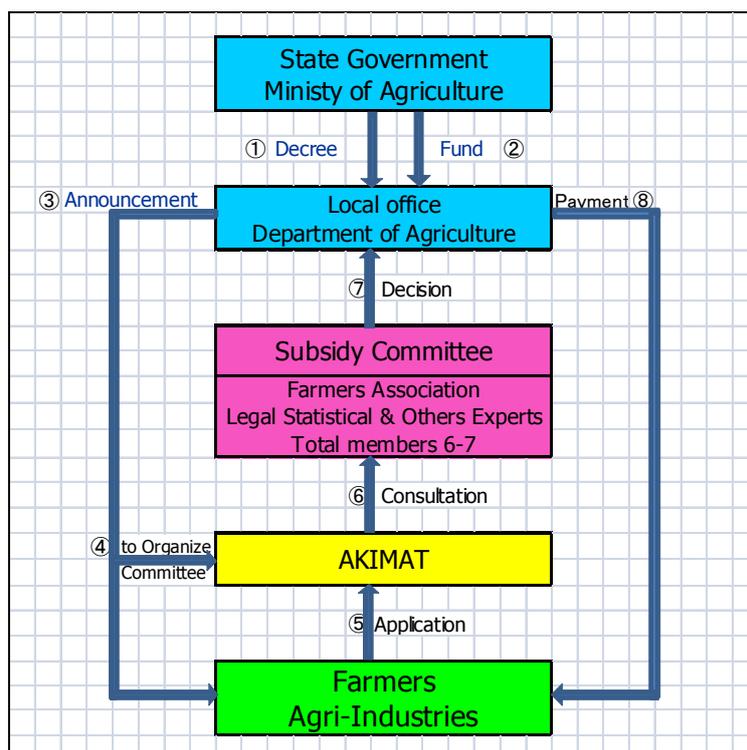
Предприятия, занятые переработкой мяса и молока, получают субсидии согласно своему бизнес-плану по выпуску продукции и продажи. В 2009 году по данной программе субсидии получили сорок шесть предприятий.

(4) Субсидии для производителей удобрений

Схема субсидий для производителей удобрений довольно отличается от других субсидий. Получателями по данной программе являются две корпорации на юге страны Казазот и Казфосфат. Данные производители получают субсидии от государства, и используют их для снижения цен на удобрения для фермеров. Скидка на удобрения для сельских производителей достигает 40% по этой программе.

Схема ниже иллюстрирует процедуру выдачи субсидий. Детали процесса выглядят следующим образом:

- 1) В последние десять дней января принимается законодательный акт.
- 2) В начале февраля средства из центрального бюджета распределяются по областям.
- 3) В начале февраля официальное известие о выдаче субсидий распространяется через средства массовой информации: газеты, радио, телевидение и т.д.
- 4) В выполнении процесса субсидирования местными акиматами и департаментом сельского хозяйства формируются специальные комитеты.
- 5) В начале проведения весенне-полевых работ частные фермеры и сельскохозяйственные предприятия подают письменные заявления (в течение 5 дней после посева выполняется запрос на инспектирование полей государственной комиссией в двухнедельный срок).
- 6) Правительство дает указание комитетам рассмотреть поданные заявления.
- 7) В течение июня комитеты докладывают результаты рассмотрения заявлений.
- 8) В последнюю декаду июня выносится окончательное решение по вопросу субсидирования заявителей.



Источник: исследовательская группа JICA (на основании интервью с представителями Департамента Сельского хозяйства Северо-Казахстанской области)

Схема 4-18: Процесс функционирования механизма субсидий, предоставляемых Министерством Сельского хозяйства

Таблица ниже показывает размер выделенных средств на поддержку сельского хозяйства в Северо-Казахстанской области. Большинство средств поступает из центрального бюджета. Средства выделяемые местным бюджетом в 2009 году составили всего 0,91% от объема общего субсидирования, в 2008 году эта доля была 3,20%.

Таблица 4-18: Затраты на погг.ддержку сельского хозяйства в Северо-Казахстанской области

Единица: 1,000 тенге

Программы субсидий	Бюджет 2008 года	Бюджет 2009 года	Описание программ
Производство семян	182,600	257,135	Установление стабильных цен
Неорганические удобрения	-	444,714	Субсидия на приобретение
Разведение племенного скота	67,412	85,199	Субсидии из республиканского бюджета
Разведение племенного скота	148,784	46,502*	Бюджет СКО
Топливо для отопления	2,175,835	2,765,000	Теплицы и т.д.
Водоснабжение	488,134	495,998	Вода высокого качества
Продукты животноводства	356,775	1,037,304	Субсидии на развитие бизнеса
Чрезвычайные расходы	1,398,029	-	Непредвиденные обстоятельства
Общие расходы	4,817,569	5,131,852	

Источник: Министерство бюджетного планирования по Северо-Казахстанской области

Согласно информации, полученной от уполномоченного лица в департаменте сельского хозяйства Северо-Казахстанской области, в 2009 году на получение субсидий на проведение весенне-полевых работ было подано 2,800 заявлений. Число одобренных заявок составило 2,765 и лишь 25 от общего числа были отклонены, таким образом процент удовлетворенных заявлений составил 98,75%. Размер субсидии для малых субъектов бизнеса 500,000 тенге, для предприятий среднего размера 7,000,000 тенге и для крупных компаний 30,000,000 тенге.

4.5.3 Система финансовой поддержки – Финансирование из Северо-Казахстанского бюджета

Схема финансирования с использованием средств Северо-Казахстанского бюджета начала действовать в 2009 году. Данная программа призвана способствовать увеличению новых рабочих мест и повышению уровня жизни в области. По условиям данной программы, в ней могут участвовать только уже существующие предприятия. Финансирование из местного бюджета не ограничено по размерам, однако срок выплаты средств установлен максимально в пять лет. Процентная ставка составляет 9.5% годовых, что более привлекательно, чем кредиты коммерческих банков.

Заявитель на получение подобного кредита должен представить бизнес-план, пройти банковскую экспертизу и иметь залоговое имущество. Комитет вправе самостоятельно оценить заявку и выделить средства для кредита, однако если запрашиваемая сумма велика, необходимо одобрение головного филиала. Решающую роль при решении вопроса о выдаче кредита играет содержание бизнес-плана и платежеспособность заявителя. В качестве залога принимается недвижимое имущество, транспортные средства, оборудование и т.д. До полной выплаты кредита, власти удерживают у себя документы владения на залоговое имущество.

Объем кредитования в 2009 году составил 50,000,000 тенге. На конец ноября было освоено 34,000,000 тенге, оставшиеся 16,000,000 тенге также уже почти распределены. Данные средства используются в основном по трем направлениям. Среди этих трех, хлебопекарни занимают первое место по объему кредитования. Хлебопекарный бизнес обеспечивает поставку высококачественных продуктов, изготовленных из местного сырья. Частный бизнес также создает новые рабочие места в регионе.

4.5.4 Система финансовой поддержки государственными корпорациями

Как уже было изложено в разделе 3.2.2 Система государственной финансовой поддержки в Казахстане, корпорации, основанные центральным правительством, осуществляют финансовую поддержку сельского хозяйства посредством холдинговой компании, управляемой государством. Данным холдингом является КазАгро, созданный при участии средств и под контролем Министерства Сельского хозяйства. Другой компанией является Самрук Казына, управляемой Министерством Индустрии и Торговли. Холдинговая компания Самрук Казына включает в себя также государственные корпорации ДАМУ и ТОБОЛ, также осуществляющие финансовую поддержку сельскохозяйственного сектора.

Внутри государственной холдинговой компании, КазАгро Холдинг, созданы две государственные корпорации. Одна из них это Фонд Финансовой поддержки сельского хозяйства, главным видом деятельности которого является микро-кредитование. Другая – КазАгро Финанс, основанная для предоставления финансирования и лизинга сельхозмашин. Обе компании имеют свои региональные филиалы в Северо-Казахстанской области, осуществляющие финансовую поддержку сельскохозяйственных секторов экономики. В дополнение к этим двум компаниям в КазАгро Холдинг входят также КазАгро Кредит, КазАгро Грант и КазАгро Маркетинг,

основной деятельностью которых является также финансирование, субсидирование, маркетинговая и консультативная деятельность.

(1) АО Фонд Финансовой Поддержки Сельского Хозяйства

АО Фонд Финансовой Поддержки Сельского Хозяйства был основан государственной корпорацией КазАгро Холдинг под управлением Министерства Сельского хозяйства. Основной целью создания фонда является предоставление средств для развития данного сектора экономики с увеличением числа новых рабочих мест. Штаб-квартира фонда находится в городе Астана. В штате Северо-Казахстанского филиала работает 15 человек, представителей в сельской местности у фонда нет. Вместо подобных представителей фондом созданы микрокредитные организации (МКО), уставный фонд которых на 49% принадлежит фонду. Представители МКО имеют 51% уставного капитала, но, несмотря на то, что данные 4 МКО не являются 100% дочерними компаниями, они действуют в полном соответствии с политикой фонда. За последние пять лет Северо-Казахстанский филиал предоставил кредитов на сумму 311,000,000 тенге. Результат финансирования в 2009 году составил 121,000,000 тенге.

Микро-кредиты предоставляются частным предпринимателям и компаниям, которые собираются начать свое собственное дело. Получатели кредитов в большинстве своем частные крестьянские хозяйства. Верхняя граница кредита составляет 400,000 тенге (2,649 US\$). Кредиты используются главным образом на приобретение скота, семян для посевов, например, пшеницы, и др. Период выплаты по займу зависит от целей и может составлять два года, полтора и один год. Процентная ставка выгоднее, чем в коммерческих банках. Заявители на получение кредита должны представить банковские гарантии, залоговое имущество и кроме этого бизнес-план. Платежеспособность заявителя становится решающим фактором при оценке его заявления. В качестве залогового имущества может выступать недвижимость, техника, автотранспорт и т.д. До полной выплаты кредита кредитная организация хранит документы владения на залоговое имущество. Существует специальный комитет для оценки и вынесения решения по заявкам на получение кредита. Кредитный комитет состоит из пяти человек, все из них являются сотрудниками фонда. В зависимости от запрашиваемой суммы, может потребоваться одобрение главного филиала.

Микрокредитные организации вправе действовать в пределах своего региона. Как только МКО заключила договор с заявителем, она обращается за кредитом к фонду. После одобрения заявки, поданной МКО, она производит финансирование заявки конечному заемщику по процентной ставке в 10,5% ~12%. В то же время, микрокредитная организация получает средства у фонда по 9,5% годовых. Таким образом, микрокредитная организация получает выгоду из-за разницы процентных ставок. Максимальный срок выдачи кредита ограничен двумя годами.

(2) АО КазАгро Финанс

КазАгро Финанс является государственной корпорацией, основанной в 1999 году. Уставный фонд первоначально составлял 20 миллиардов тенге. Однако каждый год государство дополнительно инвестировало средства в эту компанию, и к 2009 году накопленные капитальные инвестиции составили 5,200,000,000 тенге. С 2007 года КазАгро Финанс является дочерней компанией КазАгро Холдинга подчиняющегося Министерству Сельского хозяйства. Таким образом, КазАгро Финанс является родственной компанией Фонду Финансовой Поддержки Сельского хозяйства, о котором мы рассказывали ранее.

Главной сферой бизнеса компании КазАгро Финанс является лизинг сельскохозяйственных машин наряду с общим кредитованием. 90% всего объема

финансирования составляет лизинг. Остальные 10% приходятся на прямое кредитование. В финансовых программах компании могут участвовать только субъекты сельского хозяйства. В целом деятельность КазАгро Финанс нацелена на финансовую поддержку, как создаваемых предприятий, так и уже функционирующих. Целевой аудиторией компании являются мелкие фермерские хозяйства, а также частные компании. Среди крестьянских хозяйств в основном производители пшеницы и молока, а также перерабатывающие компании.

Ни для лизинга, ни для кредитных операций нет специального ограничения по размеру выделяемых средств. Если сумма не превышает 40,000,000 тенге, заявка рассматривается головным офисом компании в Астане и там же выносится решение о выделении средств. Все необходимое документы указаны в Приложении.

Лизинговая деятельность КазАгро Финанс

Директор КазАгро Финанс в Северо-Казахстанском филиале особо подчеркнул то обстоятельство, что лизинговые схемы проще для финансирования. Главным объектом лизинга являются сельскохозяйственные машины, такие как комбайны, сеялки и трактора. В случае невыплаты денег поставщик товаров не страдает, так как КазАгро Финанс со своей стороны (большую часть) вместе с конечным покупателем, заключившим лизинговый договор с КазАгро Финанс, сразу выплачивает ему всю стоимость товара. Конечному покупателю лизингового оборудования нет необходимости предоставлять залоговое имущество, так как передача собственности не происходит, т.е. КазАгро Финанс остается владельцем оборудования. Таким образом, что касается лизинга сельскохозяйственных машин, то процедура предельно простая, так как ни бизнес-план, ни экспертиза финансового состояния заемщика не нужны. Даже если запрашиваемая сумма свыше 40,000,000 тенге подобные документы не требуются. Таким образом, выгода для поставщика оборудования в лизинг не кажется маленькой. Риски дилера снижены до минимума, так как КазАгро Финанс подписывает с дилерами, такими как, например, Ростсельмаш-Россия долгосрочный деловой контракт на крупные оптовые поставки оборудования на крупные денежные суммы и в котором КазАгро Финанс выступает единственным владельцем лизингового оборудования. С другой стороны, для предпринимателей сельскохозяйственные машины обходятся сравнительно легко, ведь им приходится только ежемесячно платить довольно разумные деньги за обслуживание лизинга. КазАгро Финанс не требует никакого залога от крестьянских хозяйств. Таким образом, даже в случае разрыва лизингового договора КазАгро Финанс не несет убытков, так как он может заключить договор на бывшую в употреблении технику с другим фермером. Также фермерское хозяйство оплачивает штраф за досрочное погашение лизингового договора, который покрывает убытки КазАгро Финанс. Дилер также обеспечивает гарантийное обслуживание сельскохозяйственной техники для КазАгро Финанс.

С другой стороны, касательно предприятий по переработки пищевых продуктов, для получения средств необходимо представить подробный бизнес-план и экономическое обоснование проекта. Такая разница в подходах объясняется базовым различием между переработкой пищевых продуктов и сельскохозяйственной деятельностью. Размер прибыли в бизнесе, связанном с перерабатывающим оборудованием, достаточно невелик, так как объем выпускаемой продукции ниже, а затраты выше. В вопросе финансирования, если размер суммы в компетенции Северо-Казахстанского филиала, то назначается специальный комитет для детального рассмотрения и оценки качества заявки.

Таблица ниже приводит сравнительный анализ условий лизинга и кредитования.

Таблица 4-19: Сравнение условий лизинга и кредитования в КазАгро Финанс

Позиция	Лизинг	Кредит
Залог	15% авансовый платеж служит залогом	По меньшей мере, 15% авансовый платеж плюс залоговое имущество покрывающее остаток обеспечения
Ставка вознаграждения	В зависимости от источника финансирования • Республиканский бюджет: 4%+0,5%(операционные услуги) • Другие: 12,5%+1%(за утверждение заявки)+0,25% (операционные услуги)	
Частота выплат	Ежемесячно	
Срок выдачи кредита	Минимальный 3 года, Максимальный от 5 до 8 лет	От 5 до 8 лет
Льготный период	12 месяцев	
Другие	15% авансовый платеж В первый год выплаты не должны превышать 50% долга	

Источник: исследовательская группа ЛСА (на основании интервью с представителями КазАгро Финанс)

Для управления корпоративными средствами КазАгро Финанс, головной филиал располагает дополнительными источниками средств для лизинга и кредитования. В источники финансирования фонда входят как денежные средства, поступающие из республиканского бюджета, так и собственные средства и кредиты, взятые в иностранных банках¹⁹. Из-за того, что обслуживание займов иностранных банков достаточно дорого, маржа КазАгро Финанс составляет менее 2%.

Таблица 4-20: Государственное финансирование КазАгро Финанс

Единица: 1 миллиардов тенге

Год	Казахстан в целом	СКО
2007	7 тенге	1.1 тенге
2008	15,3 тенге ²⁰	3,5 тенге
2009	Сельхозмашины: 1,3 тенге Другие сельскохозяйственные цели: 120 тенге	²¹

Источник: исследовательская группа ЛСА (на основании интервью с представителями КазАгро Финанс)

Вследствие того, что размер выделенных на поддержку сельского хозяйства средств установлен и утвержден в 2009 году, бюджет КазАгро Финанс превысил 120 миллиардов тенге, которые были распределены по следующим программам:

- 1) Молочно-перерабатывающие предприятия
- 2) Птицеводство
- 3) Тепличное хозяйство
- 4) Хранилища для урожая овощей
- 5) Производство сельскохозяйственных машин
- 6) Растениеводство с использованием капельного орошения

¹⁹ ОАО Евразия (Программа ДирКредит), АБН Амро Банк, Сосьете Женераль, HSBC, группа Гермес

²⁰ Включая кредитование

²¹ Является предметом изучения во время 2 фазы исследования

Любой предприниматель, чей бизнес относится к одному из шести выше перечисленных, может обратиться за финансовой помощью в КазАгро Финанс, т.е. подать заявку на получение лизинга или кредита. В случае кредитования, ставка вознаграждения составит 6%, а срок выплаты кредиты будет от 2 до 12 лет, что на самом деле довольно привлекательные условия для ведения бизнеса. Льготный период может составлять до 24 месяцев. Условия предоставления лизинга также довольно приемлемые для заявителей.

В территориальном разрезе лучше всего финансируются Кустанайская и Акмолинская области, следом за ними идет Северо-Казахстанская. Такая ситуация объясняется наличием активной бизнес-среды в сельскохозяйственной сфере этих регионов. В то же время необходимо отметить тот факт, что как только КазАгро Финанс стал уделять переработке пищевых продуктов большое внимание в 2005 году, активно начал развиваться бизнес в области тепличного хозяйства в Южно-Казахстанской области и мясоперерабатывающая промышленность в Восточно-Казахстанской области.

Головной офис компании КазАгро Финанс расположен в Астане, в каждой области, кроме Мангистауской, где он был закрыт в 2008 году, расположен отдельный филиал. Число работающих в Северо-Казахстанском филиале осталось невыясненным.

Процент одобренных заявок в Северо-Казахстанском филиале очень велик. Среди тех, кто правильно оформил все необходимые документы на получение лизинга или кредита, 90% были удовлетворены (среди них был только один случай кредитования). В случае если запрашиваемая сумма превышает 40 миллионов тенге, процесс экспертизы и одобрения заявки проводится центральным офисом компании, этот процесс занимает три недели с момента поступления заявки.

В случае лизинга, по истечении трех лет²² конечный заемщик получает право владения от КазАгро Финанс. Большинство клиентов оплачивают 50%²³ суммы контракта в первый фискальный год, поскольку они желают получить право владения сразу по окончании трех лет. Остаток суммы распределяется на второй и третий года для окончательного погашения задолженности.

(3) ДАМУ («Фонд развития предпринимательства «DAMU»)

ДАМУ организован компанией Самрук-Казына, держателем акций которой является Министерство промышленности и торговли. Основной деятельностью ДАМУ является поддержка предпринимательской деятельности путем предоставления кредитов под низкий процент,

1) Общие положения деятельности по кредитованию.

① Первая стадия (первая половина 2008 года)

Для сотрудничества с фондом ДАМУ были отобраны семь банков, которые занимали средства у фонда ДАМУ для кредитования частных предприятий и частных лиц. Банки отбирались на неконкурсной основе

○ Условия кредитования между фондом ДАМУ и семью частными банками

- ① Льготный период: 24 месяца
- ② Ставка вознаграждения: 11,2~ 11,5 %

²² Лизинговый договор рассчитан на три года.

²³ Согласно условиям договора, максимальный размер выплаты в течение первого года ограничен 50%.

- ③ Срок выплаты кредита: семь лет (выплаты каждое полугодие).
- ④ Залог: нет условий

○ **Условия кредитования между частными банками и конечными заемщиками**

- ① Льготный период : 12 месяцев
- ② Ставка вознаграждения : 18,0~ 19,0 %
- ③ Срок выплаты кредита : пять лет (выплаты каждый месяц).
- ④ Залог : нет условий
- ⑤ Верхняя граница кредита была ограничена 120 миллионами тенге, средний размер выдаваемых кредитов составил 25 миллионов тенге.

② Вторая стадия (2 полугодие 2008 года)

На второй стадии к участию в программе были допущены без конкурса 10 самых крупных частных банков. Позже два банка отказались от участия, и были добавлены еще три других.

○ **Условия кредитования между фондом ДАМУ и частными банками**

- ① Льготный период : 24 месяца
- ② Ставка вознаграждения : 8 %
- ③ Срок выплаты кредита : семь лет (выплаты каждое полугодие).
- ④ Залог : нет условий

○ **Условия кредитования между частными банками и конечными заемщиками**

- ① Льготный период : 12 месяцев
- ② Ставка вознаграждения : 17,8 %
Между ДАМУ и банками: 8% + 4,5% (банковская маржа) + 0,8% (банковские услуги)
- ③ Срок выплаты кредита : пять лет (выплаты ежемесячно)
- ④ Залог : нет условий
- ⑤ Сумма кредита была ограничена 120 миллионами тенге. Позже она была увеличена до 500 миллионов тенге. Средний размер выдаваемых кредитов составил 42 миллиона тенге.

③ 3 стадия (1 полугодие 2009 года)

Был организован специальный комитет. Членами этого комитета стали чиновники правительства, представители корпоративного сообщества²⁴ и члены Атамекен²⁵.

В ходе третьей стадии были отобраны 12 банков. Четыре из них имели преобладающий государственный капитал, это БТА банк, Альянс банк, Казкомбанк и Народный банк. Два банка из них имели преобладающий иностранный капитал, это АТФ-банк, входящий в группу Юникредит и Центркредит банк с участием корейского капитала. Шесть других банков были отобраны из-за наличия хорошо развитой инфраструктуры, при этом ни один из них ранее не сотрудничал с фондом ДАМУ.

○ **Условия кредитования между фондом ДАМУ и частными банками**

- ① Льготный период : 24 месяца
- ② Ставка вознаграждения : 8 %
- ③ Срок выплаты кредита : семь лет (выплаты каждое полугодие).

²⁴ Ассоциация Предпринимателей

²⁵ Национальная Экономическая Палата

④ Залог : нет условий

○ **Условия кредитования между частными банками и конечными заемщиками**

- ① Льготный период : 12 месяцев
- ② Ставка вознаграждения : 12,5% (а 0,8% банковских услуг были исключены)
- ③ Срок выплаты кредита : пять лет (выплаты ежемесячно)
- ④ Залог : нет условий
- ⑤ Размер кредитования : был ограничен 750 миллионами тенге. Средний размер выдаваемых кредитов составил 33 миллиона тенге.

④ **4 стадия (Программа для производителей)**

Целью четвертой стадии программы кредитования является финансовая помощь мелким и средним предприятиям, занятым в производстве, деятельность является частью правительственной политики по развитию мелких и средних предприятий.

По этой программе финансирование частных предприятий осуществляется государственными средствами через партнерский банк. Несмотря на то, что партнерский банк занимает место посредника между ДАМУ, получающему государственные средства, и предприятием соискателя кредита, банк не получает комиссионных за исключением накладных расходов. Следовательно, думается, что это привлекательно, как возможность получить новых клиентов. Эта программа выполняется на условиях государственно-частного партнерства, как способ воплотить в жизнь программу государственной поддержки малых и средних предприятий. Программа в подробностях описана ниже. В приложении 3 дано содержание программы.

○ **Цель программы**

- Финансирование и помощь в возмещении убытков малым и средним предприятиям, занятым в производстве

○ **Подробная программа**

- Снижение стоимости кредитов для малых и средних предприятий
- Охватывает всю цепочку от частной кредитной организации до предприятия, получающего кредит
- Уменьшение долгов через перезайм
- Быстрое предоставление коммерческими банками кредитных услуг предприятиям – соискателям кредитов

○ **Коммерческие банки – участники программы (партнерский банк) .**

- АО «Народный банк Казахстана» (Халык Банк)
- АО «Казкоммерц Банк»
- АО «БТА БанкВанк» (бывший Банк Турам Алем)
- АО «Альянс Банк»
- АО «Темир Банк»

○ **Факторы оценки проекта**

- Объем производства за прошлый год (в финансовом выражении).
- Прибыль
- сумма налоговых отчислений
- количество работников

○ **Условия кредитования**

- Срок выплаты : 84месяца
- Ставка вознаграждения : до 8%
- Валюта кредита : казахстанский тенге
- Льготный период : 24месяца (только сумму кредита)
- Условия предоставления : в течении 2-х месяцев после подписания кредитного договора
- Другие условия оговариваются отдельно с партнерским банком
- Сумма кредита : 750,000,000 тенге для одной компании
- Кредитный баланс : до 750,000,000 тенге в партнерском банке

○ **Особые условия**

- Не может стать соискателем кредита компания или её представитель, если в течение более 10 месяцев выплачивается задолженность по долгам перед государством.
- Необходимость перезайма в течение 1 года после заключения договора
- Нельзя по желанию заемщика переводить сумму кредита на счет в иностранном банке
- Партнерский банк не взимает комиссию за предоставляемый кредит

2) Принятие программы «ДАМУ- регионы»

Потребительские возможности в Алматы и Астане широки. Размеры рынка действительно очень большие. Следовательно, имеется большое количество предпринимателей, деятельность приносит высокую прибыль, кредиты легко получить.

С другой стороны, рентабельность сельскохозяйственных предприятий намного ниже, чем в торговой сфере или производстве. Так как стоимость активов в сельскохозяйственном секторе ниже, то и оценка его залогового имущества частными банками существенно ниже, что вызывает ряд проблем с получением кредитов в частных банках. Для предприятий сельскохозяйственного сектора в подобных невыгодных экономических условиях, какие создались, например, в Северном Казахстане, очень трудно получить финансирование в частных кредитных организациях. Таблица ниже отображает результаты кредитования через фонд ДАМУ до третьей стадии. Финансовая поддержка оказывается по всей территории Казахстана. Во время 1 и 2 стадии, на кредитование в Северо-Казахстанской области пришлось только 5,137.7 миллионов тенге, что в сравнении с общим количеством составило только 3.1%.

Таблица 4-21: Результаты финансовой деятельности в фонде ДАМУ (все виды собственности)

Единицы : миллион тенге

Транши и программы	СКО	Остальные регионы	Всего
1+2 транши	5,137.7	160,987.3	166,125.0
Доля(%)	3.1%	96.9%	100.0%
ДАМУ Регионы	1,173.4	7,569.0	8,742.4
Доля(%)	13.4%	86.6%	100.0%
Всего	6,311.1	168,556.3	174,867.4
Доля(%)	3.6%	96.4%	100.0%

Источник: исследовательская группа ЛСА (на основании интервью с представителями фонда ДАМУ)

Предприятиям сельскохозяйственного сектора сложно получить необходимые финансы в частных кредитных организациях, поскольку большинство из них расположено в сельской местности, где очень низкий уровень экономического развития и низкая рентабельность, где оборот средств имеет медленный из-за длительного производственного цикла. На третьей стадии, рассматривая данную проблему, фондом ДАМУ было решено организовать специальную программу «ДАМУ Регионы» в качестве плана финансовой поддержки, нацеленную, прежде всего на кредитование в сельских районах.

Средства по этой программе поступают из республиканского бюджета и выделяются по низкой ставке вознаграждения. Как показано в таблице выше, общий объем кредитования по Северо-Казахстанской области по программе «ДАМУ-Регионы» составил 1,173.4 миллиона тенге, в процентном отношении 13,4% от общего количество займов по Казахстану, что отражает положительный результат программы «ДАМУ-Регионы».

При создании этой программы для определения списка обслуживающих эту программу банков был создан специальный комитет при правительстве, в состав которого вошли представители Министерства Индустрии и Торговли, Министерства Сельского хозяйства, Министерства Экономики, АТАМЕКЕН, ДАМУ. Были выбраны банк ЦентрКредит, Евразийский банк и БТА банк. Эти банки получили одобрение, поскольку они обладают хорошо развитой филиальной сетью и прочными связями с сельскохозяйственным сектором.

По данной финансовой программе фонд ДАМУ и государственный бюджет вносят по 50% средств каждый. Что касается доли государства, то эти деньги выделяются под фиксированную процентную ставку в размере 6,72%~7,12%, для фонда ДАМУ же имеется небольшой интерес в виде 1,5%, который они могут добавлять при кредитовании выбранных банков. Таким образом, эффективная ставка кредитования для банков составляет 8,22%~8,62%. Банки прибавляют к этой ставке свою маржу в 5%, конечный заемщик уже получает кредит по ставке вознаграждения в 13,22%~13,62%. В случае прямого кредитования из фонда ДАМУ, половина кредита обходится всего по ставке 6,72%~7,12%. Комплексная ставка в этом случае составляет 9,86%~10,06%, что в действительности очень низкий уровень. Льготный период определен максимальным сроком в 18 месяцев. Срок выплаты кредита семь лет. Размер кредитования в мае 2008 года был ограничен 120 миллионами тенге. С ноября 2008 года этот объем был увеличен до 750 миллионов тенге. Средний размер выдаваемых кредитов составил 31 миллион тенге.

Таблица ниже показывает, каким образом средства фонда ДАМУ распределены в Северо-Казахстанской области по сельскохозяйственному сектору и по другим секторами экономики.

Таблица 4-22: Финансовые результаты Северо-Казахстанского филиала фонда ДАМУ (Все виды предприятий)

Единица : миллион тенге

Транши и программы	Сельское хозяйство	Другие сектора экономики	Всего
1+2 транши	120.0	5,017.7	5,137.7
Доля (%)	2.3%	97.7%	100.0%
ДАМУ Регионы	252.0	921.4	1,173.4
Доля (%)	21.5%	78.5%	100.0%
Всего	372.0	5,939.1	6,311.1
Доля (%)	5.9%	94.1%	100.0%

Источник: исследовательская группа ЛСА (на основании интервью с представителями фонда ДАМУ)

На кредитование сельского хозяйства было потрачено 120 миллионов тенге, что составило 2,3% по первому (1) и второму (2) траншу. После введения в действие программы «ДАМУ-Регионы», как показано выше, объем кредитования сельского хозяйства увеличился до 252 миллионов тенге, в процентном выражении 21,5% от общего объема выданных займов, что, несомненно, говорит об успехе программы «ДАМУ-Регионы».

3) Принятие системы микрокредитования.

Закон о микрокредитовании был принят в 2004 году и с 2004 году в Казахстане начали действовать микрокредитные организации.

① Первая стадия (2004)

Одна МКО на 100% состояла из средств республиканского бюджета. Три других МКО были на 49% организованы областным бюджетом. Кредитование осуществлялось через коммерческие банки из фонда ДАМУ по двухступенчатой схеме.

○ Условия кредитования между фондом ДАМУ и МКО

- a) Льготный период: 24 месяца
- b) Ставка вознаграждения: 6,0~9,0%
- c) Срок выплаты кредита: пять лет
- d) Залог: Недвижимость или другое ценное имущество.
- e) Гарантии: Фонд ДАМУ дает гарантии МКО для поддержки бизнеса МКО.

② Вторая стадия (2005~2007)

Девять МКО участвуют в программе фонда ДАМУ. Конкурса на отбор участников не проводилось. Финансовые условия кредитования были такими же, как и на первой стадии. Максимальный размер кредита выдаваемого фондом ДАМУ, был ограничен 60 миллионами тенге. Средний размер составил 15 миллионов тенге. Максимальный размер кредита МКО для конечных потребителей первоначально был определен в один миллион тенге. Позже его размер был увеличен до 10 миллионов тенге. Средний размер кредитования конечных заемщиков составил 3 миллиона тенге.

③ Третья стадия (конец 2007 ~ середина 2009)

Для участия в программе был проведен конкурс среди МКО. В качестве главного критерия отбора была выбрана самая низкая из предложенных процентная ставка. Кроме низкой ставки вознаграждения учитывались, также, финансовое состояние организации, опыт работы в сельской местности, надежная сеть филиалов, а также возможность применения современных технологий связи. Среди двух поданных заявок фондом ДАМУ была выбрана микрокредитная организация «Сатор». На третьей стадии схема кредитования выглядела следующим образом: от фонда ДАМУ к банкам второго уровня, от банков к МКО, и наконец, от МКО к конечным заемщикам. Финансовые условия получения кредита были следующие:

○ условия кредитования

- ① Процентная ставка :
 - a) Кредиты для ДАМУ : 6%
 - b) Движение средств от ДАМУ к банкам : 7% (дополнительный 1% от ДАМУ)
 - c) Кредиты от банков конечным потребителям : 14% (дополнительные 7% банковской маржи)

- ② Льготный период : шесть месяцев
- ③ Срок выплаты кредита : три года
- ④ Залог : Недвижимость или другое ценное имущество.
- ⑤ Объем кредитования был ограничен 260 миллионами тенге.

4.5.5 Система кредитной помощи у коммерческих банков

Банки и финансовые организации работают с предприятиями Северо-казахстанской области по вопросам кредитования. В развитие кластера необходимо взаимодействие с организациями финансового сектора. В настоящее время существуют 15 коммерческих банков на территории Северо-казахстанской области. Данные банков даны в приложении 4. Ниже приведена информация о двух банках, с которыми ЛСА имела деловые встречи.

(1) Альянс Банк

Альянс Банк является банком с высоким рейтингом и репутацией среди коммерческих банков. Имеет хорошие связи с ДАМУ и участвует в кредитных программах.

Деятельность банка описана ниже. В настоящее время из-за мирового финансового кризиса уменьшилось количество заявок на кредитование со стороны хороших заемщиков. Кредитование в настоящее время ведется неактивно.

○ Условия кредитования

- Нет ограничения по сумме (однако, на практике сумма ограничена по минимуму на US\$5,000~US10,000)
- Срок возврата 3года
- Льготный период : 12месяцев
- Сумма вознаграждения : 15%
- Залог : в обычной практике -70% суммы – недвижимостью, 30%суммы – транспортными средствами и другим имуществом

○ Условия подачи заявки

- целевое назначение кредита
- кредитная история (при наличии задержках с оплатой по кредитам рейтинг соискателя снижается) • залог
- Бизнес- план не нужен, нужен план возврата заемных средств (можно самостоятельно написанный, без привлечения консультантов)

Требуется до 10 дней на проведение проверки и принятия решения инспектором по кредитованию, проводится работа по сокращению этого срока.

Банк активно работает по кредитным программам ДАМУ. Как упоминалось ранее, 4 стадия программы кредитования является программа для производителей, которая началась в декабре 2009 года, в том же месяце было проведено первое кредитование. Следующее кредитование намечено на июнь 2010 года.

Условия кредитования даны ниже.

○ условия кредитования

- только для производителей продукции
- ограничения по сумме кредита : до 750,000,000 тенге

- Срок возврата : 7 лет
- Льготный период : 2года (только сумма кредита)
- проценты по займу : ДАМУ→банк 8%

Для своих клиентов банк не добавляет проценты и получает только оплату за операционную деятельность, поэтому ставка в 8% не меняется. Банк не ставит целью получение прибыли, а надеется найти хороших клиентов для размещения кредитов ДАМУ. Среди банков высок уровень конкуренции в части условий предоставления кредитов, особенно много случаев потери привлекательности услуг для обычных клиентов из-за высокой процентной ставки. Следовательно, есть предел в смысле расширения клиентской базы, в особенности, это проявляется в сфере малых и средних предприятий. Исходя из этого опыта, участие в программах ДАМУ выглядит хорошей возможностью для привлечения хороших клиентов.

У банка есть несколько компаний, которые образовали группу, которая пока не пользовалась услугами банка по кредитованию, но имеют к этому интерес. Новым опытом для банка является кредитование группы предприятий, которые занимаются различной деятельностью. Можно ожидать, что кредитование группы, позволит получить выгоду всем предприятиям, а не одному, как в случае с кредитованием одного предприятия и получением выгоды только в ограниченном объеме. Кредитование группы предприятий имеет для банка значение, так как эта идея имеет место в развитии кластера.

(2) Цена банк

Условия по залогу не жесткие, на уровне других банков. Имущество, принимаемое в качестве залога – 1)недвижимость, 2)автомобили, 3)оборудование. В случае с районными предприятиями сельского хозяйства, невыгодно принимать недвижимость в качестве залога из-за низкой стоимости недвижимости фермеров. Поэтому условия по предоставлению залога немного смягчаются. Также, иногда предприятия деревни или фермеры используют форму группового залога. В этом случае, когда оценка залоги слишком мала, или залога нет, то применяются другие методы. Кроме того, возможен вариант, когда третье лицо, предоставляя в залог свое имущество, выступает гарантом для соискателя кредита.

Банком проводится лизинговая деятельность, примеров которой в сельском хозяйстве немало. Банк заключает контракты с фермерами и производителями или поставщиками. Предметом сделки являются трактора, комбайны, посадочные машины и другие. Залога в этом случае не требуется, начальные выплаты невелики, машины поставляются в короткий срок. Процедура заключения лизингового контракта описана ниже.

- 1) Клиент выбирает агрегат и производителя
- 2) Заключается лизинговый контракт
- 3) Банк выплачивает стоимость дилеру и приобретает агрегат
- 4) Клиент ежемесячно оплачивает банку сумму по лизинговому контракту
- 5) Срок лизинга 7 лет

Источником получения прибыли для банка являются частные торговые компании. Из-за того, что оборот капитала быстрый, возврат кредита становится гарантированным. Для производителей тоже присущ быстрый оборот капитала. С другой стороны, когда оборот капитала медленный, получение прибыли для банка затруднено. Поэтому для банка наилучшими клиентами являются торговые компании на первом месте, производители на втором, сельскохозяйственный сектор на третьем месте, такое разделение клиентов присуще коммерческим банкам.

Однако, из-за того, что в Северо-казахстанской области в сельском хозяйстве занято большое количество людей, то в будущем, если поменять существующее видение вопроса, то банки рассматривают их как будущих клиентов. Думается, несмотря на то, что индивидуально каждый клиент имеет небольшой количественный масштаб, в общей массе обладают самым высоким потенциалом. В будущем, думается, что кредитная деятельность в северо-казахстанской области будет опираться на предоставление кредитов клиентам из сельскохозяйственных районов. Прежде всего, проводит переговоры с клиентом и рассматривает план деятельности, сделав предварительно анализ положения дел в области и определив для себя разумный уровень кредитования. Таким способом банк определил для себя целевую аудиторию сельскохозяйственных предприятий, которые владеют земельными участками от 3,000 до 10,000 гектаров, из числа которых получил 10 клиентов в феврале этого года. Эти клиенты ориентированы на постоянную деятельность, кредитные рамки для них были определены сроком в три года, но будут поэтапно обновляться. 50% всех кредитов направлено на сельскохозяйственный сектор, однако реально эта цифра составляет на более 20%, поэтому нужно расширять эту практику.

Избыток предложения в производстве пшеницы нанес сильный удар по малым и средним предприятиям. Если спрос на внутреннем рынке достигает своего верхнего предела, то лучше начать экспортировать, но экспортировать могут только крупные компании. В конечном счете, закупка пшеницы крупными компаниями или компаниями-посредниками позволяет получать прибыль только крупным компаниям. Это влечет за собой крупные убытки малых и средних предприятий, следовательно, появляются проблемы с возвратом кредитов, что порождает проблему у банков.

В такой ситуации банки должны постоянно применять вспомогательные меры, изменяя условия контракта, применяя систему отсрочки платежей, уменьшая сумму разовых выплат. Для банка Цесна, специализирующимся на работе с фермерами и сельскохозяйственными предприятиями, нет конкурента в сельской местности. Микрокредитование, направленное, в первую очередь, на краткосрочные сделки в розничной торговле, не нашло активного применения в сельской местности, где время оборота капитала сравнительно длиннее. Также, в сельской местности существует особая форма финансирования для сельской местности, называемая кредитным партнерством. Этот способ подразумевает объединение фермеров и небольших сельскохозяйственных предприятий в группы, объединение финансов, взаимное использование капитала. В этом финансировании участвует организация, управляемая правительством, Корпорация Сельскохозяйственного Кредитования, которая помогает развитию финансирования сельского хозяйства путем финансовой помощи членам группы в случаях недостатка средств. Этот способ имеет широкое распространение в сельском хозяйстве. Однако, кроме Цесна Банка, других организации на этом рынке нет.

По данным Сельскохозяйственной Кредитной Корпорации, Кредитное Партнерство не имеет возможностей масштабного инвестирования, потому что оперируют только собственными средствами.

Не все могут выполнить это условие. Тем, предприятиям, которые не могут выполнить это условие из-за невозможности внести свой капитал, нужны банковские кредиты. Таким образом, Цесна Банк помогает в выполнении задач Сельскохозяйственной Кредитной Корпорации, расширяющей Кредитное партнерство.

Этот банк, полагая, что развитие кластера займет продолжительное время, надеется на осуществление кредитования с помощью частных финансовых организации под управлением правительства. Как структура, поддерживающая деятельность кластера, банк считает необходимым создать такую структуру.

4.5.6 Мобилизация капитала и управление затратами в пищевой промышленности

Были проведены деловые встречи с компаниями, занятыми в пищевой промышленности Северо-казахстанской области. Исследовательская группа посетила предприятия мясной и молочной промышленности в городе Петропавловске для обмена мнениями о проблемах мобилизации капитала и управление затратами.

В результате финансового кризиса коммерческие банки ужесточили условия кредитования, подняв проценты по кредитам, сократив сроки кредитования, повысив суммы залогов, поставив малые и средние перерабатывающие предприятия в тяжелые условия, вынудив отказаться от использования кредитов. С одной стороны невозможно получить кредитов в коммерческих банках, но есть государственные программы кредитования с низкими процентными ставками, которые выгодны для предприятий пищевой промышленности. Акционерные общества, связанные с местным и центральным правительством осуществляют такое финансирование, но размеры предоставления капитала не соответствуют потребностям, ограничено число предприятий, имеющих возможность получить такие кредиты. Существуют также системы субсидий и система инвестирования на уровне областных властей и правительства.

Также стоит задача снижения себестоимости продукции, являющейся существенным фактором в производстве, снижение себестоимости позволит увеличить прибыль, то есть увеличит объем финансов для возврата кредита. Производители должны приложить усилия в этом направлении, в настоящее время эта проблема остается.

Ниже рассмотрены вопросы мобилизации капитала, затронутые в ходе деловых встреч с компаниями мясоперерабатывающей промышленности, на основании конкретных примеров.

(1) Мобилизация капитала и управление затратами в пищевой промышленности

1) Обзор деятельности компании

Компания была основана во второй половине 90-х годов. Сначала, компания занималась торговлей мяса между Северным Казахстаном и Россией. В 2001 году началось производство колбас и ветчины с использованием собственного убойного цеха. В декабре 2009, штат сотрудников предприятия составляет более 60 человек. Административная схема предприятия представлена в Приложении.

На поставку свежего мяса компанией заключены договора с пятью крупными сельскохозяйственными предприятиями, расположенными на расстоянии до 250 км от Петропавловска. Компания приобрела импортное немецкое перерабатывающее оборудование и начала производство. Из-за отсутствия надежной транспортной инфраструктуры, компания вынуждена содержать собственный парк грузовых автомобилей для транспортировки свежего мяса и других материалов. Совсем недавно, компания получила стандарт качества ISO9001. Вместе со зданием администрации и территорией завода на окраине Петропавловска, у компании имеется два собственных фирменных магазина в центре города, используемых в качестве торговых домов. Торговые дома сдаются в аренду для продажи продуктов питания и одежды.

Оборудование предприятия, установленное во время основания, устарело и нуждается в обновлении. Средств на переоборудование нет, возникают проблемы и с оборотным капиталом, существует высокая потребность в капиталовложениях. Руководство предприятия считает, что, в связи с финансовым кризисом, получить кредиты в коммерческом банке будет трудно. На цены реализации выпускаемой продукции оказывает влияние высокая конкуренция со стороны других производителей, поэтому, даже при условии получения кредита, возврат будет проблематичен из-за высоких процентных ставок.

В последнее время предприятие пользуется годовыми кредитами для поддержания уровня оборотного капитала. Также, предполагается, что будет использован государственный кредит с низким процентом с постоянным перезаймом. В этом случае на улучшение рентабельности и обновлении оборудования средств не будет хватать.

2) Финансирование

Компания имеет опыт получения льготных субсидий в рамках правительственной программы, а также финансирования из фонда ДАМУ. Исследовательская группа составила следующие условия выдачи мягкого кредита Министерством Сельского хозяйства:

○ Программа финансирования : Государственное финансирование пищевой промышленности

- ① Льготный период : 6 месяцев
- ② Ставка вознаграждения: 4,5%
- ③ Срок выплаты кредита : один год
- ④ Цель : пополнение оборотных средств

○ Программа фонда ДАМУ Государственное финансирование пищевой промышленности

- ① Льготный период : три месяца (в последнее время был увеличен до шести месяцев).
- ② Ставка вознаграждения : 12,5% (банк) + 1,5%(ДАМУ)
- ③ Срок выплаты кредита: один год
- ④ Цель : пополнение оборотных средств

Директор компании не удовлетворен высокими процентными ставками по кредитам, даже ставкой вознаграждения в 14%, что ниже, чем в коммерческих банках. Что касается срока возврата кредита, то один год также слишком короткий срок для компании.

Директор предприятия информирован о программах финансовой поддержки КазАгро, которая является также государственной корпорацией, как и фонд ДАМУ. Однако он никогда не подавал заявки на получение подобной помощи, в связи со сложностями при подготовке заявки и длительного срока до предоставления кредита. Создается впечатление, что срок оценки проекта слишком затянут. Что касается государственной корпорации ТООБОЛ, то идея совместного владения вместе с ТООБОЛом его не привлекает.

Проанализировав следующие программы финансовой поддержки, директор компании решил не пользоваться ими, так как условия по процентам и срокам возврата его не устраивают.

Из-за не очень благоприятной экономической ситуации в настоящее время, условия кредитования у коммерческих банков, указанные выше, неприемлемы для предприятия. Касательно ставки вознаграждения, то на текущий момент она повышена до 18%, что очень много. Создалось мнение, что компания больше не будет привлекать средства в коммерческих банках.

Для подачи заявки на государственное финансирование и субсидии банк проводит строгую оценку залогового имущества. Заниженная оценка банков составляет 70~80% от реальной стоимости. Что касается составления бизнес-плана, то пять лет назад данная услуга обходилась предприятию в 20,000 тенге. В настоящий момент требование о наличии бизнес-плана отсутствует, так что все необходимые документы компания в силах составить самостоятельно.

Микрокредитованием, так же, как и кредитованием в коммерческих банках принято решение не пользоваться по причине высоких процентных ставок.

○ **Финансирование: Прямые кредиты коммерческих банков²⁶**

- ① Цель : пополнение оборотных средств
- ② Ставка вознаграждения : 16%
- ③ Срок выплаты кредита : один год

○ **Необходимые документы для участия в программе государственной поддержки и получение субсидий**

- ① Сертификат предприятия пищевой промышленности
- ② Целевое использование средств (открытые данные по счетам в качестве доказательства).
- ③ Ежегодный отчет перед Министерством Сельского хозяйства о целевом использовании средств.
- ④ Ежеквартальный отчет перед банками о финансовом состоянии
 - a) балансовый отчет
 - b) отчет о прибылях и убытках
 - c) отчет о движении денежной наличности
 - d) отчет об изменении чистых активов

Руководство компании желало бы брать кредиты по ставке вознаграждения в 5% или даже меньше процентов на срок не менее трех лет, а льготный период желательно должен быть продлен до одного года. Также компания хотела бы, чтобы подготовка заявки на финансовую помощь упростилась. Кстати, уже имеются результаты кредитования по субсидированной процентной ставке, и компания, похоже, заинтересована подобным государственным кредитованием по низкой ставке вознаграждения.

3) Управление производственными расходами

Приходится продолжать деятельность в условиях ограниченного количества источников финансирования. Даже, если принять возможность однолетнего кредита, то его использование на приобретение нового оборудования невыгодно. Стоимость нового импортного оборудования 200,000 евро. С другой стороны средняя стоимость продукции предприятия в розничной сети 500 тенге за килограмм, для возврата кредита потребуются продолжительное время. Становится понятным, почему руководство компании считает срок выплаты кредита в 1 год неприемлемым. В таких обстоятельствах, улучшение финансового состояния должно осуществляться силами менеджмента компании. Менеджеры, в частности, должны повысить доходность предприятия путем снижения себестоимости в процессе производства.

Как уже говорилось выше, в среднем продажные цены в мясной промышленности составляют 500 тенге. В эту цену входят стоимость сырья – 60%-70%, трудовые затраты – 10%, стоимость энергии – 2%. Компания имеет свой транспорт и оборудование для отопления, поэтому расходы на отопления и транспортные расходы находятся под контролем. Сырье для мясной промышленности сравнительно дорогое, существуют внешние факторы, определяющие такой порядок, поэтому контролировать стоимость сырья трудно. Следовательно, напрямую контролировать только расходы на рабочую силу и оборудование, а также частично затраты на топливо и транспортные расходы.

²⁶ Банки второго уровня

Руководство компании планирует продолжить использовать прежнее оборудование еще какое-то время, пока не начнется процесс восстановления экономики с более выгодными условиями кредитования. Тогда появится возможность сменить старое оборудование на новое.

Тем не менее, так как эксплуатационные расходы растут каждый год, использование станков, чей срок эксплуатации закончен, становится не выгодным из-за падения эффективности производства, что не может не тревожить руководство. Вопрос только в том, смогут или нет станки выдержать до того момента, когда экономическая обстановка улучшится.

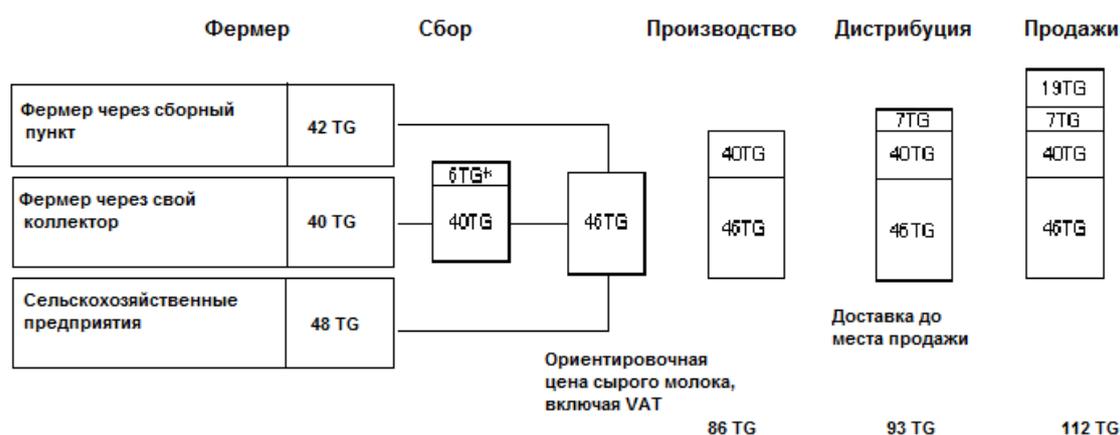
(2) Анализ структуры себестоимости (молочные продукты).

От компании по переработке мяса не удалось получить подробных данных по структуре себестоимости, но компания из Петропавловска, занимающаяся переработкой молока по просьбе исследовательской группы предоставили данные по себестоимости, предоставив данные начиная с расходов по доставке молока, производственными затратами и дистрибуции, а также расходов на продажи, которые приведены ниже. В себестоимость молока по цене продажи 112 тенге входят расходы производителя молока 46 тенге, заводские расходы 40 тенге, расходы по доставке до магазинов 7 тенге, расходы на продажи 19 тенге.

Производственные расходы включают в себя заработную плату, эксплуатационные расходы, расходы на коммунальные услуги на заводе. Как уже упоминалось ранее, молоко доставляется тремя путями, молоко мелких производителей обходится дешевле. Закупка у предприятий сельского хозяйства обходится дороже, но качество лучше. Следовательно, переход от системы закупок у мелких производителей молока к сельскохозяйственным предприятиям будет затруднителен.

Кроме того, было отмечено, что в дистрибутивные расходы входит стоимость транспортировки силами предприятия и расходы оптовых компании за пределами города не включены.

Структура себестоимости на рынке молока в Казахстане



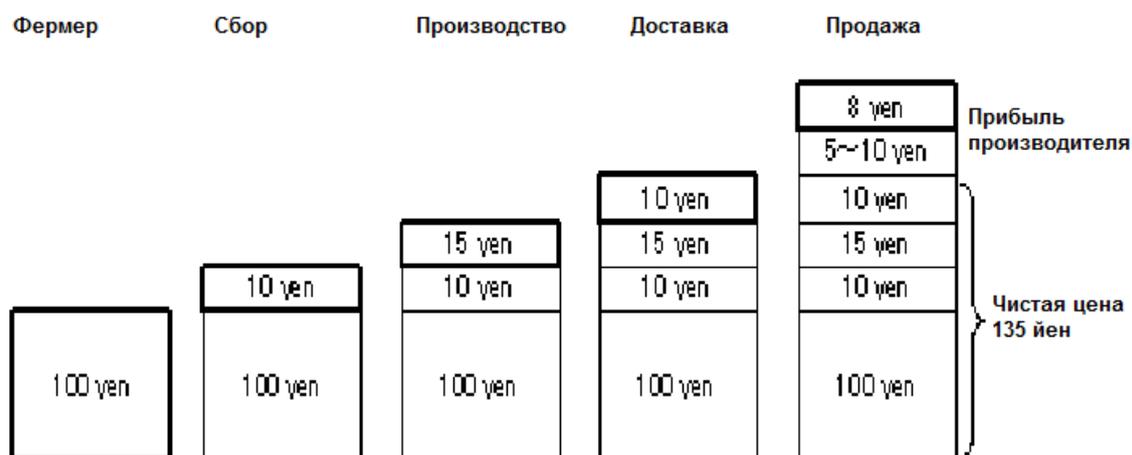
* 6 тенге за сбор молока предприятиями, которые не имеют своего оборудования

Источник : по данным предприятия молочной промышленности г. Петропавловска, составлено исследовательской группой JICA

Схема 4-19: Структура себестоимости молока в Казахстане

Для примера приводятся данные японского дистрибьютора по себестоимости продукции, включающей затраты на сбор, производство, доставку и продажу. Цена в крупных японских супермаркетах составляет 188 йен за литр молока, продаваемого под частной торговой маркой, цена на распродажах составляет от 158 до 178 йен. В себестоимость входит цена сырого молока 100 йен, сбор молока 10 йен, расходы на производство 15 йен, доставка 10 йен.

Структура себестоимости на рынке молока в Японии.



Источник : по данным Центр информации молочного хозяйства Японии «Цена и ценность молочных продуктов в розничной торговле» за март 2003 года составлено исследовательской группой JICA

Схема 4-20: Структура себестоимости молока в Японии

На основании этих данных стало ясно, что основную часть в себестоимости молочной и мясной промышленности занимают расходы по закупке мяса и молока. В розничной цене затраты на закупку сырья в Петропавловске составляют в мясной промышленности 60%, в молочной 41%, в Японии на молоко 53%.

(3) Финансирование предприятий пищевой промышленности.

При проведении деловых встреч стало ясно, что и на экономику Казахстана оказывает большое влияние снижение темпов развития глобальной экономики, начавшееся в 2008 году.

Немало было сказано о проблемах, связанных с привлечением капитала, особенно, в секторе мясной и молочной промышленности.

В случае необходимости привлечения капитала, условия коммерческих банков далеки от желаемого производителями. Предприниматели, которые рассматривали банковский кредит для обновления оборудования в молочной промышленности, обеспокоены возможностью потери залога и ощущают на себе риски при получении кредита. И как результат, они выбирают способ самофинансирования.

Это происходит из-за слишком жесткой позиции банков в оценке недвижимости. Эта мера неизбежна для банков, которым тяжело получать средства на финансовом рынке. С другой стороны есть понимание, что для предполагаемого проведения модернизации с целью увеличения прибавочной стоимости нужно рассматривать заем в финансовых

организациях, потому что масштабы инвестиций большие и собственных средств не хватает.

Предприниматель, которого не устраивают высокие проценты в коммерческих банках, планировал воспользоваться государственным финансированием для перестройки коровника, но, в конце концов, ему пришлось использовать собственные средства. Это неизбежное решение было принято после того, как он не смог в течении трёх лет ответ на заявку, поданную в орган государственного финансирования KazAgro Finance. Это предприниматель понял для себя, что в будущем ему придется обходиться только своими средствами. Однако, этот предприниматель кроме молочной фермы имеет охотничье угодье, занимается другой высокодоходной деятельностью, в будущем планирует заняться молочной переработкой, можно сказать, что он будет проводить финансирование деятельности своими средствами.

Производитель молочной продукции, который использует в качестве сырья сырое молоко, закупаемое у предпринимателя, о котором писалось выше, 2 года назад подал заявку в KazAgro Finance с целью кредитования постройки завода и организации пункта сбора молока.

Сумма требуемого кредита 65,000,000 тенге. Он отказался, т.к. сумма предлагаемого кредита не превысила 3,000,000 тенге. Вместо этого подал заявку в коммерческий банк и хотя проценты, срок возврата и другие условия ему не подходили, банк быстро дал ответ, показал желание предоставить кредит, поэтому было принято решения воспользоваться услугами этого банка. Он знал о существовании государственного фонда ДАМУ, но не знал о новой программе кредитования (предыдущая глава 4 Tranche) на выгодных условиях для предприятий перерабатывающей промышленности начатой в декабре прошлого года.

В результате деловых встреч стало ясно, что многие предприниматели не имеют достаточной информации по вопросам кредитования. Со стороны органов государственного финансирования информация распространяется через интернет, но частные предприятия, если не пользуются интернетом, то остаются в неведении. Государственные фонды ДАМУ и KazAgro Finance в своей работе не предусматривают работу с клиентами, поэтому предприниматели получить информацию не могут. Кроме того высказано недовольство тем фактом, что между клиентом и ДАМУ имеется коммерческий банк, поэтому в ДАМУ напрямую клиент обратиться не может.

В будущем нужно будет государственным фондам улучшать способ передачи информации для активизации работ по предоставлению кредитов.

4.5.7 Вопросы финансирования

В сельском хозяйстве и пищевой промышленности Северо-Казахстанской области обнаружился ряд существующих проблем.

(1) Условия финансирования предприятия.

Например, компания производитель мясных продуктов, которую мы посетили, захотела сменить машину для производства ветчины и колбас. Данная машина проработала уже почти десять лет с момента установки. И хотя руководство компании хотела бы приобрести новую заграничную машину и получить кредит в коммерческом банке, но принято решение с учетом размеров прибыли в настоящее время, что с условиями по процентной ставке и сроку выплаты кредита в коммерческих банках вернуть кредит будет невозможно. Компания берет средства у фонда ДАМУ. Кредиты ДАМУ не могли бы быть взяты в случае наличия у компании операционного дефицита. Следовательно, имеется в виду рефинансирование с целью снизить суммы процентных выплат. Эти средства напрямую не связаны с улучшением работы для замены

оборудования и поднятия производительности труда, поэтому невозможно таким путем увеличить прибавочную стоимость и поднять эффективность производства

(2) Проблема по финансовой политике

До 2007 года фонд ДАМУ проводил прямое кредитование конечных заемщиков без участия коммерческих банков. В то время, большинство клиентов было довольно низкой ставкой вознаграждения. С 2008 года же прямое кредитование фондом ДАМУ было отменено. Вместо этого в структуру кредитования ДАМУ были включены коммерческие банки и микрокредитные организации, что называется двухступенчатым кредитованием. Изменение системы предполагало поддержку финансовым организациям, положение которых стало нестабильным в результате финансового кризиса. Тем не менее, с другой стороны изменение системы выразилось в увеличении процентной ставки по кредитам для частного сектора. С точки зрения предприятий, нуждающихся в кредитах по низким процентам, это стало основной причиной, по которой данная система не пользуется популярностью.

В настоящее время вместо прямого кредитования фондом ДАМУ, между фондом и предприятием находится коммерческий банк. Должно быть рекомендовано таким организациям, как ДАМУ, самим вести кредитную деятельность по низким ставкам. Если ситуация окажется выгодной, исследовательская группа будет рекомендовать фонду ДАМУ использовать прямое кредитование вместо двухступенчатой схемы с участием коммерческих банков. Нужно понимать, что финансирование с привлечением банков и организации микрокредитования носит временный характер.

(3) Нехватка информации о банковских институтах

Было выявлено несколько задач по проблемам предприятий и финансовой политики. С точки зрения генерального плана, если обратить внимание на спрос и предложения на средства государственного фонда, то выяснится наличие двух задач. Обе задачи связаны с нехваткой информации.

Первое – информация для предприятий. Информация о программах финансирования не доходит в полном объеме. Также, возникают сомнения, что финансовая информация понимается правильно. Это происходит потому, что предприятия не обладают достаточными базовыми знаниями в области финансов.

Второе – Предприятия не имеют возможности донести свои мысли до государственных фондов, таких, как ДАМУ. Стало ясно, что получать такую возможность от кредитной организации является обязательным требованием.

Необходимая информация должна в полном объеме передаваться в секторы. В седующей главе пойдет речь о способах решения этой проблемы.

4.6 Политика развития кластера

4.6.1 Обзор политики по отношению к кластеру

(1) Государственная политика по отношению к кластеру

1) Политика Центрального Правительства по отношению к кластеру

Слова и выражения, содержащие «экономическое развитие кластера» и «региональное внедрение кластера» начали встречаться в промышленной политике Казахстанского Правительства после того, как Президент сделал акцент на внедрении «Кластерной инициативы» в своем ежегодном послании к народу в 2003 году.

В настоящее время стратегическая политика известная как «Казахстан 2030», ставит своей главной целью национальное развитие, и для его осуществления разработана «Программа экономического развития общества», дополненная «Стратегией индустриально-инновационного развития», которые провозглашают промышленное развитие кластеров. Тем не менее по сравнению с 2003 годом экономическая ситуация в Казахстане ухудшилась и появилась тенденция к приостановлению бюджетных инвестиций в крупные проекты. Например проект предприятия Био Этанол, реализованный в Северо-Казахстанской области, как часть крупного зернового кластера, рассматриваемого государством как один из важных государственных проектов, не получает бюджетных средств после осени 2008 года.

В мае 2006г. в целях реализации Программы экономического развития общества в 2006-2008 гг. территория страны была разделена на 7 регионов, в каждом из которых для ускорения экономического развития было решено образовать социально-предпринимательские корпорации (СПК). Им была отведена функция формирования экономической основы каждого региона, а также финансовой помощи перспективным предприятиям малого и среднего бизнеса путем их инвестирования. СПК представляют собой организации, 100% уставного капитала которых созданы за счет государственных инвестиций, и подчиняющиеся департаменту индустрии и торговли.

В Постановлении Президента № 627 изданного 7 февраля 2008 года речь идет об общем обзоре и будущих вызовах по отношению к Стратегии индустриально-инновационного развития (2003-2015гг.). Конечной целью создания кластерной структуры должно стать «участие предприятий всех форм собственности в кластере, играющим центральную роль в формировании гармоничной экономической сети».

Принимая все это во внимание, подтверждена еще раз роль промышленного кластера как основной политики в отношении развития предприятий малого и среднего бизнеса. Что касается развития кластера, основной акцент ставится на необходимости сотрудничества между частными предприятиями, СПК и местным правительством (акиматом). Ниже перечисляются пункты, которые отмечают важную роль СПК в развитии кластеров. Для этого мы определим область покрытия и уникальные региональные особенности функционирования, возложенные на СПК.

- Осуществление совместных проектов, которые имеют в своей основе кластер
- Развитие местной экономики вследствие кооперации между государством и частным сектором.
- Развитие экспортных рынков в сотрудничестве с малыми и средними предприятиями, которые обладают достаточной конкурентной силой.

Что касается деятельности СПК, то было отмечено, что она жизненно необходима для сотрудничества и совместной работы между существующим частным сектором и региональной исполнительной властью. В развитии кластера СПК несет ответственность за предоставление информационных услуг и технологий по кластеризации соответствующих организаций, проводит маркетинговые исследования и анализ, а также рассматривает причины стагнации и меры по восстановлению проектов.

Также в том же послании Президента были указаны будущие цели развития сельского хозяйства. Приняв во внимание тот факт, что «Казахстан, обладая огромными земельными ресурсами, является крупным производителем зерновых культур в мире, может со временем стать одним из мировых лидеров по поставкам продуктов животноводства и продуктов питания», в будущем тщательного рассмотрения требует прогресс в развитии технологии переработки зерновых культур, развитие биологических источников энергии, одновременно с ростом объемов производства молочных и мясных продуктов питания, особое значение придается развитию биоэнергетики. Также по смежным отраслям было сказано, что необходимо развивать сельское хозяйство за счет усовершенствования сельскохозяйственных машин и комплекса по выпуску удобрений, а также развития медицинских препаратов и биологических продуктов.

В то же время необходимо помнить, что страна находится в финансовой зависимости от мировых цен на энергоносители, и программа была заявлена в начале 2008 года, еще до начала мировой рецессии.

2) Политика развития кластеров в Северо-Казахстанской области

Итак, для выполнения «Стратегии индустриально-инновационного развития на 2003-2015гг», разработанной центральным правительством, Акимами разных областей были основаны специальные программы. Общий обзор подобной программы в Северо-Казахстанской области выглядит следующим образом. Согласно отчету, выпущенному Северо-Казахстанским департаментом предпринимательства и промышленности за 2003-2006 год была проведена работа по созданию производства биоэтанола, диверсификация машиностроительной промышленности, стимулирование предпринимательской деятельности в энергетике, и если судить по результатам, программа оказалась эффективной.

Предприятию по производству биоэтанола, являющееся символом кластерного подхода в Северо-Казахстанской области, найдет путь выхода из мирового энергетического кризиса и, как ожидается, сможет внести свой вклад в эффективное использование внутренних продуктов, а также решить проблему перепроизводства даже при рекордных объемах производства пшеницы, главного промышленного товара в области. Цены на энергоносители росли, и бизнес успешно развивался во время наибольшего достатка Казахстана, однако с наступлением мировой рецессии, экономическое развитие предприятий замедлилось.

С другой стороны во время пребывания исследовательской группы, власти Северо-Казахстанской области и соответствующие организации постоянно делали упор на развитии предприятий малого и среднего бизнеса, одновременно с увеличением производительности этих предприятий, и продвижении не только крупных проектов, подобно описанному выше, но и более мелких промышленных объектов, где ядром бы служили частные бизнес структуры.

Также в Северо-Казахстанской области осуществляются программы по региональному развитию сельского хозяйства, которые нацелены на улучшения уровня жизни селян с одновременным устойчивым развитием Аграрно-Коммерческого комплекса для увеличения производительности в сельскохозяйственном секторе области. Для получения синергетического эффекта желательно объединить усилия по сельскохозяйственной политике и политике развития кластеров, и для того чтобы это

осуществилось, необходимо сгладить все различия в понимании проблемы и информации между всеми заинтересованными сторонами в этом вопросе.

Также местному правительству при решении вопроса по созданию кластера придется решать вопрос с финансированием. Большая часть региональных бюджетов одинакова по всей стране, и возможно выделенной суммы не хватит для полного воплощения стратегии в условиях разных регионов. В частности региональные финансы сильно урезаны с момента наступления мирового кризиса, и для осуществления государственной поддержки для начальной фазы создания кластера в настоящее время нет средств.

Наименование	Программа индустриально-технической инновации Северо-Казахстанской области в 2007-2010гг.
Юридическая основа	Разработана согласно Указу президента Республики Казахстан №1096 от 17.05.2003г. «Об утверждении Стратегии индустриально-инновационного развития на 2003-2015гг.»
Ведущая организация	Управление предпринимательства и промышленности
Цель	Достижение стабильного развития региона путем диверсификации сферы перерабатывающей промышленности на основе усиления конкурентоспособности производимой продукции
Задачи	Модернизация базового капитала перерабатывающей промышленности; Повышение производительности труда, формирование желаемой атмосферы производства, обеспечение взаимодействия системы государственного развития и представителей менеджмента, преследующих цели создания конкурентоспособной экспортной продукции
Период реализации	2007-2010гг.
Бюджет	Формируется из средств, выделяемых согласно Программе развития Казахстана на реализацию производственных инвестиционных проектов, а также за счет средств бизнес-структур. Вследствие целевого финансирования средства на реализацию программы выделяются Акционерной компанией «Фонд государственного развития «Казына». Сумма средств из республиканского и местного бюджетов, выделяемых на каждый конкретный проект, утверждается в форме соответствующего годового бюджета.
Ожидаемые результаты	В результате реализации Программы инновационно-индустриального развития предполагается достичь нижеуказанных результатов: <ul style="list-style-type: none"> ▪ расширение помощи частным предприятиям путем научно-технических инноваций ▪ освоение рынков сбыта новой продукции ▪ обеспечение устойчивого роста перерабатывающей промышленности на 6-10% в год.

(2) Действующая структура в Северо-Казахстанском регионе

Основная структура, которая должна взять на себя ответственность за внедрение кластерного подхода в Северо-Казахстанской области, состоит из четырех организаций. СПК «Тобол» должна поддерживать развитие частных предприятий с финансовой точки зрения. Технопарк должен обеспечить внедрение новых технологий. Будучи центром частного бизнеса, Торгово-промышленная палата будет способствовать взаимовыгодному сотрудничеству между разными предприятиями, и как считается, это станет основой эффективного корпоративного управления. Казагромаркетинг же станет основой передачи современных сельскохозяйственных технологий. При разработке плана по осуществлению кластера, очень важно создать структуру, где все компоненты будут связаны взаимовыгодными связями.

1) Акционерная компания СПК «Тобол»

Северо-Казахстанская область входит в североказахстанскую группу регионов, которая относится к зоне действия СПК «Тобол» с головным офисом в городе Костанай Костанайской области. МПК «Тобол» кроме Северо-казахстанской области ведет деятельность в Акмолинской области и в Астане. Одна из основных функций СПК – предоставление капитала в форме инвестиций по заявкам частных компаний СПК – акционерная компания, имеющая обязанность поддерживать социальную инфраструктуру за счет средств, полученных за счет процентов и возвратных средств. Основные результаты от деятельности СПК «Тобол» в 2008 году были получены в Костанайской области. Где расположен головной офис компании, отделение в Северо-казахстанской области осуществляло кредитование компаний, которые имеют теплицы и животноводческие комплексы.

Особенно. Предложение было направлено на предприятия, осуществляющие совместную деятельность в форме сельскохозяйственной группы.

С апреля 2010 года, в связи с переходом «Тобола» по управлению областного правительства, есть надежда, что станет возможным вести деятельность «Тобола» в соответствии с районными потребностями.

О системе финансовой поддержки СПК «Тобол» подробнее в главе 3.2.2 Система поддержки Казахстанским государственным фондом.

2) Технопарк

Технопарк был учрежден Постановлением Акима Северо-Казахстанской области № 161 от 20 августа 2000 г., является подведомственным Управлению предпринимательства и промышленности Северо-Казахстанской области.

Эта структура создана по инициативе областного правительства и имеет скрытый потенциал стать базой для промышленного кластера в регионе.

В настоящее время 13 предприятий входят в инкубационное пространство технопарка, но только два предприятия представляют пищевую промышленность – хлебозавод и завод по производству пельменей. Среди других – предприятия по выпуску стройматериалов, швейные, дизайнерские и другие.

Технопарк не только предоставляет производственные помещения предприятиям малого и среднего бизнеса, частным предпринимателям (5,000 м²), но и проводит юридические консультации, оказывает консультативные услуги, помогает в организации торговых переговоров, выставок и т.д.

3) Торгово-промышленная палата

Торгово-промышленная палата Казахстана начала свою деятельность в 1994 году, является частной структурой и имеет представительства во всех областях республики. В Северо-Казахстанское отделение ТПП входят 118 компаний, из них 3 компании специализируются на переработке животноводческой продукции. Источниками финансирования деятельности ТПП являются преимущественно членские взносы, а также поступления за участие в выставках, оказание консалтинговых услуг и т.п.

4) Акционерное общество «Казагромаркетинг»

«Казагромаркетинг» является дочерним предприятием компании «Казагро», 100% капитала которой принадлежит государству. Компания занимается обучением кадров для сельского хозяйства, проводит анализ и составляет базы данных о деятельности предприятий. В последние годы основной деятельностью компании стали обработка

статистических данных цен на сельскохозяйственную продукцию, помощь в ведении бизнеса и финансировании. Кроме того, «Казагромаркетинг» осуществляет микро-кредитование мелких и средних фермерских хозяйств.

4.6.2 Представления о существующем кластере в Северо-Казахстанской области

(1) Био кластер в понимании центрального правительства

Что касается развития кластеров в Северном Казахстане, то первое что приходит на ум, так это проект Биохим с производством биоэтанола в центре кластера. Это крупный проект, построенный в Тайыншинском районе Северо-Казахстанской области, 5 сентября 2006 года Президент дал начало производству на этом заводе. Данный проект является символическим началом будущего зернового кластера, и он привлекает всеобщее внимание внутри страны, являясь национальной гордостью, предприятием, появившимся по инициативе Президента. Зерно, главный продукт Северного Казахстана, используется эффективно, сейчас он является новым источником энергии для Европейских стран и Америки. Использование побочных продуктов при животноводческой и перерабатывающей деятельности также включает в себя сложную бизнес структуру. Схема, нарисованная ниже, отображает понимание такой бизнес структуры, как кластер не только в Северо-Казахстанской области, но и в целом в Казахстане.

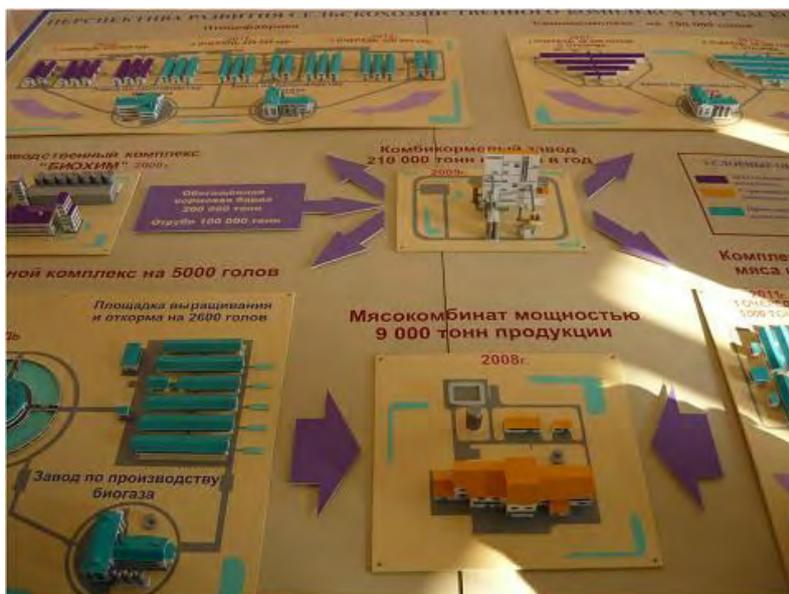


Схема 4-21: Модель кластера, построенного на базе завода по производству биоэтанола.

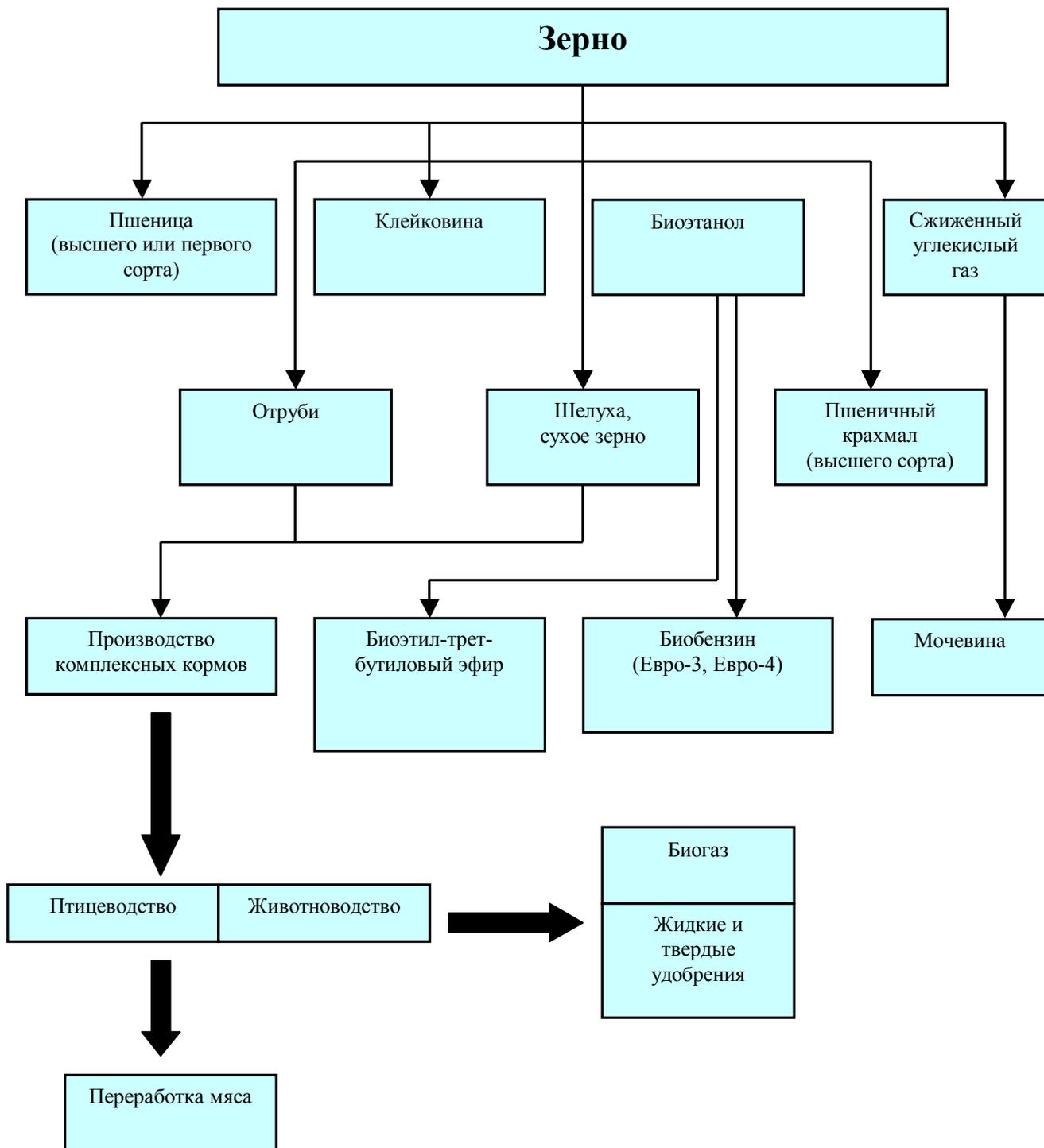


Схема 4-22: Образец кластера на базе завода «Биохим»

(2) Понимание кластера с точки зрения местных предпринимателей.

Представления представителей частного капитала, различных организаций, а также органов управления Северо-Казахстанской области схожи с вышеописанной схемой кластера на базе биоэтанола. В этой схеме в центре находится одна компания, а остальные компании обеспечивают поставки сырья, переработку, распределение и т.д. Ниже представлены две модели, которые были построены в 2009 году в графическом виде, участниками тренинга по данной программе с казахстанской стороны, судя по информации, полученной от других участников, у всех них похожие представления. Поэтому, можно сделать вывод. Что в регионах понимание кластера везде одинаковое

Тем не менее, аналогии проекта биоэтанола будут испытывать нехватку капитала, и, в конечном счете, не будут иметь практической пользы. Подобные структуры будут эффективными только в случае прямого курирования Президентом и достаточных денежных вливаний. На уровне предприятий Северо-казахстанской области существует много трудностей в реализации процесса, включающего в себя всё от финансирования до возврата кредита, в который вовлечены предприятия и фермеры района.

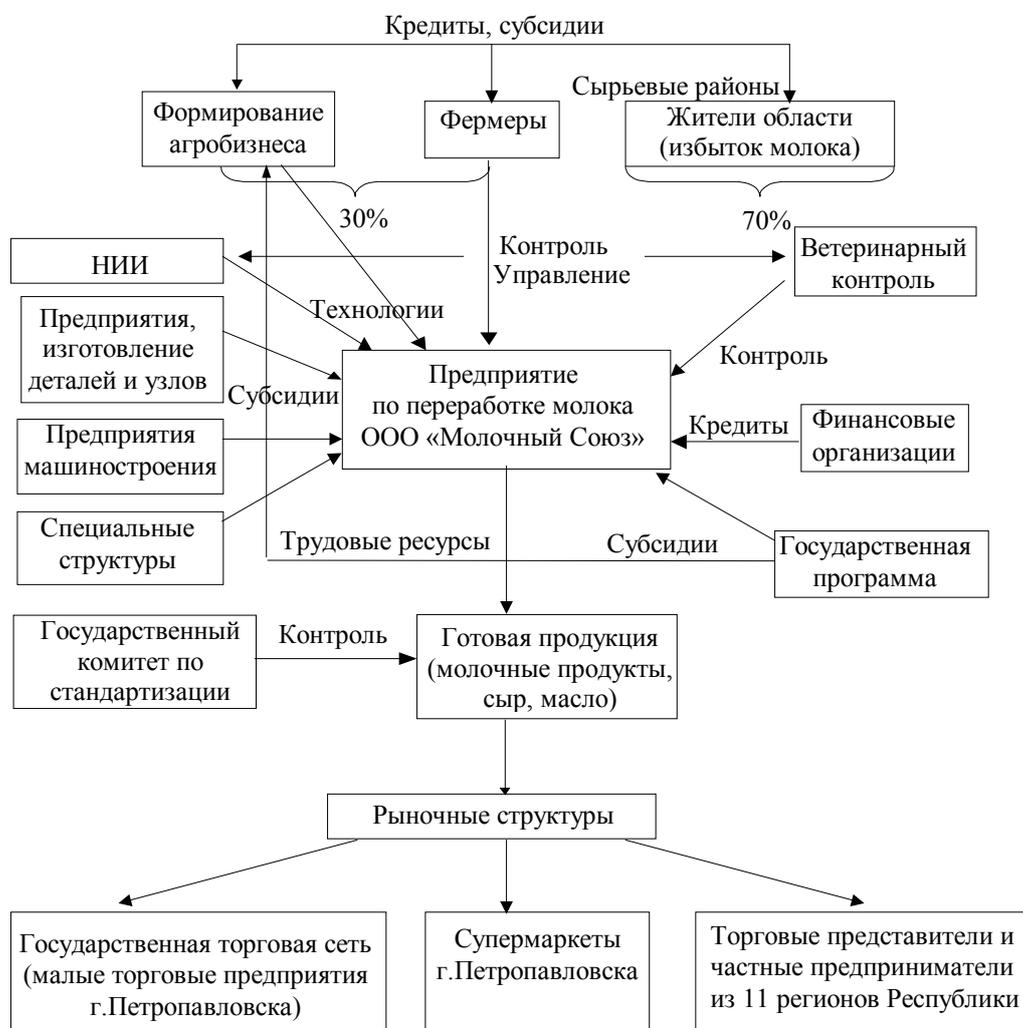
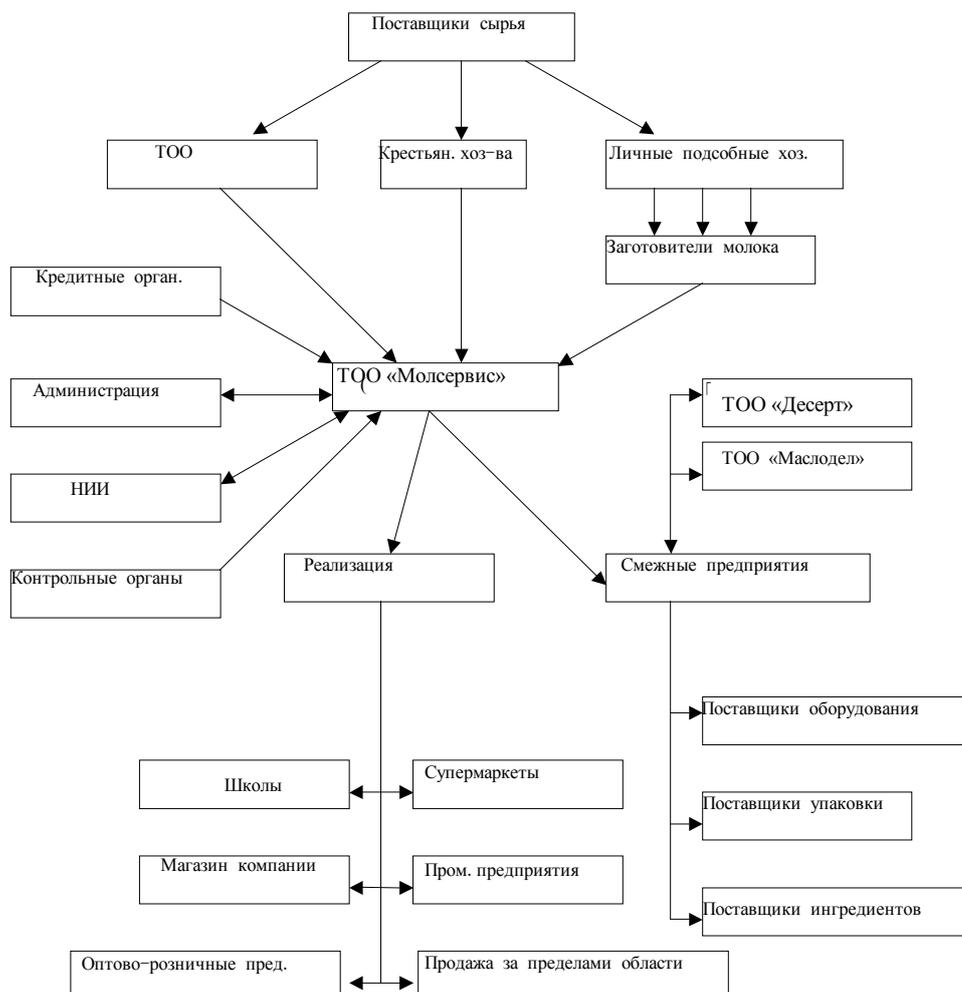


Схема 4-23: Кластер на основе ООО «Молочный союз»



Данные две схемы были построены участниками с казахстанской стороны, которые посещали Японию в сентябре 2009 года.

Схема4-24: Пример кластера на основе предприятия Молсервис

(3) Обобщенное понимание кластера.

В настоящем исследовании группой были проведены объяснения по предлагаемому кластеру. Понимание преимуществ и недостатков было достигнуто со стороны партнеров, которым был предоставлен замысел исследовательской группы во время их предварительной стажировки в Японии.



Схема 4-25: Кластер в понимании исследовательской группы

Таблица 4-23: Сравнение представлений о кластерах

Сравниваемые компоненты	Представление исследовательской группы	Представление казахстанской стороны
Субъект	Группа, центральное положение в которой занимает частный бизнес	Административные органы, крупный бизнес-интегратор
Взаимоотношения	Сотрудничество и конкуренция на равноправной основе	Исполнение решений низовыми структурами по указанию сверху
Получение прибыли	Формирование ценности возможно на каждом этапе	Распределение прибыли по решению вышестоящего органа
Владельцы акций	Все участники кластера, жители региона, вплоть до работников близлежащих предприятий	Ограниченный круг представителей правительства, зарубежных компаний, центральных деловых структур кластера
Преимущества	- незначительное влияние менеджмента отдельной группы компаний кластера - диверсификация структуры производства и синергетический эффект - возможно создание добавочной стоимости на каждом этапе	- возможность создания бизнеса в короткие сроки - простота принятия решения
Недостатки	- длительное время становления бизнеса - необходимой основой является формирование доверительных отношений с регионом	- существенное влияние менеджмента предприятия, являющегося ядром кластера, на всю систему - низкий уровень и неравномерность распределения капитала между производителями - затруднено накопление капитала, развитие технологий и формирование кадров на уровне региона (все составляющие становятся достоянием предприятия – ядра кластера)

Источник: Данные были построены исследовательской группой ЛСА

В частности из-за появления случаев остановки предприятия вследствие нехватки капитала в биоэтанольном кластере, существует риск возникновения подобных проблем уже на стадии развития кластеров, создаваемых по той же схеме. Без внушительного капитала и государственной поддержки существует значительный риск при развитии подобных кластеров.

Вместе с тем, сложно изменить представления простых жителей и представителей бизнеса о кластере, связанные с проектом, построенным при поддержке Президента, и получившим широкую поддержку населения страны.

Что касается исследовательской группы, они не отрицают представлений казахстанской стороны, для эффективного достижения конечной цели необходимо сотрудничество обеих сторон, акцент должен быть сделан на развитии кооперации между разными отраслями промышленности в регионе, для достижения понимания нужна конкретная деятельность в плане проведения совместных работ и обмена мнениями.

Даже контр-партнеры понимают важность региональной кооперации, в тоже время они, признают, что исторически сложившиеся традиции и национальный менталитет являются сильной преградой на пути сотрудничества с внешними партнерами. Данная проблема существенно мешает развитию кластера в Северо-Казахстанской области, и является самым главным препятствием на пути развития всей пищевой промышленности.

Для решения этой проблемы надо (1) осознать, что кооперация является единственно возможным путем выживания для предприятий малого и среднего бизнеса перед лицом надвигающихся иностранных конкурентов; (2) как можно шире освещать подобный опыт ведения бизнеса в других странах, например, Японии; (3) выполнять план действий в сотрудничестве между местными предприятиями и исследовательской группой в организации выставок и попытках создания местных торговых марок.

4.6.3 Задачи по развитию кластеров

На основании японского опыта по созданию в регионах кластеров пищевой промышленности желательны наличие девяти условий, изложенных ниже.

Условия развития кластера в регионе

- ① Отказ от указаний сверху, создание обстановки, в которой приветствуется скорее инициатива снизу, от частного бизнеса.
- ② Обеспечение неразрывной структуры поддержки между департаментом сельского хозяйства и производственным сектором.
- ③ Обновление финансовой системы, отвечающей особенностям производства сырья и системе распределения товаров.
- ④ Создание атмосферы взаимного доверия среди представителей частного предпринимательства в области
- ⑤ Ведение бизнеса на договорной основе
- ⑥ Обеспечение человеческих ресурсов, способных поддержать долгосрочное ведение бизнеса в регионе
- ⑦ Обеспечение всех участников кластера свободным доступом к органам власти и обеспечение контактов с академическими кругами.
- ⑧ Проведение образовательных программ и мероприятий, повышающих мотивацию участников
- ⑨ Создание структуры, связывающей регион с другими странами, для возможности обучения сотрудников за границей.

Рассмотрим изложенные выше условия на примере ситуации в Северо-казахстанской области.

Про обстановку с уважением частных инициатив, описанных в пункте ① можно сказать, что в политике центрального правительства, что видно на примере «дорожной карты бизнеса 2020», осознают важность и понимают необходимость исполнения, но при проведении исследований обнаружилось много примеров того, что предприниматели, которые должны проявлять инициативу, ждут указаний сверху.

По пунктам ②, ③ улучшения не будет, пока не искоренится местничество и принципы вертикального управления в органах государственной власти.

По пункту ④ правительство не является верхушкой пирамиды, мало примеров кооперации в пределах одной отрасли, и сопутствующими отраслями. Необходимо внедрить систему по реформированию взглядов в повседневную жизнь, это не произойдет в короткое время, как это видно по опыту и привычкам при Советском Союзе. При составлении генерального плана и плана действий желательно включить задачу искоренения местничества и содействия формированию доверительных отношений на уровне районов.

Бизнес-модель пункта ⑤ подразумевает, что в ближайшие годы ситуация улучшится потому что увеличится количество предприятий, работающих с иностранными компаниями.

Однако еще много задач по улучшению стоит перед местными предприятиями на фоне расширяющегося бизнеса, отличительными чертами которого являются проведение торговых сделок без заключения договора, недостаток чувства ответственности в плане времени поставки и качества.

Пункт ⑥ подразумевает толкование термина «подготовка кадров» не только в техническом понимании, но и включает в себя задачи по обучению управлению и идеям регионального развития. Проблемой является то, что в настоящее время в институтах и колледжах Северо-казахстанской области изучаются научные и технические дисциплины, но нет такого органа, который бы отвечал за практическую подготовку и передачу управленческих навыков.

Кроме этого в результате исследований не было выявлено необходимых для формирования кластера действий по ⑦ обеспечению консультационными органами, ⑧ организации просветительских мероприятий, ⑨ программам кооперации с организациями внутри страны и за рубежом. И технопарк и «Тобол», которые должны стать ответственными структурами, не доходят до реализации из-за нехватки персонала, бюджета, опыта работы.

В будущем стоят задачи по формированию среды, в которой будет организовано ⑦ обеспечение всех участников кластера свободным доступом к органам власти и обеспечение контактов с академическими кругами, ⑧ проведение образовательных программ и мероприятий, повышающих мотивацию участников, ⑨ создание структуры, связывающей регион с другими странами, для возможности обучения сотрудников за границей. Эти задачи стоят в равной степени перед пищевой переработкой, финансированием, дистрибуцией.

Японский вариант модели кластера.

Вместе с обменом информацией при посещении разных предприятий в ходе первой фазы исследования среди казахстанской стороны возрос интерес к разным примерам удачных кластеров в Японии и других передовых странах. Мы считаем, что для продвижения кластеров подобная информация, содержащая ответы на вопросы «Как в такой ситуации поступает похожая компания?» и «Какую помощь оказывает государство и система образования?» будет полезной в плане поднятия мотивации людей.

Перейдем от вопросов формирования кластера в промышленности Северо-казахстанской области к ознакомлению с примерами.

Первый пример является моделью, основанной на местном спросе. В настоящее время существуют 3 рынка предприятий пищевой промышленности северного Казахстана - область и прилегающие районы, Астана и столичная зона, приграничные к Казахстану области России. Среди них наиболее важен местный рынок с точки зрения увеличения путей продаж, дистрибуции и особенностей продукции.

В Японских кластерах район является как производителем товара, так и его потребителем, с учетом этого разрабатываются качественные продукты, расширяются рынки сбыта. В качестве примера приводится деятельность Норт Плейн Фарм из города Окоппе на Хоккайдо.

В результате исследований стало ясно, что местные продукты северо-казахстанской области пользуются доверием потребителей, используются для питания в столовых школ и детском питании, думается, что этот пример будет принят к сведению. Рассматривая пример деятельности в Северо-Казахстанской области, нужно обратить внимание на схему сотрудничества со сферой услуг, включающую в себя предприятия общественного питания и магазины. Если сотрудничающие предприятия будут замыкаться в себе, то построение доверительных отношений будет проблематичным. /смотри пример①/

Модель кластера, с использование высококачественного местного сырья будет следующим примером.

Общепризнанным в области и в стране является тот факт, что сырьё для молочной и мясной промышленности Северо-казахстанской области является высококачественным. Однако производство и добавление прибавочной стоимости не приводит к улучшению ситуации с занятостью в районе. В приведенном ниже примере Моку Моку Фарм местные фермеры наряду с разработкой торговой марки мяса и продукции с добавочной стоимостью предприняли попытку расширить круг постоянных покупателей через туризм и почтовую торговлю. Это положительно отразилось не только на местной промышленности, но и туризм и занятость, привлекло молодые кадры. В этом примере достигнуто понимание на основании 7 принципов процесса производство сырья, переработки, туризма. Конкретное определение курса деятельности сделает возможным последовательную стратегию деятельности и создание товара с отличительными характеристиками. В Северо-казахстанской области большое значение имеют стратегия и курс центрального правительства, пока отсутствует опыт на местах в самостоятельном определении и выполнении своих стратегий. При рассмотрении этого примера видна необходимость для членов кластера уйти от зависимости от указаний сверху, накапливать опыт занимаясь деятельностью согласно своим инициативам и замыслам /смотри пример②/.

Последний пример представляет собой развитие кластера на основе разработки новой продукции и возможностей. Деревня Умадзи в префектуре Коти стала жизнеспособной благодаря развитию нового продукта с использованием юзу. Только занимаясь продажей юзу невозможно спланировать стабильность экономического района из-за больших колебаний уровня дохода фермеров, который во многом зависит от конъюнктуры. Поэтому была выбрана цель создания продукта переработки для обеспечения доходами на протяжении всего года и увеличения уровня занятости. В начале, существовала проблема расширения продаж для нового продукта, который удалось разработать местному сельскохозяйственному кооперативу. Как способ решения этой проблемы было создание продукта «сок юзу», который привлек к себе внимание внутри Японии. Был создана торговая марка деревни, с привлечением внимания к климату и красоте и организацией продаж с учетом этих факторов. После этого были разработаны еще несколько продуктов и из-за того, что сама деревня

стала торговой маркой, то развивать рынок стало легче.

В Северо-казахстанской области, в основном, присутствуют отрасли, производящие сырьё-зерновые, молоко, мясо, а значит влияние таких факторов, как погода, объем урожая производства, болезни очень велико. Поэтому создание продукта на основе имеющегося сырья будет иметь благотворное влияние на стабильность экономического региона. Однако основной проблемой является наличие в пищевой промышленности Северо-казахстанской области большого количества осей маленьких предприятий, в которых для разработки новых продуктов не хватает кадров и капитала. Смотри пример ③.

Задачи и условия из примеров каждого кластера, подходящие для Северо-казахстанской области.

	Модель	Условия	Задачи
①	Модель на основе Местного спроса	<ul style="list-style-type: none"> ▪ доверие к местному продукту ▪ увеличение потребления на местном рынке 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ обеспечение системы взаимодействия предприятий различных областей
②	Модель с использованием качественного сырья	<ul style="list-style-type: none"> ▪ высокое качества сырья ▪ потребитель понимает привлекательность продукции 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ переход от системы исполнения указов сверху к самостоятельной деятельности
③	Модель с возможностью создания нового товара	<ul style="list-style-type: none"> ▪ большой объем сырья ▪ наличие влияния объема урожая и климата на экономику региона 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ кадры и капитал для создания нового продукта ▪ создание местной торговой марки

Пример кластера (1) Бизнес-модель, ориентированная на на внутренние потребности.

В городе Окоппе с населением около 4,500 человек расположена компания Норт Плейн Фарм. Город Окоппе удален от Саппоро, самого большого города на острове Хоккайдо, на 300 км, и нужно отметить, что это одно из самых труднодоступных мест в Японии. В добавлении к этому территория города на 80% покрыта горными лесами и зарослями и лишь 20% подходят для сельскохозяйственной деятельности, которая не превышает 7,000 гектаров.

Но даже в таких условиях в городе производится и продается молоко, молочные продукты, кондитерские и хлебобулочные изделия, функционируют рестораны, а годовой товарооборот компании Норт Плейн Фарм составляет около 440,000,000 йен, в штате сотрудников которой занято около 65 человек.

Все началось с того, что один из частных фермеров, Хироши Дайкоку, «захотел, чтобы местные жители пили только молоко, произведенное на его ферме». В 1988 году считалось очень сложным получить разрешение на переработку молока, так что ему пришлось заново получать такое разрешение. Бизнес начался с поставки 27 бутылок молока в разные районы города.

В 1991 году он занялся производством сыра и сливочного масла и открыл собственный ресторан, который назвал «Молочный двор». В 1994 году открылся и начал работать мясоперерабатывающий завод. В 1995 он начал поставлять молоко для школьных обедов в Окоппе. С 2001 года началось производство кондитерских и хлебобулочных изделий.

Что касается школьного молока, то раньше его привозили крупные производители из Саппоро, поэтому иногда оно было не очень вкусное. В результате его девиз «пусть дети пьют наше молоко» и страсть помогли убедить местный совет и власти префектуры дать ему разрешение на поставку молока в школы. В настоящее время он поставляет молоко в детские сады, детские социальные центры и начальные школы.

Из местных свежих сливок, сахара, сладкого крахмального сиропа и меда готовится также карамель. Не смотря на то, что цена карамели 777 йен за 10 штук по 5 грамм каждая, производитель завален заказами.

Для приготовления свежего молока используется не только собственное молоко, но и сырьё из близлежащих ферм, таким образом, увеличивается общая экономическая выгода для региона. Чтобы

поддерживать высокий уровень качества, производитель должен быть уверен, что поставщики молока не используют генно-модифицированные компоненты в составе корма для коров. Такое свежее молоко, однако, имеет высокую цену свыше 5 йен за 1 кг.

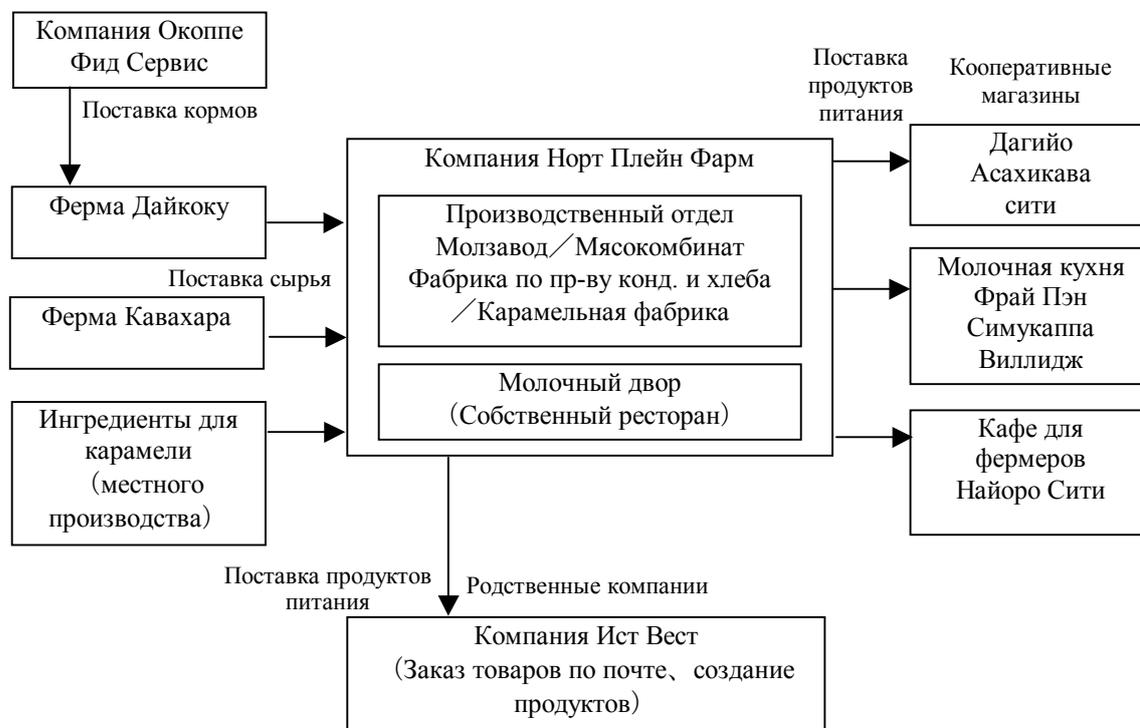
В ответ на увеличившееся число молочных ферм для того, чтобы обеспечить надежные поставки качественного корма была создан фермерский кооператив Окоппе Фид Сервис, который приносит выгоду всей окружающей области.

С подобным типом бизнеса существует одна проблема – распространение товаров. Первоначально продажи совершались через дистрибьюторов и производителей продуктов питания, которые производили «такие же товары», однако в 1993 году эта практика была прекращена. Размышляя над всем выше упомянутым, целью было принято развитие ресторанного бизнеса, использующего многообразие местных продуктов и увеличивающего уровень качества, что в свою очередь ведет к росту продаж. У компании Норт Плейн Фарм было преимущество, так как она могла собственными силами регулировать спрос и предложение.

Для торговых целей используется система «кооперативных магазинов». «Кооперативные магазины» полностью разделяют дух и стратегию компании Норт Плейн Фарм. Продукты питания поставляются в рестораны и т.д., однако магазины не связаны денежными обязательствами, и у каждого из них своя независимая бухгалтерия.

Благодаря такой системе, 30 % всех продуктов питания, произведенных Норт Плейн Фарм, продаются за пределами Хоккайдо.

Компания Норт Плейн Фарм не ставит своей целью увеличить территорию своих ферм или поголовья скота, она занимается улучшением методов управления. Постепенно ограничивая ассортимент с одновременным увеличением количества, компания улучшила свое управление через диверсификацию производства, распространяя свою деятельность на смежные отрасли, такие как рестораны, торговля и переработка. Таким образом, результатом деятельности стало появление компании, создавшей большое количество рабочих мест в регионе, страдающем от уменьшения населения.



Пример кластера компании Норт Преин Фарм

Пример кластера (2) «Модель мясоперерабатывающего предприятия с высококачественными ингредиентами»

В 1987 года в городе Аяма в префектуре Мие начала свою деятельность Сельскохозяйственная кооперативная корпорация Иганосато Моку Моку Хэн Мейд Фарм (далее просто Моку Моку Фарм), производившая ветчину из мяса местных свиней. Уставный капитал создали 19 местных фермеров, разводивших свиней.

Во время создания компании, она испытывала сильное давление со стороны крупных национальных производителей ветчины, но она смогла наладить собственные пути сбыта, организовав членский клуб (Клуб Природы) для того, чтобы сотрудничать со своими партнерами, в результате число покупателей, привлеченных натуральными продуктами, неуклонно росло.

В 1995 году компания получила поддержку федерального, префектурного и местного правительств, в результате чего был открыт сельскохозяйственный парк известный, как «Моку Моку Хэнд Мэйд Фарм» (Ферма, где все сделано руками), который воплотил в себе интеграцию сельскохозяйственного производства и разных видов деятельности в сельскохозяйственной области. В настоящее время на территории парка расположены 8 зданий, где производится ветчина, колбасы, местное пиво, соевое тофу, молоко джерсийских коров, хлеб, японские сладости, и западные конфеты, а также кабинеты обучения, где в ручную делают колбасу и хлеб, развлекательная ферма, природный источник, жилые строения, ресторан/кафе и сельскохозяйственный рынок, а общее количество посетителей достигает 340,000 человек в год.

Все сырье, используемое в производственных подразделениях Моку Моку Фарм, производится в этой же местности. У компании Моку Моку есть собственная земля площадью 100 гектар, занятая под полями, садами и пастбищами, в своем производстве она использует только «безопасные» продукты с окружающих ее свиноферм, а также 100 фермерских хозяйств, работающих по контракту, и осуществляет полный процесс от производства, переработки до продажи готовой продукции во всем регионе.

В 2006 году торговый оборот компании составил 1.5 миллиарда йен, ресторан принес ей 1 миллиард йен, а продажи по почтовому заказу и универмаги принесли еще 1.5 миллиарда, в целом за год компания получила 3.5 миллиарда йен.

По словам президента компании «убеждение во взаимном сотрудничестве, как вклад каждого члена, позволил создать идеальную деревню фермеров», какой стала компания Моку Моку Фарм, в основе которой лежат семь принципов.

7 принципов Моку Моку звучат:

1. Моку Моку ведет свой бизнес, связывая деятельность в регионе с развитием сельского хозяйства.
2. Моку Моку несет ответственность за защиту окружающей среды и культуры сельскохозяйственной общины.
3. Для того чтобы защищать окружающую среду, Моку Моку активно занимается экологическими проблемами.
4. Моку Моку осуществляет производство товаров, ориентируясь, прежде всего на вкусы и желания потребителя.
5. Моку Моку изучает, что потребитель «Знает» и о чем он «Думает», и старается вести свой бизнес с симпатией и вдохновением.
6. Моку Моку заботится о чистоте помыслов и старается создать атмосферу, где положительные эмоции и улыбки никогда не исчезают.
7. Моку Моку придает высший приоритет душевному сотрудничеству, ведя бизнес, основываясь на правилах равноправия.



Пример кластера. (3) Реальный пример использования силы нового продукта в развитии бизнеса

Умадзи – маленькая деревня с населением около 1,200 человек. 96% земель деревни покрыта горными лесами, так что лесное хозяйство было основным видом деятельности. Однако, когда цены на древесину попали в застой, лесная промышленность постепенно пришла в упадок. В такой ситуации, юзу²⁷ являлся единственным сельскохозяйственным продуктом, который мог приносить устойчивый доход, и, начиная с 1960 годов, началась полномасштабная культивация этого фрукта.

Сначала юзу продавался просто как плод, однако со временем количество фермеров увеличилось, стало сложнее поддерживать качество урожая. В результате видимое качество юзу снизилось, цены на фрукт упали, а фермерские кооперативы, ответственные за продажу получили крупные долги.

Для того чтобы найти выход из создавшейся ситуации, Сельскохозяйственный кооператив решил вместо того, чтобы продавать фрукт целиком, организовать производство продуктов из него и торговать уже ими. В 1979 появился «Юзу Цукудани» (юзу, вываренный в соевом соусе и рисовом вине), а в 1986 - «Соевый Соус Понзу».

В 1987 цены на юзу катастрофически снизились из-за перепроизводства. Сельскохозяйственный кооператив в ответ на это дабы поддержать устойчивое существование фермеров задумалось о создании нового продукта, и в результате появился безалкогольный напиток, названный «Гоккун Умадзи виллидж» (Сок юзу с медом). В настоящее время этот сок продается по всей стране, у него хороший вкус и привлекающий внимание простой дизайн упаковки, и он стал настоящим хитом продаж.

Этому успеху предшествовала уверенность в том, что «Обычный товар из захолустной деревни не будет продаваться. Никто не поедет в никому не известную деревню. Сначала деревня должна стать знаменитой.» Так концепция «продажи всей деревни Умадзи целиком» стала торговой стратегией. Разработка дизайна товара была поручена сторонней компании, был создан имидж «Сельской глубинки», на передний план были выделены местные достопримечательности с фотографиями детей и пожилых людей на торговой марке и рекламных щитах.

В результате, эта маленькая деревня, бывшая поселением лесорубов, стала известной на всю Японию с годовой выручкой от продажи юзу, превышающей 3 миллиарда йен. Свыше 80 человек трудятся на перерабатывающем предприятии Сельскохозяйственного кооператива и 170 фермеров в деревни занято производство самого фрукта. Ежегодно деревню посещают 60,000 туристов, а продукты, сделанные из юзу, возродили всю деревню.

В 1999 году Совет Умадзи, Сельскохозяйственный Кооператив Умадзи, Кооператив Лесорубов Умадзи, Эко Ерт Умадзи Виллидж (завод по производству древесины), торгово-промышленная палата

и туристическая Ассоциация основали объединенный комитет. Для возрождения региона каждая из организаций внесла свой вклад в создание системы, в которой туристы могут принять участие в любом виде хозяйственной деятельности. Таким образом, совместными усилиями была реализована концепция совместного развития и торговли новыми товарами.

В Сельскохозяйственном Кооперативе продолжается разработка новых продуктов. Несъедобные части юзу теперь не выбрасываются, а используются при создании таких товаров как «Косметика Юзу» и «Шампунь Юзу».



Сладости



Питьевая вода



Специи



Косметика из юзу и
т.д.

5. Разработка стратегии повышения конкурентоспособности

5.1. Разработка стратегического подхода повышения конкурентоспособности

5.1.1 Обзор современного состояния пищевой промышленности Северо-Казахстанской области с использованием разных методов анализа

В общем случае существует 3 типа стратегических подходов повышения конкурентоспособности :

Стратегический подход	Характерные черты	Основные методы
Параллельный анализ	Охват всех элементов на основе их анализа и выявления соотношений	① PEST-анализ макроусловий ② 5 основных факторов конкурентоспособности ③ VRIO-анализ
Временной анализ	Анализ изменения элементов во времени	④ Анализ стоимостной цепочки
Двухмерный анализ	Анализ позиционирования путем двухмерной матрицы	⑤ SWOT-анализ ⑥ Позиционирование особенностей товаров

Далее вкратце изложены примеры применения вышеуказанных 6 методов стратегического подхода повышения конкурентоспособности при рассмотрении современного состояния и проблем пищевой промышленности Северо-Казахстанской области.

(1) PEST- анализ макроусловий

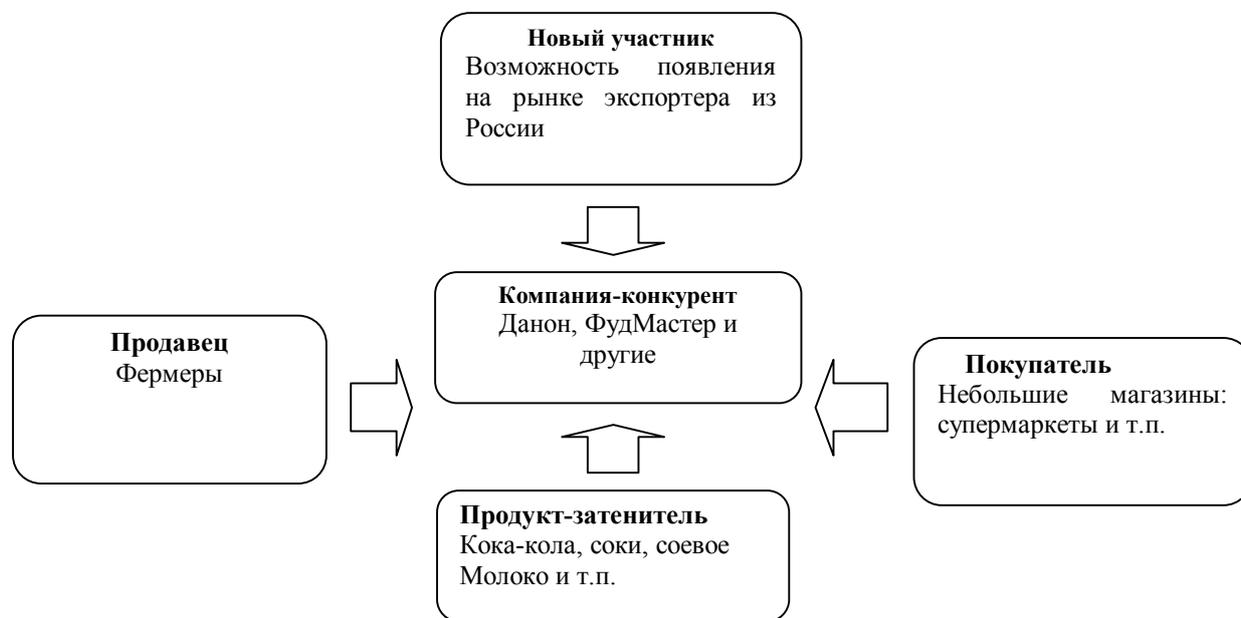
PEST-анализ – это анализ макроусловий, окружающих бизнес, 4 составляющие – это политические (Political) , экономические (Economic) , социальные (Sociological) и технологические (Technological) условия.

Условия	Общие черты
Политические	Свободная торговая зона с Россией и Беларусией, «Дорожная карта бизнеса 2020»
Экономические	Расширение отечественного рынка, трудности банковского и другого финансирования
Социальные	Интенсивный выход крупных супермаркетов на внутренний рынок
Технологические	Усиление контроля за безопасностью пищевой продукции в связи с ростом импорта и экспорта

Учитывая, что на пищевую промышленность могут сильно повлиять некоторые факторы, в частности, заявления Президента о развитии малого и среднего бизнеса, экспортных производств, которые нашли отражение в «Дорожной карте 2020»; влияние на торговлю молочной и мясной продукцией функционирования свободной торговой зоны с Россией и Беларусией, необходимо разработать и предпринять меры, предусматривающие разные сценарии развития событий.

(2) 5 факторов конкурентоспособности

5 факторов конкурентоспособности (5F) – это анализ структуры бизнес-кругов, связанных с данным предприятием, исходя из 5 элементов (5 Force) : компания-конкурент, новый участник, продукт-заменитель, продавец и покупатель.



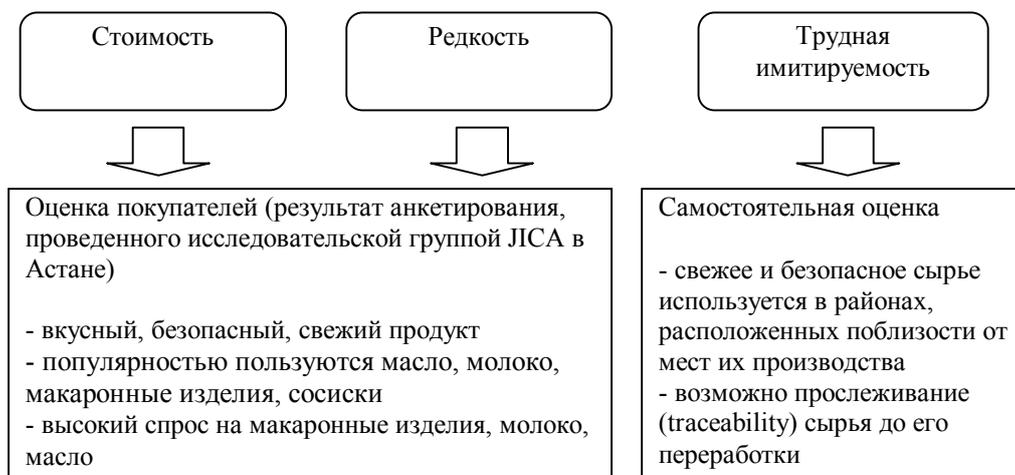
Источник: Материалы исследовательской группы ИСА

Схема5-1: факторов конкурентоспособности молочной продукции

На схеме представлены «5 факторов конкурентоспособности» молочной продукции Северо-Казахстанской области. При этом остается актуальным учет иностранных конкурентов, конкурентов из других областей республики; продажи на рынке молока самими фермерами; продажи РВ продукции крупными супермаркетами; конкуренции с другими напитками помимо молока и других факторов.

(3) VRIO-анализ

(3) VRIO-анализ – это анализ, который лучше всего позволяет выявить конкурентное преимущество внутренних ресурсов менеджмента предприятия. Для того, чтобы конкурентное преимущество отдельных ресурсов сохранялось, необходимо наличие всех 4 факторов, таких как: стоимость (Value), редкость (Rareness), трудная имитируемость (Inimitability) и организация (Organization).



Источник: Материалы исследовательской группы ЛСА

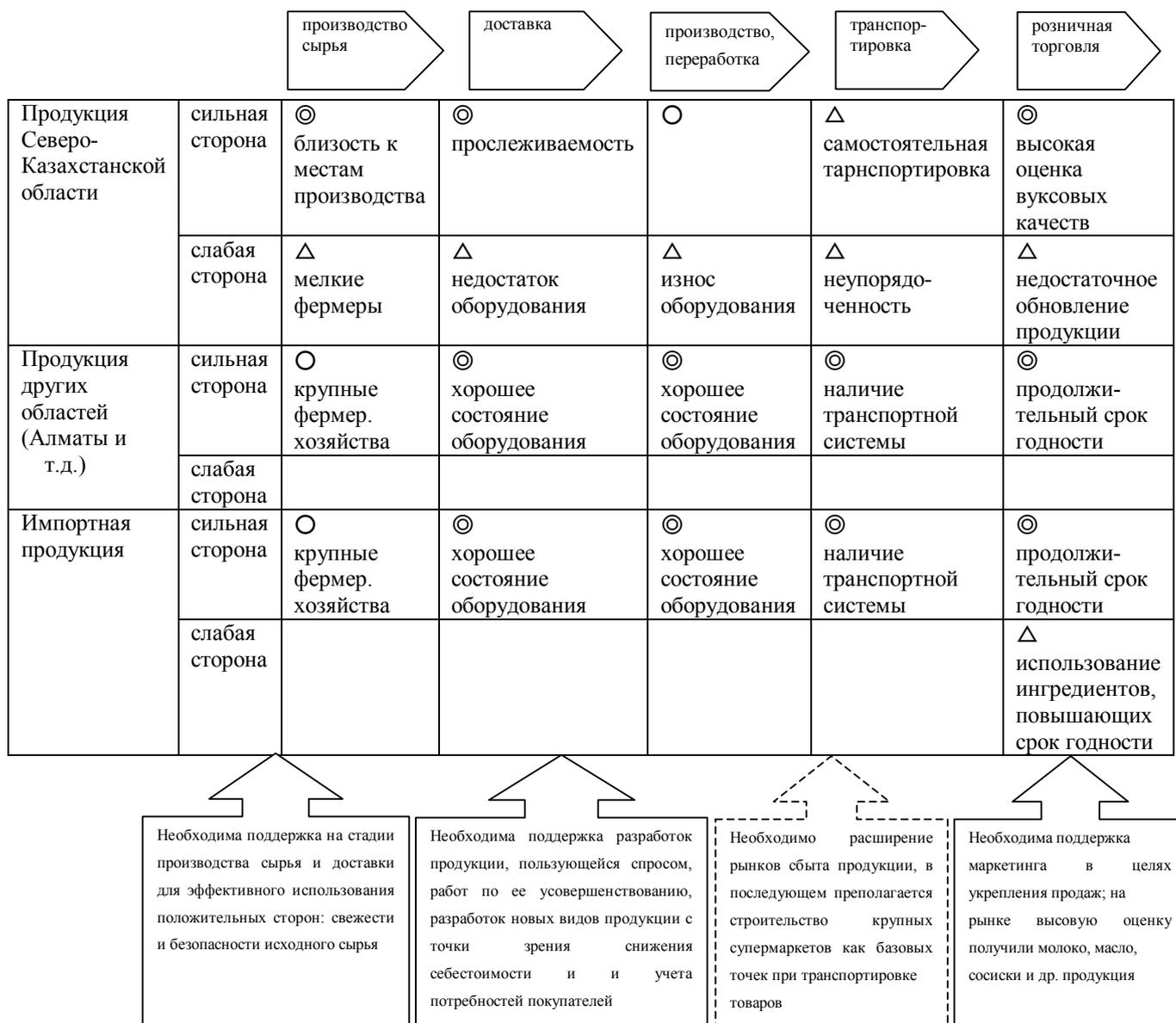
Схема 5-2: VRIO-анализ пищевой продукции Северо-Казахстанской области

По результатам анкетирования, проведенного исследовательской группой ЛСА в Астане, сделан вывод о высокой оценке вкусовых качеств, свежести и безопасности молочной и мясной продукции Северо-Казахстанской области. С другой стороны, были низко оценены цены и дизайн упаковки товаров. Необходимо разработать стратегию эффективного использования конкурентных преимуществ последних 2 факторов.

(4) Анализ стоимостной цепочки

Стоимостная цепочка включает в себя все стадии от производства и поставки сырья до производства готовых продуктов, включая транспортировку, продажу и потребление. Строение стоимостной цепочки представляет собой концептуальную структуру, позволяющую проанализировать роль и функцию деятельности на каждой стадии конкретного процесса, а также позволяет определить источники дохода и проблемные места в составлении стоимости.

Самым важным моментом анализа стоимостной цепочки является определение с точки зрения покупателя звена, в котором происходит наиболее высокий рост добавленной стоимости, укрепление этого звена, затем либо исключение неэффективных звеньев, либо формирование новой цепочки с более низкими затратами путем аутсорсинга.



(5) SWOT-анализ

SWOT-анализ основан на анализе внешних и внутренних факторов, имеет 4 составляющие: собственные сильные (Strength) и слабые (Weakness) стороны компании, внешние возможности (Opportunity) и угроза (Threat).

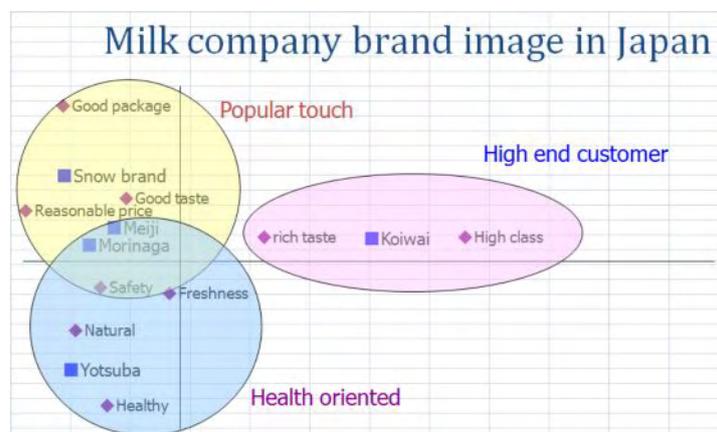
Таблица 5-1: Проведение SWOT-анализа в целях повышения конкурентоспособности пищевой промышленности

	Возможности (O) Тенденция роста потребностей отечественного рынка Возможность экспорта на перспективные зарубежные рынки	Угроза (T) Наличие импортных товаров, конкуренция с продукцией других областей Выход на внутренний рынок крупных супермаркетов
Сильные стороны (S) Сильные позиции на местном рынке Основной производитель на внутреннем рынке	<u>Воспользоваться шансом, используя сильные стороны</u> <ul style="list-style-type: none"> • расширение рынков путем разработки брэндов • разработка оригинальной продукции, пользующейся повышенным спросом 	<u>Уклониться от угроз или превратить их в новые возможности, используя сильные стороны</u> <ul style="list-style-type: none"> • разработка продукции с низкой себестоимостью (н-р, свежего сыра и т.п.) • разработка стратегии менеджмента по отношению к крупным супермаркетам
Слабые стороны (W) Невысокое качество продукции и санитарно-гигиенические условия производства Недостаток сырья в зимний период	<u>Не упустить шанса из-за наличия слабых сторон</u> <ul style="list-style-type: none"> • руководство процессом повышения качества молочной продукции мелких фермеров • регулирование количества сырого молока в зависимости от вкуса населения 	<u>Не допустить худшего состояния в результате наложения слабых сторон и внешних угроз</u> <ul style="list-style-type: none"> • внедрение новых упаковочных технологий и дизайна • улучшение качества продукции, поддержка разработок новых видов продукции

(6) Позиционирование оригинальности продукции

Позиционирование оригинальности продукции – это анализ позиции продукции, выпускаемой данной компанией, преследующий цель определения ее конкурентоспособности с продукцией других фирм, выявление наличия конкурентной продукции внутри данной компании, а также осуществление разработок новых видов продукции.

На рисунке ниже схематично изображено определение брэнда молочной продукции в Японии. Перенеся его в условия рынка Северо-Казахстанской области, можно заметить, что продукция крупных производителей зарубежья и других областей ориентирована на самый широкий круг покупателей, а в супермаркетах представлены по довольно низким ценам качественно упакованные товары. Производители из дальнего зарубежья завладели рынком высококачественной продукции, например, дорогих сортов сыра.



Источник: Исследовательский Институт брэндовой политики Японии, частичная коррекция исследовательской группы ЛСА

Схема 5-3: Образ брэнда в Японии

Продукция северо-казахстанских производителей ориентирована на удовлетворение потребностей самых широких слоев населения региона, реализуя стратегию здорового образа жизни, поддерживается образ натуральных и свежих продуктов питания, что позволило выйти на рынок в масштабах всей страны. Задачей на ближайшее будущее является выбор способа дальнейшей популяризации этого образа среди потребителей продукции.

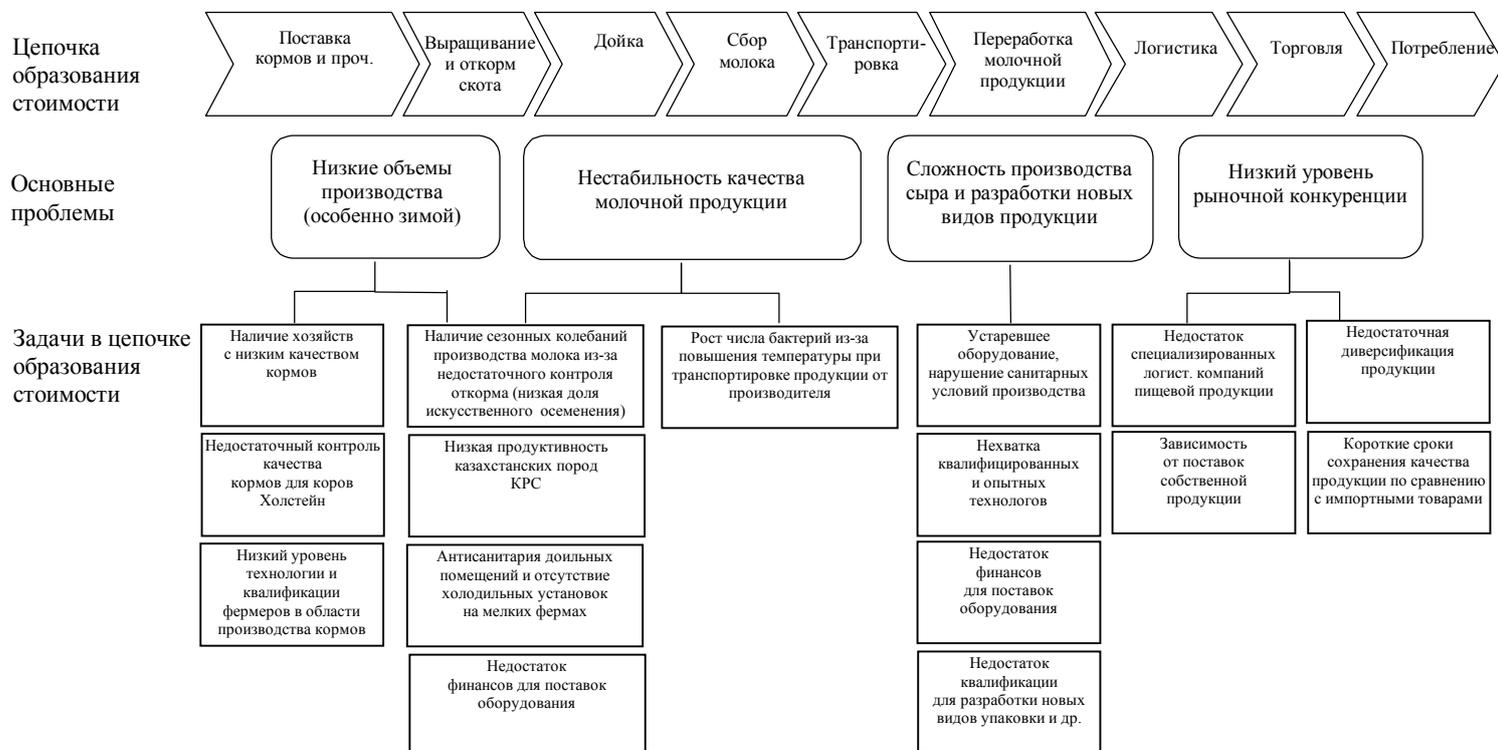
5.1.2 Систематизация проблем путем анализа стоимостной цепочки

В ходе проведенных исследований были изучены возможные стратегии повышения конкурентоспособности двух подсекторов пищевой промышленности Северо-Казахстанской области – молочного и мясoperерабатывающего. Согласно цели исследований существует необходимость анализа всей временной цепочки, начиная от поставки сырья, производства, распределения и вплоть до экспорта готовой продукции. Кроме того, необходимо выяснить требования по видам и качеству продукции, которые обеспечивали бы конкурентоспособность местной пищевой промышленности и преодоление возможных препятствий ее роста. Также необходима разработка эффективной стратегии развития кластеров и схем ее реализации.

Таким образом, сначала в данном докладе методом стоимостной цепочки производится оценка источников стоимости и «узких мест» на каждом этапе, начиная с сырья и кончая готовой продукцией. Затем с помощью SWOT-анализа проводится оценка внутренних факторов (сильные и слабые стороны региона) и внешних факторов (возможности и опасности), и рассматриваются варианты кратко-, средне- и долгосрочной стратегий.

(1) Молочная продукция

Следующая схема отображает ключевые моменты на каждой стадии стоимостной цепочки молочных продуктов.



Источник: Материалы исследовательской группы ЛСА

Схема 5-4: Анализ цепочки образования стоимости молочной продукции: систематизация проблем и проект стратегии

В стоимостной цепочке молочных продуктов необходимо выделить четыре важных момента: низкие объемы производства молока, особенно зимой; нестабильность качества сырого молока; сложности с производством сыра и разработкой новых продуктов; недостаток конкурентоспособных товаров на рынке.

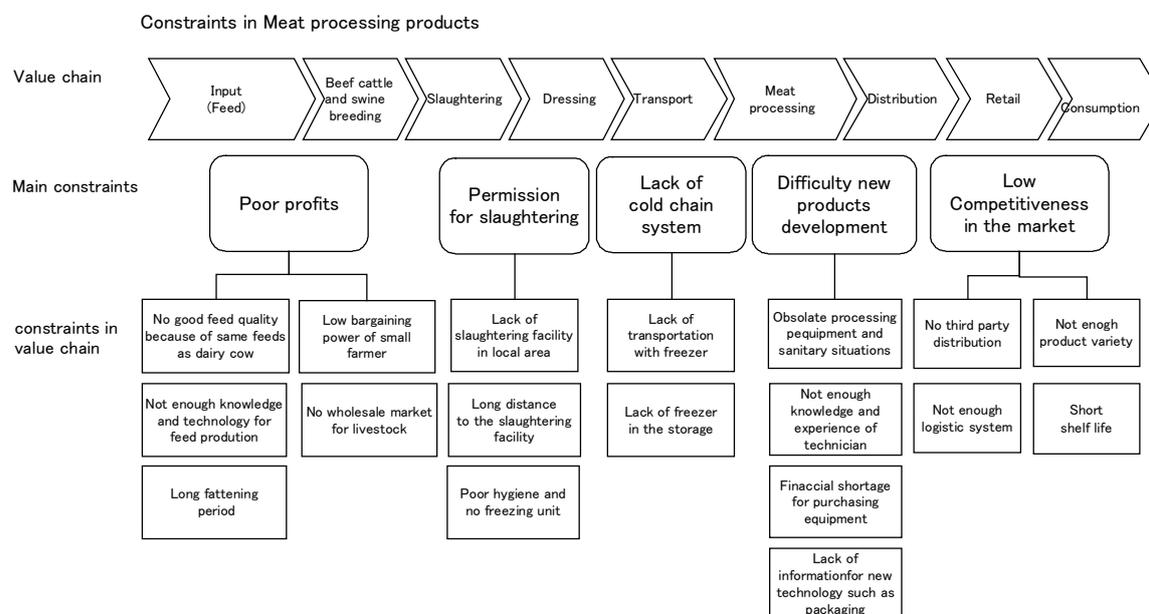
Таблица 5-2: Проект мероприятий и анализ факторов стоимостной цепочки продукции молочной промышленности

Основные проблемы	Анализ факторов	Базовые причины	Предлагаемые меры
Недостаток сырого молока (особенно зимой)	<ul style="list-style-type: none"> - низкое качество кормов у некоторых фермеров (низкая усваиваемость кормов на базе отходов осенней уборки зерновых) - наличие хозяйств, с неудовлетворительным кормообеспечением коров голштинской породы, введенных для повышения производства молока. - недостаток у фермеров знаний и технологической базы в сфере производства кормов 	<ul style="list-style-type: none"> -различия в уровне знаний и технологий отдельных фермеров -не достаточно отлажено распространение сельскохозяйственных технологий 	Технологическое руководство мелкими фермерскими хозяйствами
Нестабильное качество сырого молока	<ul style="list-style-type: none"> - большое количество доильных помещений с низким санитарным уровнем - игнорирование мер по защите от высокой температуры в летний период во многих местах (охлаждающие установки и т.д.) - рост количества бактерий в процессе перевозки молока от фермеров вследствие повышения температуры 	<ul style="list-style-type: none"> -различия в уровне знаний и технологий отдельных фермеров - недостаточный санитарный контроль на фермах и при перевозке молока 	Технологическое руководство мелкими фермерскими хозяйствами Помощь в создании новых центров по сбору сырого молока
Трудности разработки новых видов продукции, например, сыров	<ul style="list-style-type: none"> - при нынешнем уровне технологии затруднительно организовать производство продукции, требующей времени и средств, например, сыров - используются устаревшие органические вещества, трудно найти средства для их обновления - недостаток опытных кадров технологов и информации в области разработки новой продукции, совершенствования качества, санитарного контроля 	<ul style="list-style-type: none"> - недостаток информации о новых технологиях, оборудовании и продукции - непонимание системы финансирования и др. - нехватка центров образования технологов пищевой промышленности 	Создание системы обеспечения информацией о новых технологиях и оборудовании Создание системы финансовой и технологической помощи в сфере разработки новой продукции и совершенствования качества
Низкая конкурентоспособность на рынке	<ul style="list-style-type: none"> - невелико разнообразие продукции по сравнению с импортной, в частности, с российской продукцией - сроки хранения продукции короче, чем у импортных изделий - сложность расширения рынка реализации продукции из-за отсутствия специализированных транспортных компаний и решения проблем доставки собственными силами 	<ul style="list-style-type: none"> - рост разнообразия продукции затруднен длительными сроками разработки новых видов товаров и их сертификации - высокая стоимость внедрения упаковочных технологий для увеличения сроков хранения продукции - отсутствие местных специализированных компаний по доставке продукции 	Поддержка разработки новых технологий, включая упаковочные Поддержка разработки маркетинговых стратегий, например, по созданию брэндов Поддержка развития связей с транспортными компаниями

Источник: Материалы исследовательской группы ЛСА

(2) Продукция мясоперерабатывающей промышленности

Приведенная ниже диаграмма представляет собой результат систематизации проблем каждого этапа стоимостной цепочки продукции мясоперерабатывающей промышленности.



Источник: Материалы исследовательской группы JICA

Схема 5-5: Анализ проблем стоимостной цепочки мясной продукции

Среди основных проблем стоимостной цепочки мясной продукции можно выделить следующие пять: фермеры не получают прибыли, для убойных производств требуется сертификация, недостаточная оснащенность холодильно-морозильным оборудованием, разработка новых видов продукции затруднена, низкая конкурентоспособность. Ниже мы проведем анализ причин и предложим проект плана мероприятий для решения этих проблем.

Таблица 5-3: Проект мероприятий и анализ факторов стоимостной цепочки продукции мясной промышленности

Основные проблемы	Анализ факторов	Базовые причины	Предлагаемые меры
Фермеры не получают прибыли	<ul style="list-style-type: none"> - долгий срок выращивания свиней (9 мес) - недостаток знаний у фермеров по производству кормов - недостаток у фермеров опыта ведения переговоров при сдаче продукции по контрактам перерабатывающим компаниям - отсутствие общественного рынка продукции обуславливает отсутствие справедливого ценообразования 	<ul style="list-style-type: none"> - различия в уровне знаний и технологий отдельных фермеров - фермеры не в состоянии вести переговоры по определению цен с перерабатывающими компаниями - не достаточно отлажено распространение сельскохозяйственных технологий 	<ul style="list-style-type: none"> Технологическое руководство мелкими фермерскими хозяйствами Формирование общественного рынка продукции животноводства
Необходимость получения сертификатов для забоя скота	<ul style="list-style-type: none"> - в некоторых регионах нет сертифицированных убойных предприятий - нет убойных предприятий вблизи некоторых мелких хозяйств - низкий санитарный уровень и отсутствие холодильного оборудования на некоторых убойных предприятиях 	<ul style="list-style-type: none"> - недостаточная оснащенность убойных предприятий 	<ul style="list-style-type: none"> Ориентирование системы убойных предприятий на сотрудничество с мелкими хозяйствами Совместное создание убойных предприятий и общественных рынков
Нехватка холодильного оборудования	<ul style="list-style-type: none"> - недостаток авторефрижераторов - на предприятиях имеются холодильные установки, но отсутствуют морозильники. 	<ul style="list-style-type: none"> - недостаток финансирования поставок морозильного оборудования 	<ul style="list-style-type: none"> Создание системы финансирования для введения цепочки морозильно-холодильного оборудования
Трудности при разработке новых видов продукции	<ul style="list-style-type: none"> - старение оборудования предприятий, недостаточный санитарный контроль - недостаток кадров технологии пищевой промышленности для разработки новой продукции, совершенствования качества и санитарного контроля - нехватка информации о новых технологиях, например, упаковочных - недостаточное финансирование поставок оборудования 	<ul style="list-style-type: none"> - недостаток информации по совершенствованию качества и внедрению новых технологий - сложность продвижения диверсификации производства из-за больших затрат времени на разработку новой продукции и ее сертификацию 	<ul style="list-style-type: none"> Предоставление информации об оборудовании и технологиях, необходимых для создания упаковочного сырья и разработки дизайна
Низкая конкурентоспособность на рынке	<ul style="list-style-type: none"> - низкий уровень разнообразия продукции по сравнению импортными товарами из России и других стран - Более короткий срок хранения продукции по сравнению с импортной - сложность расширения рынка реализации продукции из-за отсутствия специализированных транспортных компаний и решения проблем доставки собственными силами 	<ul style="list-style-type: none"> - недостаток маркетинговой стратегии, в частности, нехватка информации о рынке - высокая стоимость внедрения упаковочных технологий для увеличения сроков хранения продукции - отсутствие местных специализированных компаний по доставке продукции 	<ul style="list-style-type: none"> Поддержка разработки новых технологий, включая упаковочные Поддержка разработки маркетинговых стратегий, например, по созданию брэндов Поддержка развития связей с транспортными компаниями

Источник: Материалы исследовательской группы ЛСА

5.2 Разработка стратегии развития пищевой промышленности для усиления ее конкурентоспособности

Мы провели SWOT-анализ, основывающийся на анализе стоимостной цепочки. Анализируя «Благоприятные возможности» и «Потенциальные опасности», являющиеся внешними факторами, которые влияют на мясную и молочную промышленность, а также «Сильные» и «Слабые стороны», являющиеся внутренними факторами, мы разработали стратегию, позволяющую усилить конкурентоспособность каждой категории продуктов питания в Северо-Казахстанской области.

5.2.1 SWOT-анализ молочных и мясных продуктов

(1) SWOT-анализ молочных продуктов

Северо-Казахстанская область является одним из ведущих производителей сливочного масла и сыра в стране, объемы производства растут каждый год, а молочная промышленность приобретает большое политическое значение. Тем не менее, объемы производства сильно варьируются в зависимости от времени года, а его качество не стабильно. Сыры в основном импортируются, а местные продукты находятся в серьезной конкуренции с товарами, завозимыми из других областей и из-за границы. Начало функционирования зоны свободной торговли, как следствие Таможенного союза с Россией и Беларусью с января 2010 года, имеет как положительные, так и отрицательные стороны для Северо-Казахстанской области.

		Внешние причины (окружение)		
		Возможности	Риски	
SWOT-анализ молочной продукции		<ul style="list-style-type: none"> • Рост внутреннего рынка страны • Наличие потенциальных зарубежных рынков (Россия, Китай, Цент.Азия и др.) • Либерализация торговли путем создания зон свободной торговли 	<ul style="list-style-type: none"> • Низкая конкурентоспособность товаров • Сложность получения банковских кредитов • Сильная зависимость от импорта • Выход на рынок крупных супермаркетов • Либерализация торговли путем создания зон свободной торговли 	
Внутренние причины	Достоинства	<ul style="list-style-type: none"> • Ежегодный рост объемов производства • Важность как стратегии • Главенство местных рынков • Один из основных производственных регионов страны (масло – 1-е место, сыры – 2-е) 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Реализация шансов за счет достоинств</div> <ul style="list-style-type: none"> • Продукция известна на рынках Астаны, бренды позволяют расширить рынок сбыта (в будущем вплоть до импорта) • Разработка торговой стратегии оригинальных товаров таких, как сметана высокой жирности • Расширение рынка школьного питания 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Преодоление рисков и превращение их в шансы путем реализации достоинств</div> <ul style="list-style-type: none"> • Разработка дешевых сортов сыра, не уступающего импортному • Диверсификация продукции путем разработки ее новых видов • Разработка стратегий выхода на супермаркеты основных городов • Расширение рынка корпоративных клиентов (мороженое и проч.)
	Недостатки	<ul style="list-style-type: none"> • Проблемы контроля качества и санитарии • Нехватка систем охлаждения • Сезонные колебания объемов производства (особенно зимой) • Изношенность и устарелость оборудования • Нехватка кадров в пищевой промышленности 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Компенсация влияния недостатков при реализации шансов</div> <ul style="list-style-type: none"> • Внедрение породы Холстейн для роста производства молока зимой • Улучшение качества продукции путем оказания техпомощи мелким хозяйствам • Подготовка кадров для пищевой промышленности (санитария, управление качеством продукции) 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Преодоление негативного влияния комбинации недостатков и рисков</div> <ul style="list-style-type: none"> • Внедрение новых технологий упаковки и дизайна • Разработка новых видов продукции с увеличенным сроком хранения

Источник: Материалы исследовательской группы ЛСА

(2) SWOT-анализ мясной продукции

Северо-Казахстанская область располагает наиболее плодородными почвами в стране, что позволяет производить пшеницу, ячмень и другие зерновые культуры, идущие, в том числе и на корм коров, свиней, овец и другого домашнего скота. Объемы животноводческого производства растут из года в год и являются, как и в случае молочной отрасли, одной из важных целей политического характера. Однако, велика доля мелких хозяйств, производящих продукцию на основе договоров с перерабатывающими компаниями, отсутствует общественный рынок, что приводит к низкой прибыли фермеров. Кроме того, рынок страны находится в сильной зависимости от импорта, продукция России и других стран конкурирует с местными товарами. Аналогично ситуации в молочной отрасли, введение с января 2010 года зоны свободной торговли несет в себе как новые возможности, так и потенциальную угрозу.

		Внешние причины (окружение)		
		Возможности	Риски	
SWOT-анализ молочной продукции		<ul style="list-style-type: none"> • Рост внутреннего рынка страны • Наличие потенциальных зарубежных рынков (Россия, Китай, Цент. Азия и др.) • Либерализация торговли путем создания зон свободной торговли 	<ul style="list-style-type: none"> • Низкая конкурентоспособность товаров • Сложность получения банковских кредитов • Сильная зависимость от импорта • Выход на рынок крупных супермаркетов • Либерализация торговли путем создания зон свободной торговли 	
Внутренние причины	Достоинства	<ul style="list-style-type: none"> • Ежегодный рост объемов производства • Важность как стратегии • Главенство местных рынков 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Реализация шансов за счет достоинств</div> <ul style="list-style-type: none"> • Разработка новых видов продукции, брендов, как например, сосиски высокого качества из мяса свиней породы «Иверия» (с возможностью импорта в будущем) 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Преодоление рисков и превращение их в шансы путем реализации достоинств</div> <ul style="list-style-type: none"> • Расширение рынка мороженой продукции, напр,пельменей • Разработка новых видов продукции в целях диверсификации • Разработка стратегии выхода на рынки крупных городов
	Недостатки	<ul style="list-style-type: none"> • Проблемы контроля качества и санитарии • Нехватка систем охлаждения • Отсутствие прибыли фермеров производства (особенно зимой) • Изношенность и устарелость оборудования • Нехватка кадров в пищевой промышленности 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Компенсация влияния недостатков при реализации шансов</div> <ul style="list-style-type: none"> • Улучшение кормов и качества мяса путем технологической помощи мелким фермерам • Совершенствование логистики путем внедрения холодильных систем • Подготовка кадров для пищевой промышленности (санитария, управление качеством продукции) 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Преодоление негативного влияния комбинации недостатков и рисков</div> <ul style="list-style-type: none"> • Внедрение новых технологий упаковки и дизайна • Разработка новых видов продукции с увеличенным сроком хранения • Разработка системы аттестации на мастера пищевой промышленности

Источник: Материалы исследовательской группы ЛСА

(3) Зона свободной торговли и таможенный союз в Казахстане

Зона Свободной Торговли и Таможенный Союз в Казахстане

Россия, Беларусь и Казахстан 27 ноября 2009 года подписали договор о создании таможенного союза. Соответственно с 1 января 2010 года вступают в силу единые таможенные тарифы на территории трех государств, а, по меньшей мере, 90% единого тарифа совпадает с российским законодательством. В полной мере таможенный союз заработает 1 июля 2010 года, когда будут унифицированы все таможенные процедуры. Для этих стран создание таможенного союза и зоны свободной торговли являются очередным шагом на пути создания единого экономического сообщества по прообразу ЕЭС, намереваясь в последствие войти в этом составе в ВТО.

Для Казахстана будут разработаны временные ставки пошлин, действующие в отношении некоторых групп товаров в качестве промежуточной меры на срок до пяти лет.

(Источник: Японская Организация Внешней Торговли, «Мировые экономические новости», 17 декабря 2009, с добавлениями исследовательской группы).

В соответствии с информацией, предоставленной комиссией по таможенному союзу, ставки таможенных пошлин в отношении молочных и мясных продуктов питания выглядят на сегодняшний день следующим образом, тем не менее, мы постараемся уточнить эту информацию во второй фазе работы.
<http://www.tsouz.ru/db/ettr/tnved/Pages/ett04.aspx>

- Молоко и сливки без сахара: 20%
- Молоко и сливки с сахаром: 20%
- Йогурты и кефир: 15%, или 0.18 евро/кг или больше
- Сыр и творог: 15%, или 0.3 евро/кг или больше
- Мясные продукты питания: 15%

В настоящее время, действительно сложно оценить влияние свободной экономической зоны на пищевую промышленность Казахстана, так как единый таможенный тариф только вступил в силу с января 2010 года. Таким образом, требуется дальнейший сбор информации. Нам также необходимо изучить послабления в торговой сфере в связи с появлением зоны свободной торговли, как с точки зрения возможностей, так и потенциальных угроз, принимая во внимание увеличение объема импорта и экспорта молочной и мясной продукции.

Вот выдержки из статьи в англоязычной газете в Казахстане (“Focus”, 21 декабря 2009 года), которая заявляет, что «Зона свободной торговли уже почти начала функционировать, но приведение к единому знаменателю всех таможенных тарифов требует некоторого времени», то же говорят и другие источники.

Положительные возможности, открывающиеся для Казахстана в связи с появлением свободного экономического пространства

-После создания свободной экономической зоны возникнет огромный рынок с ежегодным товарооборотом, оцениваемым в 900 миллиардов долларов. Кроме этого, ожидается, что ВВП вырастет к 2005 году на 15% вследствие отмены пошлин внутри трех стран. Северо-Казахстанская область, расположенная рядом с границей с Россией является важной базой логистической структуры из-за огромного потока товаров,

движущихся в Казахстан, и может извлечь большую выгоду для своей пищевой промышленности и транспортной системы.

-Благодаря свободному экономическому пространству Россия и Казахстан смогут усилить конкурентоспособность своей энергетической промышленности и зернового рынка, в которых у них есть сравнительные преимущества. Кроме того, таможенный союз придаст мощный импульс их совместному развитию. Молочные и мясные продукты питания усилят свою конкурентоспособность за счет появления товаров с высокой добавленной стоимостью.

-Некоторые экономисты, отдающие предпочтение таможенному союзу, заявляют, что данный союз увеличит торговый оборот, поддержит свободное движение капитала и трудовой силы, а также обеспечит доступ к рынкам стран, не являющихся членами, и будет способствовать дальнейшим инвестициям в экономики стран-членов союза.

Возможные риски для Казахстана, связанные с появлением свободного экономического пространства

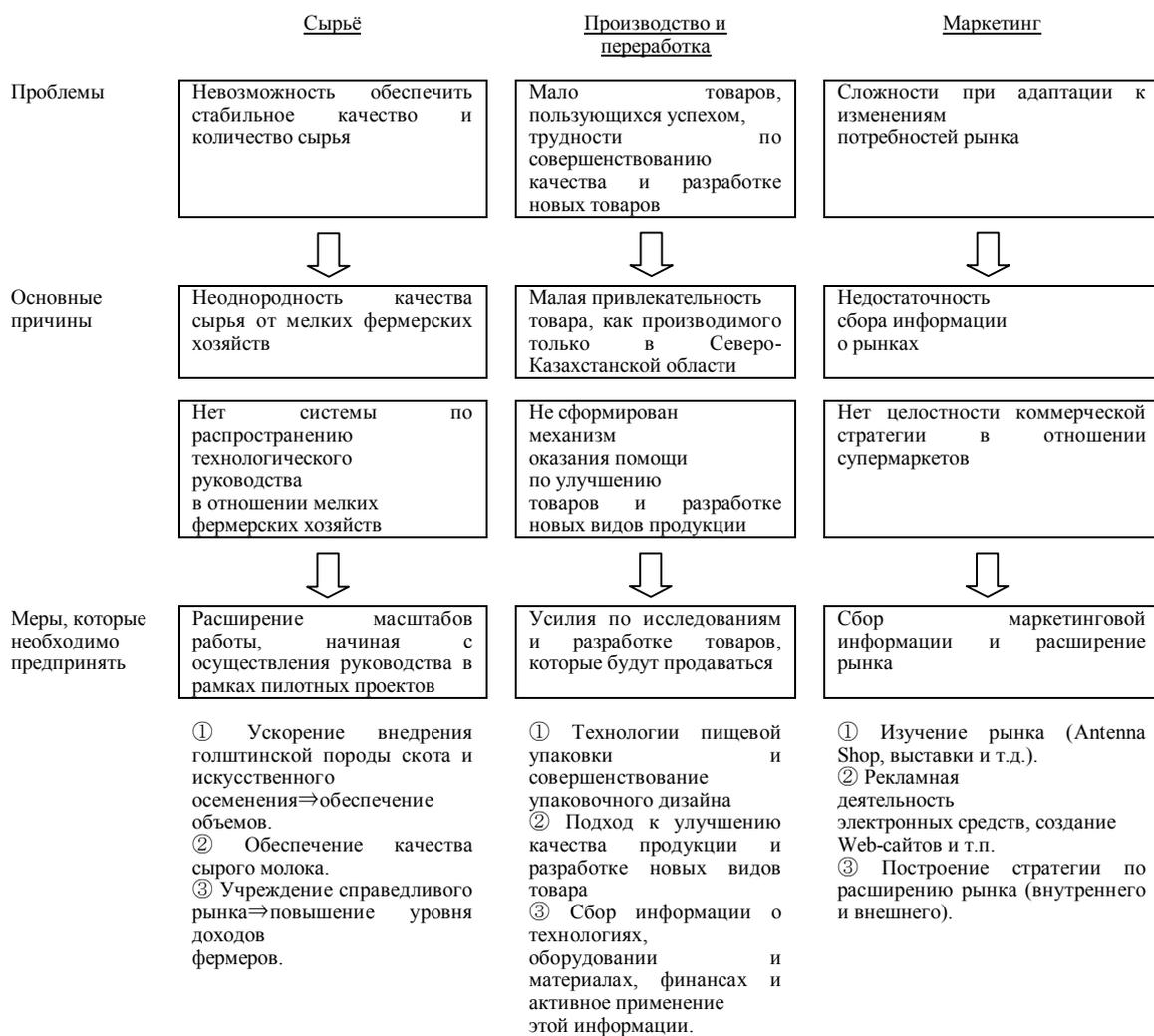
-Возможно, что развитие промышленности будет замедлено, так как потекут в страну не облагаемые налогами российские товары, которые дешевле казахстанских.

-Частные компании окажутся уязвимыми перед рисками быть поглощенными крупными российскими производителями молочных и/или мясных продуктов питания; таким образом, необходимо мелким и средним предприятиям разрабатывать оригинальные схемы торговли или стимулировать развитие человеческих ресурсов.

-Так как таможенные процедуры будут упрощены, появится риск появления товаров без надлежащего контроля и проверки. Возможно, будет необходимо усилить контроль над ввозимыми товарами по отношению их качества и безопасности для защиты интересов покупателя.

5.2.2 Стратегия по повышению конкурентоспособности на основании SWOT-анализа

На основании вышеуказанного SWOT-анализа на схеме ниже систематизированы задачи, основные факторы и предложения по решению проблем.



Источник: Материалы исследовательской группы ЛСА

Схема 5-6: Схема, систематизирующая проблемы, причины и меры.

На основе систематизированных в схеме выше проблем⇒причин⇒мер по решению задач рассмотрим по трем секторам построение кратко-, средне- и долгосрочной стратегии по повышению конкурентоспособности промышленности по переработке молочной и мясной продукции.

Таблица 5-4: Стратегия по повышению конкурентоспособности на основании SWOT-анализа.

Сектор	Краткосрочная стратегия	Среднесрочная стратегия	Долгосрочная стратегия
Повышение конкурентоспособности в области сырья	Осуществление технологического руководства для мелких фермерских хозяйств в пилотных районах (планирование кормов, условия разведения животных, технологии разведения и т.д.), интенсификация распространения искусственного осеменения домашнего скота	Расширение районов, в которых осуществляется технологическое руководство для мелких фермерских хозяйств, руководство по содержанию голштинской породы скота для повышения производства молока	Создание справедливого рынка для продукции животноводства (укрепление функций по ценообразованию), содействие созданию местных центров по сбору молока
Повышение конкурентоспособности в разработке новых видов продукции	Изучение формирования брендов и колбасных изделий из свинины местного производства	Исследования в области разработок технологий упаковки продуктов питания (необходимы технологии упаковки для продаж при доставке на дальние расстояния и увеличения сроков хранения).	Исследования по созданию системы поддержки разработок новых видов продукции (подход к улучшению качества, предоставление информации по оборудованию пищевой промышленности и т.п.)
Повышение конкурентоспособности при освоении рынка	Маркетинговые исследования в основных городах, такие как Астана, Алматы и др. (поиск перспектив для продуктов пищевой переработки с многосторонней точки зрения)	Исследование стратегии подхода к крупным супермаркетам, а также освоение грузоперерабатывающих баз в удаленных районах республики, изучение вопросов по тотальному сокращению расходов)	Стратегия выхода на внешние рынки (Изучение планов мероприятий по преодолению торговых барьеров и требуемой спецификации к товарам)

Источник: Составлено исследовательской группой ЛСА по материалам изучения обстановки на местах

(1) Повышение конкурентоспособности в области сырья

Это является первым пунктом стратегии по повышению конкурентоспособности, т.к. при производстве продуктов переработки пищевой промышленности наиважнейшим становится обеспечение объемов и качества сырья. Нами уже говорилось, что при увеличении производства в области продукции молочной и мясной переработки в условиях расширения внутреннего рынка Республики, мелкие фермерские хозяйства занимают важное место в качестве поставщиков сырья для продукции пищевой переработки в количественном и качественном плане. Однако неоднородность уровня знаний и технологий мелких фермерских хозяйств в области кормов и разведения домашнего скота вызывает затруднения в поставках необходимого сырья перерабатывающему комплексу. Итак, рассмотрим кратко-, средне и долгосрочные стратегии в области сырья.

«Краткосрочная стратегия» Можно добиться немедленного эффекта в сфере кормов, разведения животных и санитарной гигиены путем повышения и выравнивания низкого технологического уровня в мелких фермерских хозяйствах без больших инвестиций в оборудование, поэтому прежде всего выбрать пилотные районы и развивать распространение технологий в области аграрного хозяйства (проектирование кормов, среда разведения животного скота, технологии разведения в области скотоводства и т.д.). Посредством этих мер проводить улучшение качества сырого молока и наращивать объемы производства. Кроме того, для осуществления мер по устранению нехватки объемов надоя молока в зимний период усилить распространение искусственного осеменения домашнего скота.

«Среднесрочная стратегия» Стремиться к развитию движения по усилению распространения аграрных технологий в масштабе республики, расширяя географию пилотных районов проводимой среднесрочной стратегии. Также осуществлять в мелких фермерских хозяйствах руководство по разведению голштинской породы скота для повышения молочной продуктивности и одновременно с этим оказывать поддержку (система кредитования и т.п.) сельских хозяйств с целью расширения сферы распространения голштинской породы.

«Долгосрочная стратегия»

Зачастую поставка мясного сырья из телятины и свинины для производства продукции мясной переработки происходит на основании договоров с фермерскими хозяйствами, и фермеры не обладают сильными позициями на переговорах по ценообразованию. Считаем, что одной из причин является отсутствие животноводческого рынка. И поскольку теперь убой скота должен производиться на специально сертифицированных пунктах, необходимо рассмотреть организацию объектов, совмещающих в себе справедливый рынок и пункты убоя скота. Предполагаем, что при этом будет происходить официальная оценка качества мясного сырья, что послужит стимулом для фермеров. Затем, касаясь вопросов качества сырого молока, необходимо рассмотреть осуществление экспертизы сырого молока сторонними организациями, поскольку при проведении оценки качества (жирность молока и т.д.) сторонними организациями, как это происходит в Японии, станет возможным формирование паритетных позиций в вопросе ценообразования между фермерами и перерабатывающими предприятиями.

(2) Повышение конкурентоспособности при разработке новых видов продукции

Для повышения конкурентоспособности с импортными товарами и товарами из других областей эффективны товары, не уступающие по своим качественным параметрам этой продукции, и торговые марки, обладающие уникальными потребительскими свойствами и оригинальностью. Поэтому рассмотрим кратко-, средне- и долгосрочные стратегии в области разработки новых видов продукции.

«Краткосрочная стратегия» В Астане масло из Петропавловска хорошо известно как продукция без примесей, произведенная из свежего молока.

Поскольку Булаево в Северо-Казахстанской области является известным районом по изготовлению масла, то необходимо сформировать маркетинговую стратегию по научному обоснованию продукции в качестве торговой марки, систему сертификации и привлекательности продукции. В области и за ее пределами произвести тест-маркетинг и подготовить среду для выхода на рынок в качестве торговой марки. Рассмотреть и другие варианты продукции, такие как высокожирная сметана и колбасные изделия местного изготовления в качестве объектов для торговой марки.

«Среднесрочная стратегия» Молочная и мясная продукция не подвергается сложной переработке, на прилавках продуктовых супермаркетов Северо-Казахстанской области продаются в изобилии не только продукты питания местной промышленности, но и продукты из России, Украины и стран Европейского Сообщества. Для удовлетворения потребностей потребителей импортируются самые разнообразные продукты питания, и местные продукты также должны соответствовать изменениям времени. Особенно в крупных супермаркетах увеличивается количество продукции в мелкой расфасовке, такой как тонко нарезанная ветчина и т.п., поэтому насущной задачей является развитие технологий в области упаковки продуктов питания. Благодаря технологиям становится возможным длительное хранение и товарообращение при обычной температуре, что может позволить заниматься продажами в города различных районов республики и экспортом. Также придание дизайном упаковки большей привлекательность товару сможет способствовать стимулированию продаж.

«Долгосрочная стратегия» Продукты питания молочной и мясной переработки всегда требуют улучшения качества и разработки новых видов продукции в соответствии с требованиями времени и вкусами потребителей.

В настоящее время в Северо-Казахстанской области нет сформировавшейся структуры по улучшению качества и разработке новых видов продукции, поэтому необходимо рассмотреть организацию системы по оказанию поддержки для повышения конкурентоспособности при сотрудничестве государственных органов, частного сектора и частных организаций. Предполагается, что эта система будет обладать разнообразными функциями, такими как «экспертизы и анализ для качественной оценки продукции и сырья», «моделирование минизаводов для проведения производственных опытов», «подготовка управленческих кадров в области безопасности и санитарии пищевых продуктов», «опыты по технологиям упаковки», «предоставление информации по вопросам внедрения оборудования и материалов в пищевой промышленности», «финансовая поддержка для покупки и аренды оборудования и материалов» и др.

Примечание: Требования, предъявляемые к продукции в целях повышения конкурентоспособности.

В целях повышения конкурентоспособности предлагаем следующие необходимые требования к продукции молочной и мясной переработки.

1) Предложения по требованиям к продукции для повышения конкурентоспособности молочных продуктов.

В Казахстане развита культура питания продуктами из теста зерновых культур, и предъявляются высокие требования по качеству хлебобулочных и макаронных изделий. В основном это продукты, которые намазывают, добавляют, используют в качестве топпинга, едят (продукты молочного брожения, мороженое и т.п.), напитки (коровье молоко, питьевой йогурт). Также требуется изобретательность для мощной демонстрации особенностей региона посредством продукции. Например, определить торговые марки и систему лицензирования продукции, утвержденной Северо-Казахстанско областью. Нет ничего лучше, чем попытаться дифференцировать масло путем изображения крепости святых апостолов Петра и Павла, от чьих имен берет название исторический Петропавловск, в результате чего также значительно вырастет и качество продукции. Молоко везде не приносит прибыль, поэтому необходимо разрабатывать высокорентабельную молочно-кислую продукцию, мороженое и способствовать их распространению. Ниже приводится пример спецификации продукции.

Таблица: Пример товарной спецификации молочной продукции повышенной конкурентоспособности.

Продукция	Наименование продукции	Спецификация продукции	Прочее
Сыр	Сырная паста. Путем разницы в сроках созревания сыра Чедер получить три вида продукции: обычная, средняя (медиум) и зрелый	Сырная паста из смеси созревшего и молодого сыра. Изготовление готовой продукции путем разницы сроков созревания сыра Чедер.	Из сыворотки - побочного продукта при изготовлении сыров методом ультрафильтрации собирают белок, который используется в мороженом и сырной пасте. (Избегать повторного заражения бактериями от сельхозпродукции из побочного сырья).
Забродившее молоко	Напитки из зерновых и молочнокислых бактерий с содержанием молока (невязкие напитки без сгущающих присадок на базе распространенных сейчас обычных напитков с фруктовым вкусом), Пробное распространение кисломолочных напитков (по типу Yakult в миниупаковке) в качестве школьного и больничного питания.	Нэйминг, подчеркивание отличие от нынешней продукции (есть вязкость). Признано, что пептиды, образующиеся при расщеплении казеина под воздействием кисломолочных бактерий, имеют эффект снижения давления. Можно пить при аллергии на зерновые.	В любой стране потребители стремятся к здоровой пище. Причины аллергии кроются в протеине, продукты, восстановленные молочнокислыми бактериями можно употреблять в пищу.
Масло	Особое масло из Северного Казахстана	Изобретательный подход к форме упаковки (Банки, растительный жир. Например, комбинированное масло с добавлением рафинированного растительного масла мягкое, поэтому возможно наполнение в тубики).	Насушная задача по развитию торговых марок. Проблема в образовании плесени на масле. Особое внимание при наполнении и упаковке (наполнение в банки, наполнение в тубики).
Мороженое	Мороженое стерилизованного типа (основной вкус: ваниль, шоколад)	В Японии часто используется в местах посещения туристов. Продается мороженое ванильного вкуса с вариациями добавок джема из продукции местного сельского хозяйства, сезонных ягод: черники, брусники и др.)	Хорошо хранится и широкий район охвата грузоперевозками. Подходит фризер с двумя и более цилиндрами. Продажа в вафельных стаканчиках.

Источник: Материалы исследовательской группы JICA

2) Предложения по требованиям к продукции для повышения конкурентоспособности продукции мясной переработки.

В Казахстане потребление мясных продуктов составляет 4 кг. на душу населения в год, и поскольку точка зрения на мясо и продукцию мясной переработки кардинально отличается от принятой в Японии, то и подход к обращению с продукцией, являющейся продуктом переработки, абсолютно разный. В мясной продукции нет четкого различия между ветчиной и колбасными изделиями. На центральном рынке Петропавловска каждую субботу во время проводимых по инициативе областной администрации прямых распродаж от производителей по сниженным, по сравнению с обычными рыночными необлагаемых налогом, ценам (дешевле на 10-12%), то цены на парное мясо указываются в килограммах. Более того, т.к. весь упаковочный материал импортируется, то необходимо учитывать, что это закладывается также в цену. Однако, подача товара в такой форме нежелательна с точки зрения короткого срока хранения, а также гарантии качества и безопасности продуктов питания.

Таблица: Пример товарной спецификации мясной продукции повышенной конкурентоспособности.

Продукция	Наименование продукции	Спецификация продукции	Прочее
Колбасы	Колбаса в блочной расфасовке для семейных пар.	Колбаса в первичной упаковке расфасовкой примерно по 250 г., 500 г., и 700 г. (дневное потребление семейной пары). Тонконарезанная по 5 мм. колбаса в первичной упаковке.	Вес, указанный в левой колонке рассчитан из дневной нормы потребления (примерно 125 гр. на человека в день). После упаковки подвергается термической обработке, наносится наклейка. Срок потребления увеличивается по сравнению с нынешней продукцией. Во время работ используется алкоголь с содержанием спирта более 80%.
Колбасы	Венская, Франкфуртская, Болонская, Вареная колбаса (белая колбаса с добавлением коровьего молока, некопченая, предназначена для варения).	Колбаса в первичной упаковке расфасовкой примерно по 250 г., 500 г., 700 г., и 1 кг. (дневное потребление семейной пары). Тонконарезанная по 5 мм. колбаса в первичной упаковке.	Разная цена в зависимости от расфасовки совпадает с реальной ситуацией. Продляется срок годности, все расфасовки после первичной упаковки стерилизуются, наносится наклейка.
Ветчина	Ветчина из шейки, ветчина с лопаток.	Продажа у упаковках по 250 гр., 500 гр.	См. выше
Пельмени	Пельмени, расфасованные в упаковку	Упаковка на подложке, затянутая пленкой. Содержимое упаковки по по 250 гр., 500 гр., 1 кг. Отпускается в торговую сеть в замороженном виде.	Поставляется на развес, избегать вторичного загрязнения при развешивании для продажи в розницу.

Источник: Материалы исследовательской группы ИСА

(3) Повышение конкурентоспособности при освоении рынка

Для удержания позиций на рынке и его расширения в конкурентной борьбе с импортными товарами и продукцией из других областей требуется проводить анализ требований рынка и выстраивать стратегию, отвечающую различным сегментам и потребностям клиентуры. Рассмотрим кратко-, средне- и долгосрочные стратегии в области освоения рынка.

«Краткосрочная стратегия» В супермаркетах, на базаре и других торговых точках Астаны частично продается продукция, изготовленная в Петропавловске, такая как натуральное масло, тонко порезанная колбаса, однако их доля на рынке переработанных продуктов питания составляет очень незначительную часть. Основной причиной этого являются издержки по доставке товара до Астаны, необходимость нести большие расходы по оплате торговых полок при продажах в сети крупных супермаркетов, и в силу затруднений при преодолении ряда других обычаев, сложившихся в торговле. Необходимо проводить маркетинговые исследования в крупных городах (Астана, Кокшетау, Караганда, Костанай, Алматы), включая Петропавловск, и выстраивать маркетинговую стратегию, соответствующую региональной специфике, по городам и группам товаров. Кроме того, рассмотреть план участия в выставках и ярмарках крупных городов, также продажу масла, сметаны и других видов товаров, разработанных в качестве оригинальной продукции местного производства и брэндов торговых марок, прямо на выставках через Antenna Shop Северо-Казахстанской области.

«Среднесрочная стратегия» Каналы продаж продуктов питания в Астане, Алматы и других городах в основном пролегают через рынки (базары), где торговля происходит при непосредственном контакте продавца и покупателя, и супермаркеты, где на широкой торговой площади потребители выбирают товар – это поле ожесточенной битвы между импортными товарами пищевой переработки и отечественной продукцией. Каждый производитель продуктов пищевой переработки для обеспечения преимущества своей продукции уделяет внимание дизайну упаковки, вызывающей к потребителю, предоставляет выставочные витрины, обеспечивающие торговую площадь, а также предоставляет продавцов (манекены) для стимулирования продаж. Наблюдается тенденция смещения покупательских интересов с рынков (базаров) в сторону супермаркетов и гипермаркетов.

Компаниям по переработке продуктов питания также необходимо, в зависимости от формы торговли на рынке и меняющихся потребностей в отношении качества и количества, вести рыночные исследования и строить свою маркетинговую стратегию под каждый тип компании, продающей их продукцию.

«Долгосрочная стратегия» Географически ближайшие к Северо-Казахстанской области зарубежные рынки находятся в Омске, Екатеринбурге, Челябинске и Кургане. Это большие города в Сибирском федеральном округе России с большим населением и многообещающие с точки зрения рынка, однако они сами являются производственными базами молочной и мясoperерабатывающей промышленности, поэтому необходимо рассмотреть те товары, которые смогут конкурировать в качестве оригинальной продукции местного производства и брэндовых товаров из Петропавловска. Ожидается введение свободной торговой зоны (FTZ), однако, поскольку прогнозируется ценовая конкуренция в стране экспорта и внутри самой республики, насущной задачей является разработка конкурентоспособных товаров. Важно собирать информацию не только о свободной торговой зоне, но и необходимую информацию, касающуюся вопросов регулирования экспорта в Россию.

6 Предложения по решению задач в промышленности по переработке пищевых продуктов

В 4-й главе текущее положение дел и насущные задачи в промышленности по переработке пищевых продуктов Северо-Казахстанской области были выделены и упорядочены по блокам: «сырьё (животноводство)», «переработка пищевых продуктов», «товарооборот», «финансирование» и «кластерная политика». Далее в 5-й главе рассматривалась стратегия по повышению конкурентоспособности в области пищевой переработки и были выработаны следующие направления: «повышение конкурентоспособности в области сырьевых ресурсов (стратегия I)», «повышение конкурентоспособности в области разработки продукции (стратегия II)», «повышение конкурентоспособности в области освоения рынков (стратегия III)». В настоящей главе будут сформулированы предложения по преодолению трудностей при решении задач на каждом участке с учётом этих трёх стратегий.

Таблица 6-1: Задачи по повышению конкурентоспособности и формулировка предложений

Сектор	Задачи и проблемы	Стратегия ※	Предложения в данной главе
Сырьё (животноводство)	Повышение технологического уровня производителей грубых кормов	I	О производстве грубых кормов Рабочая система по совершенствованию молочных хозяйств, пополнение ветеринарных кадров на местах
	Недостатки технологического управления в секторе молочных хозяйств		
	Загрязненность молока		
	Стабилизация условий жизни в специализированных фермерских хозяйствах		
	Дифференциация продукции свиноводства	I, II	Производство местных сортов ветчины и колбасы. Создание органов по практическому образованию
Переработка пищевых продуктов	Нехватка кадров	II, III	Учреждение регионального Центра по технологиям переработки пищевых продуктов
	Разработка высококачественной продукции		
	Совершенствование упаковки		
	Недостатки в стратегии управления		
Сектор товарообращения	Повышение ценности продукции на этапе товарообращения	III	Создание местных брэндов
	Отсутствие стратегии продаж		
	Нехватка исходной информации		
Финансы	Условия финансирования предприятий	I, II, III	Информационные услуги по финансированию, учреждение региональных Центра по технологиям переработки пищевых продуктов
	Нехватка информации о государственном финансировании		
Кластерная политика	Обеспечение постоянной службы консультации по административным и научным вопросам	I, II, III	Учреждение региональных Центра по технологиям переработки пищевых продуктов Создание местных брэндов Учреждение органов по практическому образованию
	Проведение мероприятий и осуществление просветительской деятельности		
	Построение системы сотрудничества с другими регионами и зарубежными странами		

※ I = Повышение конкурентоспособности в области сырьевых ресурсов, II – Повышение конкурентоспособности в области разработки продукции, III = Повышение конкурентоспособности в области освоения рынков.

6.1 Предложения в области животноводства и деятельность по внедрению передовых технологий.

6.1.1 Предложения

С учетом текущего положения в области поставок сырья и стоящих задач, а также анализа стратегии, в настоящем параграфе говорится об осознании важности деятельности по внедрению передовых технологий при производстве грубых кормов, построении рабочей системы совершенствования сельского хозяйства, улучшения качества сырья для продуктов пищевой переработки, а также проведения политики в области животноводства. Одновременно с этим информируется о сути этих предложений и содержании демонстрационного показа по технологическому руководству, осуществленного на практике для достижения понимания заинтересованными лицами на местах.

(1) Предложения по производству грубых кормов

В параграфе 4.2.6 о задачах в области сырья (сектор животноводства) уже указывалось на проблемы при использовании остатков сельскохозяйственных культур (жмыха) после сбора урожая и дикорастущих трав в качестве кормов для заготовки. Затрагивая тему мер по улучшению в этом вопросе, предлагаем способ обработки соломы мочевиной по технологии отличной от применяемой при приготовлении силоса. Как правило, для улучшения качества грубых кормов, не удовлетворяющих требованиям, применяется техника обработки аммиаком, однако этот метод сопряжен с некоторым риском, т.к. используется аммиак. В этом плане обработка мочевиной вполне возможна в условиях сельских подворий фермеров. Членами исследовательской группы по аналогичному делу в качестве мер по обеспечению кормами в засушливый период на пастбище для производства скота мясного направления со стадом в 350 голов после внедрения этого метода было улучшено качество рисовой соломы и получены хорошие результаты. Также для стимулирования процесса брожения силоса рекомендуется добавление мелассы, являющейся одним из отходов пищевого производства. В рационе скота грубый корм должен соответствовать определенной породе.

В настоящее время в Северо-Казахстанской области помимо обыкновенной красной казахстанской породы внедряется голштинская порода, однако у скота этих пород имеются свои специфические особенности. Местные телки красной казахстанской породы предназначены для получения мясной продукции, поэтому от них не приходится ожидать больших удоев молока. Однако достоинством этой породы является то, что она обладает крепким телом, переносит грубую пищу, устойчива к суровым условиям природной среды¹. С другой стороны,

голландская порода по сравнению с красной казахстанской даёт больше молока, однако является одной из некрупных пород, и нельзя сказать, что отличается высокой адаптацией к данным условиям среды обитания. Если фермеры с внедрением голштинской породы ставят своей целью повышение удоев молока, то необходимо пересмотреть весь процесс управления откармливанием и содержанием животных. В особенности что касается кормов, то методом комбинирования пастбищных трав и субпродуктов уборки урожая, который подходит к красной казахстанской породе, не удастся проявить индивидуальность голштинской породы. На пастбищах, например, необходимо выращивать плевел многолетний, люцерну полевую или клевер. Также для

¹ При визуальном осмотре во время исследований наблюдалась неплохая мясистость даже в условиях откорма заготовленными в настоящее время кормами из хранилищ.

кошения хорошо подходит культивирование суданской травы. (В летний период возможно 2 укоса). Кроме того, в настоящее время в качестве корма для хранения в зимний период применяются пастбищные сухие травы и ячменная солома, которые уже зачастую огрубели и при кормлении требуется особое внимание. При разведении голштинской породы предпочтительно круглый год откармливать скот сухими пастбищными травами, такими как суданская трава, люцерны полевая и кукурузный силосом.

При решении вышеуказанных вопросов предлагаем включение в схему упомянутого плана действий построение **системы руководства по управлению разведением и откормом голштинской породы скота.**

(2) Формирование системы по популяризации совершенствования молочных хозяйств

В параграфе 4.2.6 о задачах в области сырья (сектор животноводства) уже упоминалось о недостаточности опыта в технологиях по управлению разведением голштинской породы скота, однако в настоящее время в Северо-Казахстанской области проводится активное внедрение голштинской породы с целью увеличения объемов производства молока. Внедрение голштинской породы объясняется попытками восполнить производство молока, т.к. в силу специфических особенностей от красной казахстанской породы не приходится ожидать больших надоев. Но хотя голштинская порода даёт больше молока по сравнению с красной казахстанской, однако в качестве скота молочного направления является одной из некрупных пород и не отличается высокой адаптивностью к данным условиям среды обитания. Следовательно, при внедрении на местах голштинской породы необходимо пересмотреть весь процесс управления откармливанием и содержанием животных. Во время этого исследования мы смогли наблюдать как примеры удачного внедрения голштинской породы, так и не совсем удачные, поэтому на основании полученных справочных данных и материалов порекомендовали Управлению сельского хозяйства и молокоперерабатывающим предприятиям проведение программы передачи технологий по правильному уходу за скотом голштинской породы.

Кроме того, также внесли предложение о необходимости ведения учета по каждому стаду, состоящему из племенных пород бычков и телок, особенностей состава молока в стаде молочных коров. Осуществление этих предложений предпочтительно включить в схему управления разведением скота в рамках упомянутого плана действий.

(3) Пополнение ветеринарных кадров

На момент начала данных исследований (октябрь 2009 г.) в Управлении сельского хозяйства Северо-Казахстанской области не существовало структуры по вопросам ветеринарии. Организационно ветеринарная служба была включена в отдел животноводства. Поэтому зачастую наблюдалась нечеткость в системе взаимной ответственности, и, когда было предложено исправить ситуацию, с февраля 2010 года был заново учрежден отдел ветеринарии. Основной деятельностью отдела является оказание ветеринарных услуг, которыми охватывается 205 поселков на территории 13 районов Северо-Казахстанской области. Эта мера была инициирована и претворена в жизнь под руководством премьер-министра Казахстана, озабоченного улучшением положения в сфере ветеринарной санитарии в сельских районах области. (Пост премьер-министра он совмещает с постом министра сельского хозяйства). В настоящее время в каждом из 13 районов работают технические сотрудники-специалисты по животноводству, а в течение февраля такой штат технических специалистов в области животноводства стал находиться в 205 поселках, входящих в состав районов. Годовой

бюджет службы составляет 129,000,000 тенге. В области уже с 1999 года функционирует служба ветеринарной инспекции, деятельность которой охватывает все районы области. Однако в связи с недавним увеличением объема работ, связанных с ветеринарией, эффективность деятельности службы перестала отвечать требованиям времени. Поэтому администрация области для улучшения ситуации в этом вопросе решила разделить эту службу на две структуры. Одним словом, прежняя служба ветеринарной инспекции стала главным образом курировать вопросы перемещения домашнего скота и регистрации, а вновь созданная структура по оказанию ветеринарных услуг взяла на себя работу, непосредственно связанную с деятельностью фермерских хозяйств, такими как: убойные цеха, диагностика заболеваний домашнего скота и т.д.

По плану работ на 2010 год ветеринарная служба в рамках своей деятельности предоставляет различные услуги по вакцинации, ветеринарно-санитарному освидетельствованию домашнего скота, апробированию сыворотки крови, бактериологическому контролю, выявлению туберкулеза, бруцеллеза, сибирской язвы, других заболеваний и прочие различные услуги ветеринарно-санитарного характера. На местах эти услуги оказываются также и частно практикующими ветеринарными врачами, которым вменяется в обязанность предоставлять в областную администрацию план своей работы и отчет о результатах своей деятельности.

Если размышлять о дальнейшей политике области в сфере животноводства, считаем данные меры самыми адекватными в сложившейся ситуации. Продвигающееся обустройство убойных площадок также происходит в обстановке крайней нехватки персонала и вызывает обеспокоенность задержка работ по дальнейшему развитию проекта. Однако при нынешнем подходе к делу можно ожидать соответствующего эффективного развития ситуации.

(4) Совершенствование управления мелкими молочными фермерскими хозяйствами

В параграфе 4.2.6 о задачах в области сырья (сектор животноводства) мы уже коснулись проблем в сфере управления мелкими молочными фермерскими хозяйствами, и в качестве соответствующей меры в рамках плана действий предложили создание структуры под рабочим названием **«Центр популяризации молочного хозяйства»**.

В Управлении сельского хозяйства при постановке задачи на комплексное и устойчивое развитие региона четко осознают чрезвычайную важность оздоровления экономики мелких молочных фермерских хозяйств. Однако Северо-Казахстанская область является регионом с такой обширной по площади территорией, что нелегко даже составить полную картину реального положения среди мелких фермерских хозяйствах всей области. Не говоря уже о том, для осуществления руководства по совершенствованию хозяйствования необходимо пройти через определенный подготовительный этап. Кроме того, затрагивая суть подготовительного этапа, следует помнить о том, что надо проводить «точечную», а не «поверхностную» атаку. Продиктовано это тем, что даже если за единицу брать мелкое фермерское хозяйство, то при рассмотрении проблемы с комплексной точки зрения на наличие у местных фермерских хозяйств базисных знаний о ведении аграрного хозяйства и преемников предполагается, что в каждом отдельном случае будет наблюдаться значительное расхождение в ситуации. Следовательно, при первоначальном подходе к этой проблеме крайне важен отбор фермерских хозяйств с относительным потенциалом, а не крайне бедные фермерские хозяйства, также важно учитывать выбор местности, позволяющей воплотить идею. Кроме того, при планировании мер по повышению технологического уровня на местах производства наиболее действенным является осуществление руководства с выездом инструктора непосредственно на места, однако предполагается,

что лишь на основе нынешней системы популяризации молочного хозяйства в Северо-Казахстанской области, руководство на местах будет затруднено в силу многих условий. Считаем, что работа **Центра популяризации молочного хозяйства** будет очень эффективной для охвата целевой аудитории в подобных условиях. Этот Центр будет создан в наиболее подходящей для этих целей местности после комплексного учета мнений всех заинтересованных лиц, и по форме представлять из себя демонстрационную ферму, которая функционально будет совмещать в себе все условия для ведения фермерского молочного хозяйства (поля для выращивания кормовых трав, коровники, помещение для хранения молока и др.). Центр должен стремиться к организации посещений объектов комплекса и организовывать на базе объектов проведение учебных технических стажировок, которые позволят обучиться ноу-хау надлежащего управления молочным хозяйством. Соответствующие технические стажировки будут проводиться сообразно технологическому уровню подготовленности фермерских хозяйств, кроме того, предлагаем в рамках деятельности Центра также приступить к программе «Улучшение быта», направленной на женщин в фермерских молочных хозяйствах. Необходимо, чтобы всеми заинтересованными лицами разделялось мнение о том, что невозможно говорить о достижениях молочного фермерского хозяйства в Японии, исключив активный и самоотверженный вклад сельских женщин в управление молочными хозяйствами.

Среди молочных фермерских хозяйств уже несколько раз проводились презентации по совершенствованию технологий и на местах было высказано много пожеланий получить возможность практического обучения. Мнения сводилась к тому, что если бы представилась возможность получить техническое руководство при непосредственном контакте с домашними животными, то это позволило бы более глубоко усвоить отдельные технологические приемы. Основная суть этих мнений совпадает с предложениями исследовательской группы. В начале 2-го этапа исследований был организован координационный совет, и уже тогда было заявлено о важности создания **«Центра популяризации молочного хозяйства»**. На тот момент не прозвучало особых мнений, однако позже в устной форме Начальнику Управления сельского хозяйства повторно было следано предложение в следующей форме.

Говоря о создании **«Центра популяризации молочного хозяйства»** нет особой нужды в объекте, напоминающем большое и сложное сооружение. По большому счету вполне достаточно предоставить место, где фермеры и технологи, собравшись вместе, могли бы проводить практические занятия по технологическому управлению молочным хозяйством. Целью ставится не строительство новых объектов, а осуществление технологического руководства в формате практических занятий на базе подходящих животноводческих хозяйств, куда сотрудники Управления сельского хозяйства в каждом из входящих в сферу их деятельности районов будут приглашать мелких фермеров. Например, в настоящее время в области планируется создание молочнохозяйственного производственного комплекса на базе стада из 2500 голов скота голштинской породы, и когда нами было сделано предложение о придании его части функции **«Центра популяризации молочного хозяйства»**, то получили ответ, что хотя эти работы ведутся не по инициативе Управления сельского хозяйства, тем не менее встраивание Центра в этот проект не является невозможным. Чтобы помочь сформировать конкретный образ, нами был представлен краткий план-схема успешно функционирующего и сейчас **«Центра популяризации молочного хозяйства»**, построенного в рамках **«Плана технологического совершенствования молочного хозяйства в Индонезии»** при технологическом сотрудничестве ЛСА по проекту развития сельской местности. Нами было сделано предложение, что взяв этот пример за основу, вполне достаточно будет привнести необходимые элементы в практическую деятельность.

(5) Система разведения и воспроизводства скота молочного направления

В настоящее время ставится цель по повышению производства объема молока в регионе за счет внедрения телок-нетелей голштинской породы из Канады. Однако учитывая перспективное развитие работ по разведению, считаем, что более желательно внедрение отборных бычков. Необходимо в Центрах по улучшению породы скота наладить производство замороженного семени отборных бычков голштинской породы и на основании соответствующего плана по скрещиванию на базе этих центров создать систему распределения по районам. Сейчас в Астане успешно продвигается осуществление плана по организации «Специального селекционного центра», где будет производиться смешанная порода от скрещивания голштинской и красной казахстанской. Задача плана по скрещиванию заключается в попытке вывести скот молочного направления нового типа, который бы заключал в себе оба качества: крепкое тело и высокая адаптивность к разнообразным условиям окружающей среды, присущие красной казахстанской породе, и высокая молочная продуктивность, которой обладает голштинская порода. Мы считаем, что в основном это является наиболее действенной техникой по улучшению породы. В некотором смысле эта работа окажет большое влияние в будущем на положение со скотом молочного направления в Северо-Казахстанской области, поэтому надеемся, что управление сектором разведения домашнего скота будет проводиться самым тщательным образом при надлежащей кооперации с другими секторами.

От представителей сектора молочного хозяйства Северо-Казахстанской области мы узнали, при анализе объемов производства молока на местах зачастую наблюдается тенденция большого объема производства в летний период и падения объемов производства в зимний период. По этой

причине не удается обеспечить стабильные поставки молока на молокозаводы в течение круглого года, что негативно сказывается на плановом производстве молочной продукции. Немало задавалось вопросов на тему, какими соответствующими мерами по улучшению можно наладить стабильные поставки в течение круглого года. На самом деле эта проблема стоит не только в Северо-Казахстанской области, а присуща в той или иной степени тем районам, где практикуется пастбищное скотоводство. Если говорить о Северо-Казахстанской области, в начале весны все телки переводятся на пастбища, туда же выпускают подходящих бычков, где и происходит естественное размножение (общепринятое название метода «пастбищное размножение»). С одной стороны подобный метод не отнимает много времени и удобен в плане контроля за содержанием скота, но с другой стороны, в плане воспроизводства возникает целый ряд неудобств. То есть по причине того, что при естественном оплодотворении высок процент зачатия, одновременно в стаде появляется много беременных телок. В результате зачастую и роды приходятся на одинаковый период времени. Естественно, что и производство молока приходится концентрированно на определенный временной промежуток, т.е. возникает т.н. сезонный сдвиг. Объясняется это тем, что по существу в естественной природе роды у животных приходятся на время, когда вдоволь растет корм. Как раз для снятия остроты этой проблемы и была разработана технология искусственного осеменения домашнего скота. При искусственном осеменении домашнего скота, в отличие от метода пастбищного размножения, становится возможным управлять процессом размножения, учитывая кондицию каждой отдельной особи. В фермерских хозяйствах, благодаря постоянному наблюдению за состоянием возбуждения полового цикла, становится возможным искусственное осеменение даже в коровниках. В результате этого происходит рассеивание времени отела у телок, смягчается эффект сезонного сдвига при производстве молока. В области на крупных фермерских хозяйствах одна из причин

малого проявления явления сезонного сдвига кроется в повсеместном распространении техники искусственного осеменения. Еще одним из методов, когда хотят добиться производство молока концентрированно в определенный период, является прививка гормональными инъекциями. Этот метод заключается в вызывании возбуждения полового цикла в короткие сроки у поголовья, а приживется ли данный метод в Казахстане – уже другой вопрос.

(6) Изготовление местных сортов ветчины и колбасных изделий

В параграфе 4.2.6 о задачах в области сырья (сектор животноводства) уже была затронута тема о том, как можно в цене отразить высокое качество свинины от мелких фермерских хозяйств. Исследовательская группа в свою очередь предложила предприятиям по производству ветчины и колбасной продукции разработать программу, позволяющую отдельно дифференцировать продукцию, приготовленную из сырья специальной откормки, и продукцию из обычного мяса. Если осознанно придавать отличие продукции из сырья специальной откормки, то отразив это на упаковке, можно создать образ продукции высочайшего качества, и станет возможной реализация продукции в качестве местного брэндового товара. Разумеется, если и в отношении закупочных цен на туши удастся установить свою дифференцированную оценку и цену на мясо, полученное в результате подобной длительной откормки, то это внесет свой вклад в стабильное управление фермерскими хозяйствами. Тогда во время пояснений нами использовалось «Руководство по свиноводству», разработанное в целях руководства. Это Руководство было составлено в надежде, что мы сможем обрисовать оптимистичное будущее свиноводства на вашей области земле через вычленение специфики положения дел в свиноводстве Северо-Казахстанской области, знакомя с ситуацией в области свиноводства в развитых странах, главным образом в Японии. Особенно подчеркнули тот аспект, что практически на всех свиноводческих хозяйствах крайне низок процент отъема поросят от матки, поэтому также дали разъяснения по вопросам ухода за свиньями непосредственно после опороса и об эффективности сроков длительного откармливания, проиллюстрировав это научными данными.

6.1.2 Демонстрация по освоению передовых технологий

(1) Улучшение качества сырого молока

Для производства продукции пищевой переработки с устойчивыми качественными характеристиками самым главным условием является чистота исходного сырья. При этом нами было осуществлено руководство по стабильному производству чистого сырого молока, которое является основной задачей при изготовлению продукции переработки животноводства, а в особенности продуктов молочной переработки. От компании «Молочный Союз», входящей в состав рабочей группы, поступила просьба оказать на подведомственном этой компании фермерском хозяйстве помощь при проведении руководства по технологическому усовершенствованию, особенно по аспектам, касающимся санитарии во время дойки. Нами было оказано такое руководство на месте. После уточнения обстоятельств, по которым к нам обратились для оказания помощи на месте, выяснилось что в последнее время участились случаи роста бактерий в молоке-сырце, поставляемого от договорных поставщиков-производителей, и перерабатывающая компания, в свою очередь, решила выяснить ситуацию и хочет рассмотреть соответствующие меры реагирования, до того, как разразится серьезная проблема. В качестве методологии предлагалось отобрать ферму, находящуюся в далеко не лучшем состоянии, и поэтапно на каждом промежутке, начиная с процесса сдвигания

и до поступления молока на завод, проводить анализы на наличие бактерий для определения на каком промежутке возникают проблемы, и на этих этапах компания хотела принять меры для исправления ситуации. Исследовательская группа оказала активную помощь, поскольку это важные вопросы, непосредственно связанные с производством чистого молочного сырья.

Фермерское хозяйство1, выбранное в качестве объекта по руководству: Молочная ферма в районе Стрипинсукоэрам (уточнить)

Фермерское хозяйство2, выбранное в качестве объекта по руководству: Молочная ферма в районе Багирино (уточнить)

Обе фермы связаны с компанией «Молочный Союз» партнерскими отношениями уже более 20 лет. Во время 1-го этапа исследований наша группа уже посещала фермерское хозяйство1. Помимо молочного производства, являющегося основным, на ней стремятся к многопрофильному ведению хозяйства: разводят кроликов, страусов и т.д. Дойное стадо состоит примерно из 80 голов, все они красной казахстанской породы. Надой молока с одной телки в день составляет около 5-6 кг. Фермерское хозяйство2 в этот мы посетили впервые. Все молочные телки голштинской породы, в стаде порядка 80 голов скота. Надой молока с одной телки в день составляет около 10 кг. Это фермерское хозяйство также занимается разнообразной хозяйственной деятельностью, основой которого является производство и продажа зерновых культур, преимущественно пшеницы и ячменя. Кроме того хозяйство имеет право на продажу электроэнергии, занимается разнообразной деятельностью помимо аграрного производства.

【Руководство и результаты】

Ранним утром проверили состояние подготовленности к работам до начала процесса дойки, составили общую картину рабочей обстановки, включая отношение работников к делу. В результате мы смогли убедиться в следующем положении дел:

(Фермерское хозяйство1) Коровник внутри находился в состоянии крайней антисанитарии. На полу коровника практически отсутствовала подстилка из соломы, проходы были залепаны навозом. Это даже послужило темой для шутки, что, если бы состоялась Олимпиада среди грязных коровников, то в самом худшем случае досталась бы бронзовая медаль. Здание еще со времен бывшего Советского Союза без каких-либо изменений продолжало использоваться в качестве коровника, поэтому там была плохая вентиляция, маленькие окна, среда содержания совсем не соответствовала поддержанию здоровья дойных коров. Из освещения символически присутствовало всего несколько голых лампочек, свет которых не позволял даже разглядеть что под ногами. Во время первого посещения осмотр стойл проводился в дневное время, поэтому не обратили на это внимание, но при таком освещении во время дойки невозможно даже проверить нет ли грязи на вымени. Подстилка из соломы практически отсутствовала, пол коровника был невообразимо грязен, вымя коров было измазано навозом. Ответственные за дойку женщины, видя, что мы на ними наблюдаем, усердно подмывали вымя коров, но их вид при этом вызывал просто сочувствие. У ответственного ветеринарного врача уточнили, в каких условиях производится сдаивание первого молока, он руководил процессом сдаивания, однако оказалось, что сдаивание осуществляется не в кружку, а во время подмывания вымени, в самом конце операции немного молока сдаивается в тряпочку. Однако нельзя сказать, что этим выполняется задача по сдаиванию, и если даже у ветеринарного врача такие познания в дойке, то становится ясной и очевидной общая

картина. Доильные аппараты в беспорядке валялись на измазанном в навозе полу коровника, в ведрах для приема молока плавала солома.

(Фермерское хозяйство2) Внутри коровника по сравнению с Фермерским хозяйством1 было намного чище. Оснащено осветительным оборудованием, позволяющим хорошо просматривать весь коровник. Пол коровника был выложен достаточным слоем соломы, практически не было коров с грязным выменем. Особенно хорошее впечатление оставила общая картина хода работ, когда все работники в светлой атмосфере работали, весело обмениваясь шутками. Однако хотя и проводилась первая сдойка, но при этом молоко сдаивалось не в стаканы, а сливалось непосредственно на пол коровника. Одним словом, вынуждены сказать, что нехватает элементарных знаний о правилах санитарной гигиены во время дойки. Для контроля за качеством молока-сырца на молокоприемном ведре была закреплена прочная сеточка, но на ее поверхности плавали соломинки. Коровник был оборудован охлаждающим баком для молока. Однако во время залива сырого молока крышка бака находилась все время в открытом состоянии, поэтому дали указание исправить положение, т.к. внутрь могут попасть мухи и шерсть животных.

- Результаты анализов на количество бактерий

Забор проб для анализа проводился 2 технологами компании «Молочный Союз». Анализ проводился в лаборатории компании, там же обрабатывались полученные данные. Можно сделать замечания по точности анализа и прочим мелким деталям, тем не менее в плане представления общей картины полученные данные оказались очень полезными. В таблице ниже астерисками отмечены проблемные позиции.

Таблица 6-2: Результаты измерений количества бактерий в сыром молоке

Результаты измерений количества бактерий в сыром молоке (на 1 мл.)								
Дата	Фер.хоз-во	Кол-во бактерий в колодезной воде	Сразу после дойки	Молоко-приемное ведро	Бидон для сбора молока	Охлад. бак	Охлад. молоч. цистерна грузовика (время поступления на завод)	Неохлаж. молоч. цистерна грузовика (время поступления на завод)
2010.3.3	Фер.хоз-во №1	37	(*2) 12,280	(*4) 187,000	(*5) 230,000	(*7) 313,000 (4°C)	(*10) 480,000 (3°C)	
2010.3.10	Фер.хоз-во №1	39		75,500	(*6) 199,500	(*8) 226,000 (4°C)	(*11) 247,000 (4°C)	(*12) 520,000 (21°C)
2010.3.18	Фер.хоз-во №2	(*1) 3,880	(*3) 13,000	25,200		(*9) 490,000		

Источник: Данные получены из лаборатории компании «Молочный Союз».

(*1) Параметр анализа – результата анализа колодезной воды, используемой на ферме для поения животных, дезинфекции оборудования и на повседневных рабочих операциях.

Для промывки оборудования в обоих хозяйствах 1 и 2 применяется теплая вода температурой около 40°C с добавлением щелочного моющего средства, однако проблема кроется на этапе прополаскивания после дезинфекции. Даже при тщательной дезинфекции, если прополаскивание производилось грязной водой, то в результате бактерии остаются на поверхностях. В хозяйстве2 анализ показал чрезвычайно высокую степень загрязненности колодезной воды. Но эти показатели не удивительны, если загрязненность была такой, что это можно было установить даже визуально. Предложив исправить ситуацию в этом вопросе получили ответ, что при строительстве нового коровника он будет оборудован и новым колодцем.

(Прим.) Непонятно, в каких единицах эти численные значения, поэтому пока просто усвоим их как показатели, позволяющие определить степень загрязненности в хозяйстве2.

(*2) (*3) Параметр анализа – отражает состояние молока во время доения сразу после сдойки. Нельзя было сказать, что дойные плотенца и ванна для дезинфекции вымени были в чистом состоянии, тем не менее результаты анализа оказались чистыми, превзойдя наши предположения.

(*4) Этот показатель анализа наглядно демонстрирует слабые места в данном молочном хозяйстве. У молока сразу после дойки были весьма неплохие показатели, однако достигнув этого этапа количество бактерий резко возрастает. Вероятно, причина кроется в загрязненности доильных аппаратов и системы трубопроводов. Это логичный результат, когда во время процесса дойки доильные аппараты небрежно разбросаны по испачканному испражнениями животных полу коровника. Хотя, может быть, и достаточно проводимой очистки от мусора фильтром с мелкой сеточкой при перемещении молока от доильных аппаратов в молокоприемные ведра, но проблема может быть и в степени чистоты самих фильтров, также в ведрах плавала солома. Теперь перед ответственными лицами стоит задача, каким образом снизить показатели анализа на данном этапе.

(*5) (*6) На этом этапе количество бактерий еще более увеличивается, и здесь, вероятно, причина кроется в недостаточной дезинфекции бидонов.

(*7) (*8) Охладительный бак емкостью 500 кг. Несмотря на то, что бак оборудован охлаждающей установкой, тем не менее и здесь количество бактерий возрастает. Можно предположить, что и здесь повседневные работы по дезинфекции проводятся недостаточно тщательно.

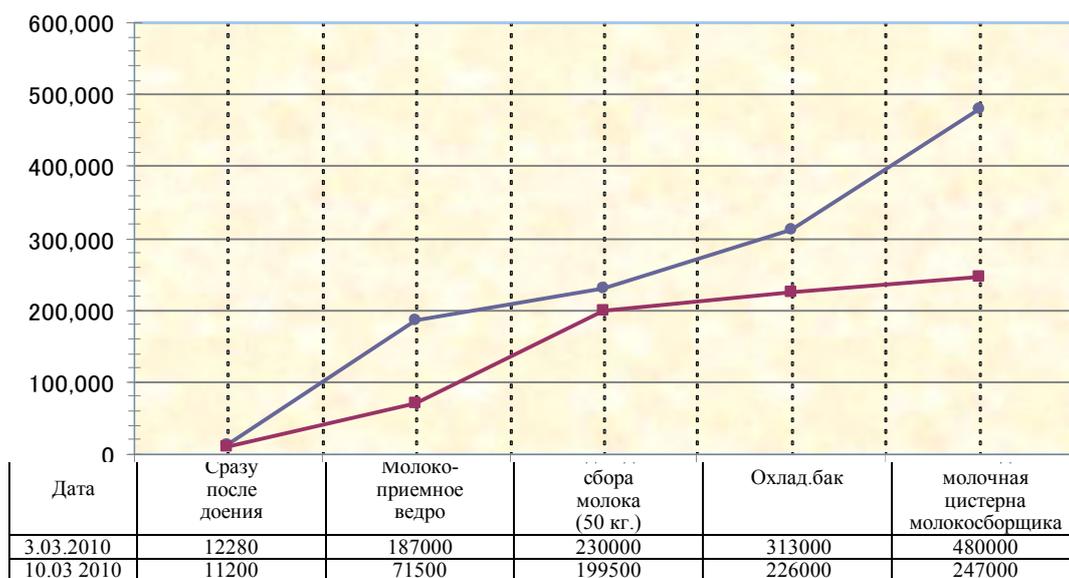
(*9) Эти показатели заставляют впасть в полное уныние, при этом возникает ощущение, что именно здесь происходит сосредоточение всех проблем молочного хозяйства на этой ферме. Как уже указывалось выше, эта ферма по чистоте коровника относится к высшей категории. Поэтому ожидалось, что и условия на этапе отгрузки, при котором может происходить загрязнение, неплохие. Однако данные пробы из охлаждающего бака говорят о необычайно высокой степени загрязненности. Когда приступили к выяснению причин, то оказалось, что она крылась там, где и не ожидали. Самый важный агрегат – охлаждающее устройство холодильного бака, предназначенного для хранения молока-сырца, просто не был включен. При выяснении причины у ответственного ветеринарного врача он ответил, что сейчас, в зимний период, температура наружного воздуха низкая, и он вынес смелое решение о ненужности охлаждения и отключил тумблер охлаждающей установки. На что исследовательская группа ему ответила, что наружный воздух холодный за пределами коровника, а помещение для хранения с холодильным баком находится внутри коровника, поэтому здесь скорее тепло. В таких условиях бактерии размножаются с каждой секундой, поэтому мы дали указание немедленно включить охлаждающее устройство. Тут же холодильник запустили и ситуация была исправлена, однако если бы подобная ошибка произошла среди простых работников в результате недостатка обучения, то это можно было исправить при постоянном руководстве. Однако эта ошибка была допущена ответственным лицом в хозяйстве, самим ветеринарным врачом. По мнению Начальника Управления сельского хозяйства уровень технологов в Казахстане не такой уж низкий и вопрос заключается только в технических приемах передачи технологий. Однако сталкиваясь неожиданно с такими примерами, нельзя так однозначно сказать и вынуждены отметить, что предстоит решить еще немало проблем.

(*10) В молоко-сырце, хранимом в охлажденном виде в хозяйстве и доставляемом на завод грузовиками-молокосборщиками, оборудованными холодильным оборудованием также бактерии сильно размножаются. Предполагается, что это кроется также в недостаточном повседневном уходе за молокосборочным транспортом в молочном хозяйстве, но самое важное – тщательно соблюдать санитарно-гигиенический контроль до отгрузки.

(*11) (*12) (*13) Эти цифры показывают эффективность применения транспорта, оснащенного холодильным оборудованием. На момент отгрузки с фермы было 226,000 ед., во время доставки на завод молока транспортом с холодильным оборудованием 247,000 ед., а при отгрузке в

цистерне, не оборудованной холодильной установкой количество бактерий выросло до 520,000 ед. Время транспортировки от фермы до завода составляет около 2 часов.

Целью данного исследования было рассмотреть конкретные меры по улучшению путем выявления источников загрязнения молока. График роста количества бактерий шел по нарастающей, и в результате было сделано предельно простое заключение о том, что есть проблемы на всех этапах технологического процесса. В подобной обстановке на первый взгляд трудно избавиться от впечатления, что будущее сопряжено со многими сложностями, но по мнению исследовательской группы возникло ощущение, при усилии всех заинтересованных лиц возможно улучшение ситуации в приемлемых рамках. Например, в этот раз, особенно в молочном хозяйстве №1 ввиду неважного состояния положения дел, компания «Молочный Союз» довольно в резкой форме давала свои указания. Первичный осмотр и инспекция проводились 3-го марта и выявила ряд проблемных участков во время процессе работ по дойке. Исследовательская группа в целях решения этих проблем разработала **Руководство по совершенствованию управления дойным процессом**. 5-го марта для представителей молочных производств было произведено практическое руководство с применением этой инструкции. Затем 10-го марта была проведена повторная инспекция и анализ. В результате руководство по совершенствованию достигло цели: на этапе (*10) количество было 480,000 ед., а как видно на (*12) в момент поступления молока на завод количество бактерий сократилось почти наполовину и составило уже 247,000 ед. (см. график ниже)



Источник: Составлено исследовательской группой ЛСА по лабораторным данным компании «Молочный Союз».

Схема 6-1: Результаты измерений количества бактерий в сыром молоке (на 1 мл.)

С учетом полученных результатов компания «Молочный Союз» в дальнейшем планирует активно включиться в процесс оказания руководства по санитарно-гигиеническому контролю во время доения производителям молочной продукции. Достижение таких улучшений всего лишь разовым технологическим руководством придаст искреннее воодушевление производителям молочной продукции в области. Более того, можно добавить, что, хотя эти показатели по сравнению с уровнем, принятым в Японии (несколько тыс.ед.), нельзя назвать удовлетворительными, тем не менее, учитывая природные условия и социальную обстановку в Казахстане, их можно

считать хорошими. При осуществлении постоянного управления в дальнейшем можно достичь еще больших улучшений.

В процессе управления использовались следующие учебные материалы: Руководство по совершенствованию доения и Руководство по совершенствованию технологий молочного хозяйства с включением примеров из сельского хозяйства Японии. В особенности Руководство по совершенствованию технологий молочного хозяйства активно применялось при обсуждении необходимости совершенствования молочного хозяйства на заседаниях координационного совета, рабочей группы, презентациях для производителей и в прочих ситуациях. В Руководстве особенно делается упор на то, что самый быстрый путь к совершенствованию технологий заключается в активном изучении передовых и эффективных примеров, а затем в последовательном применении в своем собственном хозяйстве. В состав рабочей группы входят два предприятия молочного хозяйства и каждое из них связано договорами на закупку молока с несколькими фермерскими хозяйствами. Среди последних есть производители, которые уже практически рассматривают вопрос о внедрении скота голштинской породы. Таким производителям было оказано руководство по внедрению этой породы скота, сверяясь с приемами, изложенными в Руководстве, которое было составлено во время данного исследования.

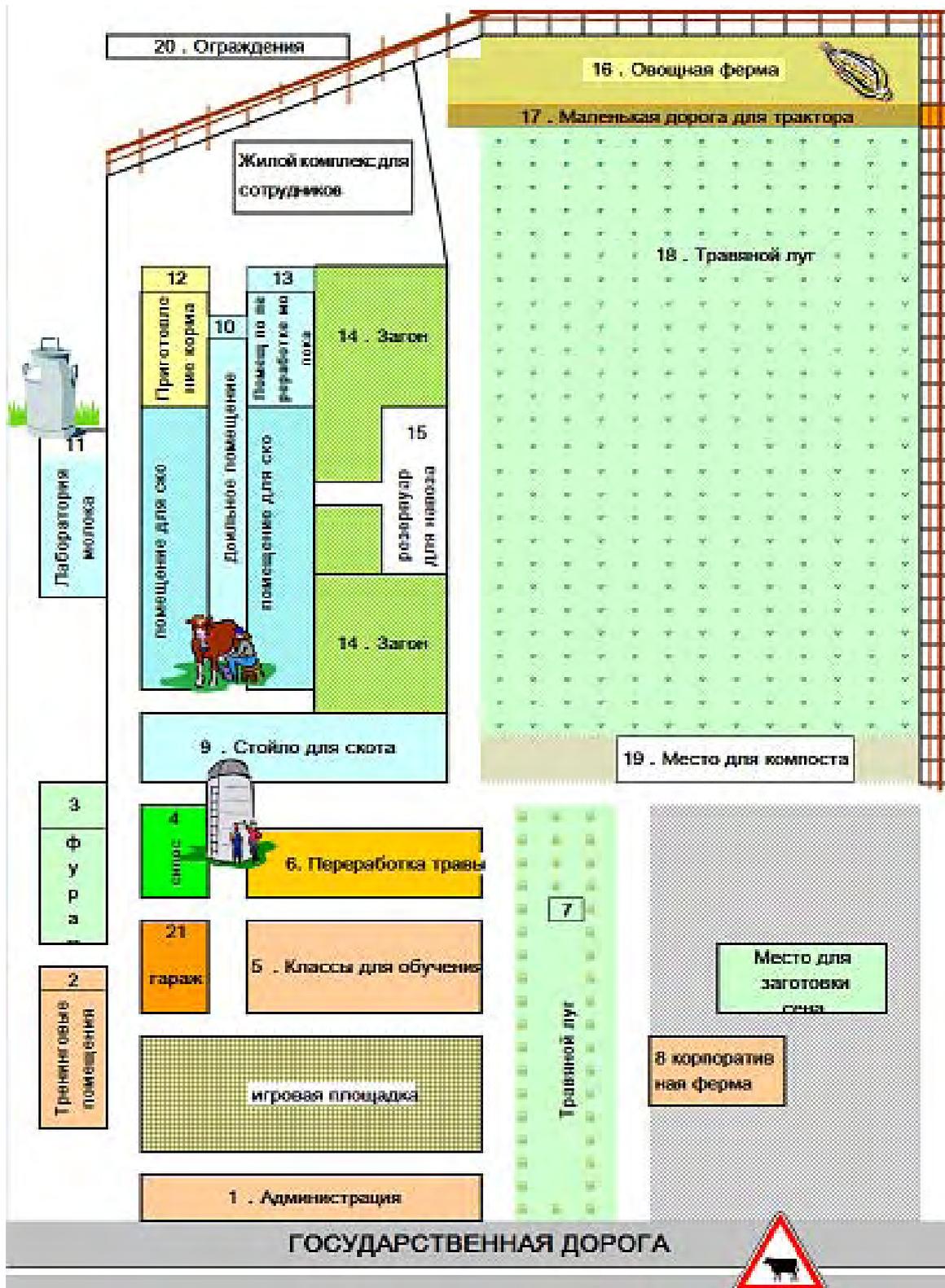


Схема 6-2: Центр по популяризации молочного хозяйства (проект)

6.2 Предложение по учреждению заведений для практического обучения

6.2.1 Примеры практического обучения в образовательных учреждениях Японии

Одной из самых больших проблем Северо-Казахстанской области в секторе переработки пищевых продуктов является нехватка квалифицированных кадров. В высших учебных заведениях ведутся исследования на высоком научном уровне, а также знакомят с технологиями, однако отсутствует структура, которая дает практическое обучение, в котором нуждаются мелкие и средние предприятия региона. Например, на Хоккайдо, в старших школах и университетах осуществляется практическое обучение со спецификой, указанной ниже,

Таблица 6-3: Примеры практического обучения переработке пищевых продуктов и ведению сельского хозяйства в Японии

Название учеб. заведения	Специфика
Сельскохозяйственная старшая школа Бибаи	Одновременно с преподаванием сельского хозяйства для развития экономических навыков при школе действует постоянный магазин. Развивают региональную кооперацию путем организации праздников урожая и др. мероприятий.
Сельскохозяйственный технический колледж Хакко Гакуэн	Предоставляют молодежи, стремящейся к сельскому хозяйству, место для получения всеобщего и многостороннего опыта в сельском хозяйстве.
Токийский сельскохозяйственный университет	Исследования в широкой области: от сырья до полезных для здоровья продуктов, интенсивная разработка товаров с высокой добавленной стоимостью. Практическое осуществление программ по объединению столичного района и регионов.
Университет молочного хозяйства Ракуно Гакуэн	Учебное заведение, учрежденное самими работниками сельского хозяйства. Осуществляет комплексное обучение с момента производства сырья до системы товарооборота. Занимается разработкой продуктов питания собственного бренда.

Например, в сельскохозяйственной старшей школе Бибаи (3-летняя система обучения) учрежден факультет науки о пищевых продуктах (40 человек на одном курсе), где ученики изучают полный цикл от производства в области продуктов пищевой переработки и контроля за качеством до организации продаж. Ниже приводится конкретное расписание, на объектах школы можно проводить работы приближенные к реальным. Также ученики занимаются разработкой собственных товаров и приобретают опыт, занимаясь практической продажей в городских супермаркетах произведенного во время занятий товаров.

Таблица 6-4: Содержание практических занятий в Сельскохозяйственной старшей школе Бибаи

Учебный курс	Расписание занятий
Практика учеников 1-го курса	Приготовление хлебобулочных изделий, лапши и кондитерских изделий.
Практика учеников 2-го курса	Приготовление джемов и мармелада из сырья на основе продукции сельского хозяйства. Переработка мясопродуктов (консервы).
Практика учеников 3-го курса	Переработка мясопродуктов (ветчина, бекон, сосиски и др.) Переработка молокопродуктов (мороженое, натуральный сыр) Переработка продуктов брожения Практические продажи (универмаги, участие в различных мероприятиях)
Прочие учебные предметы	Производство продуктов питания, комплексное практическое обучение, основы микробиологии, пищевая химия, гигиена на предприятиях пищевой индустрии, пищевая промышленность и товарооборот, биотехнологии животных и микроорганизмов, информатика в сельском хозяйстве.

6.2.2 Основные положения плана

(1) Субъект управления

Головная образовательная управляющая организация специализированных образовательных учреждений будет функционировать в качестве новой структуры на базе ныне существующего Строительно-экономического колледжа Северо-Казахстанской области, а также частных предприятий Северо-Казахстанской области. По возможности, желательно, чтобы организация была создана в форме Акционерного общества с главными держателями акций администрацией области и частными предприятиями. К тому же и сейчас в Строительно-экономическом колледже Северо-Казахстанской области проводится практическое обучение по приготовлению хлебобулочных и кондитерских изделий.

(2) Создание условий для образования

- В ныне действующем Строительно-экономическом колледже Северо-Казахстанской области, который предполагается станет головной образовательной управляющей организацией, подготовить учебные курсы необходимые для получения высшего образования и прохождения курса магистратуры, получить от государственных органов необходимые разрешения.
- Для получения государственной аттестации и аттестации областной администрации организовать соответствующие учебные предметы, получение степеней и т.д.
- Областная администрация подготавливает условия для получения самобытной для области квалификации (устанавливает список учебных предметов).

(3) Образование с обязательным проживанием в общежитии

Студенты получают образование с условием постоянного проживания в общежитии. Часто практические занятия по обеспечению сырьем, товарооборота и т.д. проходят рано утром и при очной системе обучения посещение занятий всеми студентами будет осложнено.

(4) Сроки прохождения обучения на высшем техническом специальном курсе

Система образования состоит из обязательного образования: начальная школа (4 года), средняя школа (5 лет), затем 2-летняя старшая школа.

«Курс, отвечающий программе окончания ВУЗа»

- 6-летний курс (лица, получившие обязательное образование) плюс 1 год практики на предприятии, итого 7 лет
- 3-летний курс (выпускники старшей школы) плюс 1 год практики на предприятии, итого 4 года
- 2-летний курс (выпускники ВУЗов) плюс 1 год практики на предприятии, итого 3 года

«Условия поступления»

- выпускники средней школы (обязательное образование), выпускники старшей школы, выпускники ВУЗов и лица, повышающие квалификацию

(5) Основные особенности программы обучения

Нам сообщали, что в Северо-Казахстанской области есть 11 государственных ВУЗов. Если привлечь к работе преподавательский состав этих заведений, то этим можно закрыть общеобразовательные предметы.

- Методы проведения инспекции и анализа сырья и товаров (Организация по инспекции и анализу должен быть областной структурой и иметь статус сравнимый с государственной организацией)
- Практическое обучение от сырья до переработки, предоставлять возможность получить разносторонний опыт от практичеких занятий на огородно-полевых работ до переработки.
- Санитарная гигиена пищевых продуктов, нормативные положения в области пищевых продуктов, анализ пищевых продуктов, нормативные положения на производстве, процедура сертификации HACCP и ISO
- Проведение лекций через систему спутниковой связи или посредством компьютерной сети.
- Учебные занятия проводить в форме интенсивных лекций .

(6) Специфика организации проведения обучения

- Продумать форму компенсации предприятием, которому предоставили рабочие кадры, расходы за проживание в общежитии, питание, учебу и пр.
- Кредит на образование под высокий процент представляет серьезную проблему и плата за обучение должна быть с учетом этого момента.
- Ставить целью форсирование экспорта, особенно усиленно давать языковую подготовку, готовить выпускников, которые сразу смогут приступить к выполнению поставленных задач.
- Эффективен учебный курс по обучению дизайну и неймингу.

6.2.3 Шаги по организации учебного учреждения

Предполагается реализовать открытие специального учебного заведения по нижеследующим этапам. В этом случае при переходе к следующему шагу работы по первому этапу не завершаются, а продолжая начатое на предыдущем этапе, добавляются работы на новом этапе.

(1) Первый шаг

1) Стирание границ между ВУЗом и предприятиями (Barrier-free)

Приступаем с взаимного выяснения потребностей и возможностей как ВУЗа, так и частных предприятий. Предполагается, что в форме экскурсий на предприятия и интернатуры, представители учебного заведения, включая студентов будут посещать частные предприятия, одновременно и ответственные руководители предприятий будут посещать ВУЗ и разъяснять студентам о положении на местах производства и общественных взаимоотношениях. Частично такая практика уже внедрена в некоторых районах Северо-Казахстанская области и надо придать этому системный характер.

2) Проведение краткосрочные курсы и интенсивных лекций

До введения новых факультетов и осуществления круглогодичных курсов обучения крайне важно провести занятия с привлечением руководящего персонала предприятий, краткие интенсивные курсы, летние семинары и т.п., чтобы иметь возможность оценить реакцию как студентов, так и представителей бизнеса. При организации кратких курсов, для придачи импульса и передачи технологий, также планируется задействовать программы Японского центра ЛСА (Астана), пригласить представителей японских компаний, находящихся в Казахстане, откомандировать специалистов из Японии и т.д.

(2) Второй шаг

1) Формирование предприятий поддержки

После формирования между ВУЗом и предприятиями отношений взаимного доверия посредством прохождения первого этапа будут структурно определены предприятия, оказывающие поддержку в деятельности ВУЗа. Благодаря тому, что эти предприятия будут оказывать помощь студентам в учебе и приеме на работу, появится новое поколение технологов, наиболее соответствующих потребностям местного производства. Кроме того, появится возможность формировать учебные программы ВУЗа отвечающие требованиям предприятий.

2) Участие в различных мероприятиях.

При совместном сотрудничестве ВУЗ и местные предприятия участвуют в выставках и мероприятиях, посвященных разработке новых видов продукции. Студентам это даст возможность поучиться на практике, а предприятиям снизить затратную часть путем привлечение студентов и одновременно с этим получить шанс принять на работу перспективного студента.

(3) Третий шаг

1) Формирование учебных факультетов и отделений

Пройдя эти шаги, на этапе, когда образуется перспектива получения рабочих мест выпускниками и студентами, которые будут набираться на факультеты или отделения, организовать специальные учебные программы. При этом обеспечить возможность для постоянного функционирования учебного процесса, продумав систему внешнего финансирования путем проведения курсов на спонсорские средства предприятий, продажи плодов студенческого труда, направляя вырученные средства на погашение части расходов по проведению учебных занятий. Одновременно с этим разработать план, конечной целью которого ставится учреждение специального образовательного заведения.

2) Начало сотрудничества с зарубежными странами

Через налаживание связей с зарубежными высшими учебными заведениями и специальными школами, имеющими достижения в области обучения сельскому хозяйству и пищевой промышленности можно поднять уровень сознания студентов и преподавательского состава, расширить их кругозор. Сейчас активно развиваются связи

между Казахстаном и японскими университетами, стало возможным найти в Японии учебное заведение, которое станет объектом для сотрудничества.

6.3 Предложение по оказанию услуг в области финансовой информации

В параграф 4.5.7 были затронуты задачи по тщательно продуманному распространению информации, предназначенной для предпринимателей, которые испытывают потребность в финансировании и для тех, кто обеспечивает это финансирование. В коммерческих банках есть управленцы, которые активно работают с клиентами и между ними в полной мере происходит обмен информацией для улаживания вопросов по условиям кредитования, которые отвечают интересам банков и их клиентов. Однако объектами банков выступают уже существующие зрелые предприятия, имеющие прочную хозяйственную основу. Поэтому трудно ожидать подобного подхода от банков в отношении вновь созданных мелких и средних предприятий. Для мелких и средних предпринимателей будут неоценимы услуги по финансовой информации, оказываемые третьими лицами, такими как Технопарк. В качестве исполнителя этих функций исследовательская группа определила Технопарк. Однако, к сожалению, на данный момент Технопарк не обладает в полной мере возможностями по оказанию информационных услуг.

Нередко предпринимателям приходится одновременно сталкиваться с рядом комплексных проблем до того, как деятельность предприятия встанет на стабильные рельсы. Должно быть, в такие времена многим предприятиям требуется такая сбалансированная организация системы, при которой обратившись в Технопарк, можно было получить консультацию по всем вопросам, включая технические, рабочей силы, обеспечение финансового кредитования и т.п.

Сейчас, к примеру, Технопарк если и справляется с практическими функциями в работе по ведению финансовых дел, тем не менее не обладает достаточными познаниями в области финансовых продуктов и базисной теории финансов, поэтому крайне малое количество полученных рабочих заявок. Можно добавить, что хотя в спектр деятельности компании и входят оказание консалтинга по технологическим вопросам и маркетингу новых товаров, однако в реальности от предприятий поступает крайне мало заказов.

Прежде всего важно обеспечить придание функций, присущих one stop shop путем формирования среды, в которой большее количество частных предприятий сможет обращаться за различными консультациями, благодаря получению Технопарком специальных знаний в области финансов. Вероятно, эффективным будет подготовка 2 экономистов, получивших знания в области финансов на сторонних стажировках, а для восполнения недостатков в ведении дел временно можно заручиться поддержкой компании «KazAgro Marketing». В стремлении к оказанию услуг по принципу one stop shop и благодаря постепенному осваиванию необходимых функций, следует ставить своей целью увеличение количества обращений неограниченно большого количества со стороны предприятий с расчетом на увеличение прибыли Техноцентра в результате хозяйственной деятельности.

В следующей главе в рамках мастер плана будут рассмотрено и подробно описываться в плане действий, что необходимо предпринять Технопарку для получения достаточного влияния и каким образом оказывать требуемые услуги в области информации по финансированию.

6.4 Предложение по созданию регионального Центра технологий по переработке пищевых продуктов

6.4.1 Необходимость регионального Центра технологий по переработке пищевых продуктов в секторе пищевой переработки

Ведущими отраслями промышленности Северо-Казахстанской области являются сельское хозяйство, животноводство и сектор переработки пищевой продукции, однако до сих пор со времен бывшего Советского Союза не изменилось значительное позиционирование области в качестве базы по поставке сырьевых ресурсов. Сектор переработки пищевых продуктов занимает значительную долю в индустрии производства Северо-Казахстанской области и является важнейшей отраслью промышленности, тесно связанной с аграрной индустрией, и одновременно играет значительную роль в развитии региональной экономики.

На рынке г.Петропавловска в супермаркетах растут объемы продаж продуктов питания, ориентированных на потребителей с возросшей покупательской способностью. Хотя в рекламе товаров и продуктов мясной переработки апеллируется к свежести, отсутствию добавок, их пользе для здоровья с использованием достоинств происхождения сырья из Северо-Казахстанской области, однако они находятся в жесточайшей конкуренции на рынке с зарубежной продукцией и продукцией из других областей.

Для удовлетворения параметров, предъявляемых к продукции пищевой переработки со стороны потребителей и розничных продавцов, а также повышения конкурентоспособности необходимо мировоззрение, отличное от прежнего.

- соответствие многообразию требований потребителей
- способы апеллирования к безопасности сырья и продукции
- подход к дизайну продаваемых товаров

В настоящее время в Северо-Казахстанской области не существует органа, оказывающего помощь в повышении конкурентоспособности региональных мелких и средних производителей пищевой продукции. Как уже говорилось, существует предоставление информации для организации собственного бизнеса в Технопарке, помощь с получением сертификации и сдача в аренду производственных площадей и оборудования, обучение в ВУЗах в целях подготовки технических кадров для пищевой индустрии в основном в форме занятий в аудиториях, также предоставление финансовой информации в DAMU и TOBOL, однако предоставление помощи и всех этих услуг происходит по схеме и замыслу каждой отдельной организации. И поскольку эта помощь строится на основе вертикальной административной системы, то отсутствуют функции взаимной координации.

Если взглянуть на эту ситуацию с позиции малого и среднего бизнеса, получающего подобную помощь, то для них затруднен доступ к информации и услугам по вопросам, где можно добыть необходимую информацию и какую технологическую помощь можно получить.

Поэтому здесь вносим предложение о региональном Центре технологий переработки пищевых продуктов, поскольку считаем, что в региональном Центре технологий переработки пищевых продуктов будут сконцентрированы функции для отлаженного оказания поддержки малому и среднему бизнесу.

Тут нами под Центром подразумевается не сооружение в физическом смысле, а позиционируется в качестве функционального узла, обладающего «функциями технологической помощи», «функциями информационного обеспечения», «функциями подготовки квалифицированных кадров», предоставляемых периферийными уже существующими организациями, на базе функций one stop ныне действующего Техноцентра.

(1) Цели регионального Центра технологий по переработке пищевых продуктов

В качестве целей деятельности регионального Центра технологий по переработке пищевых продуктов можно привести 3 направления.

- Повышение конкурентоспособности малого и среднего сектора промышленности по переработке пищевых продуктов: повышение конкурентоспособности посредством улучшения качества продуктов переработки, отвечающих стремлению потребителей к здоровой пище, и разработка продукции, апеллирующей к безопасности.
- Развитие местной промышленности (вкл. содействие промышленному животноводству): развитие промышленности по переработке пищевых продуктов связано с активизацией сектора животноводства в качестве поставщика сырья.
- Расширение сети продаж продуктов переработки пищевой промышленности на внутреннем рынке и стимулирование экспорта: расширение сети продаж на местных рынках через конкуренцию с импортным товаром из России, Белоруссии, др. стран и областей Республики, необходимо проводить разработки для стимулирования экспорта в близлежащие страны, не ограничиваясь только внутренним рынком.

(2) Значение регионального Центра технологий по переработке пищевых продуктов

Северо-Казахстанская область представляет из себя зону по производству зерновых культур, таких как пшеница и т.д. и является основным животноводческим промышленным районом, для которого производимые в области зерновые служат кормом. Также область служит пунктом грузооборота, граничащим с Россией на севере Казахстана.

Отсутствуют опытно-исследовательские организации в сфере пищевой индустрии, не создана среда для разработки конкурентоспособных брендов, направленных на возвращение местной промышленности. Растет дифференцированность в развитии между регионами, для местной промышленности складываются невыгодные условия, для развития индустрии по переработке пищевых продуктов в Северо-Казахстанской области крайне необходимо функционирование системы оказания поддержки, тесно привязанной к нуждам региона.

(3) Функции, которыми должен быть наделен региональный Центр технологий по переработке пищевых продуктов

Предполагаем, что региональный Центр технологий по переработке продуктов питания в качестве центра комплексной помощи в режиме функционирования one stop должен обладать нижеследующими функциями.

- Программное обеспечение для разработки товаров и производственной кооперации, предоставления информации и координации

- Технические консультации и поддержка в разработках, непосредственная привязка к производству продукции и продажам, вкл. опытные испытания по заявкам и т.д.
- Маркетинговые функции: помощь в реализации продукции и поддержка по формированию рыночной стратегии.

(4) Проблемные участки ныне существующей системы государственной помощи

Проводимые в Казахстане анализы продукции и сырья для продуктов питания осуществляются в ветеринарных и сельскохозяйственных лабораториях, в санитарно-гигиенических и эпидемиологических центрах. Однако эти анализы проводятся с точки зрения ветеринарии и санитарии в целях предотвращения нанесения вреда и отличаются от опытов и анализов, осуществляемых при оказании помощи предприятиям. Проблема также состоит в том, что стоимость подобных экспертиз также не служит целям поддержки пищевой индустрии и их дороговизна влечет большие расходы для предприятий. С точки зрения оказания помощи промышленности необходимо удерживать за счет денежных субсидий низкие тарифы на экспертизы, проводимые в региональном Центре технологий по переработке пищевых продуктов.

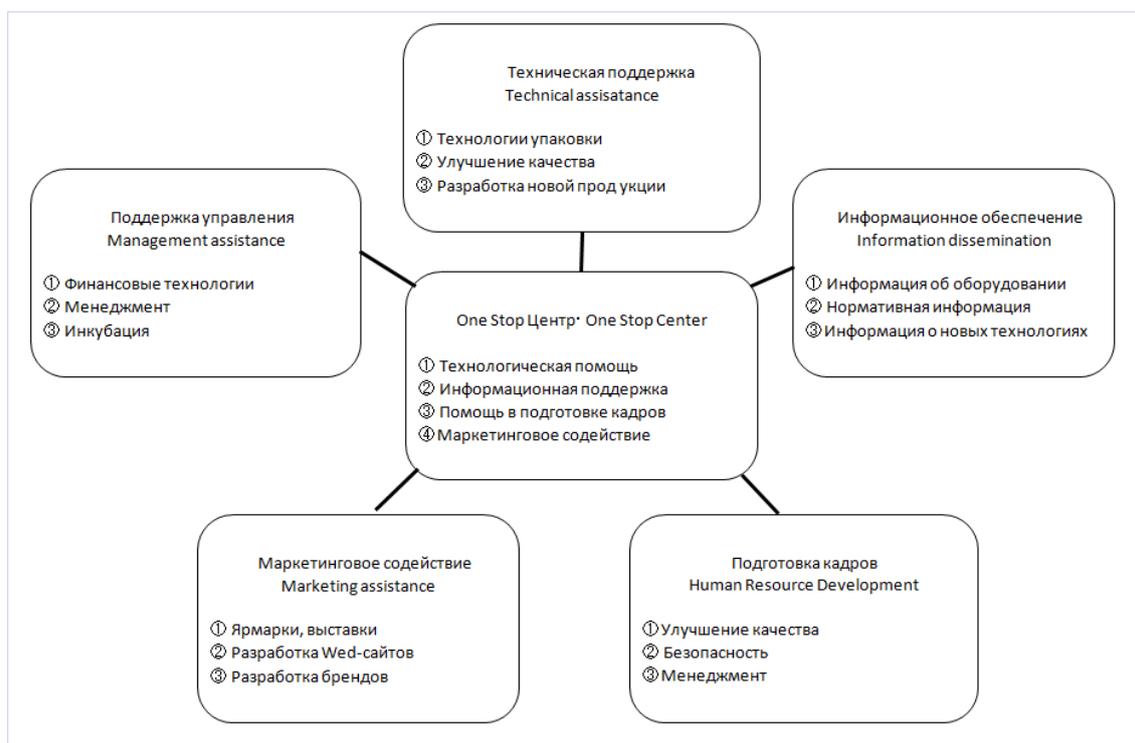
(5) Ожидаемый эффект

От работы региональном Центре технологий по переработке пищевых продуктов ожидается нижеследующий эффект:

- Совершенствование и разработка новых продуктов переработки животноводства с добавленной стоимостью.
- Организация оперативной технологической помощи, проведение анализов и тестирований, отвечающих особенностям местной промышленности, оборудования для переработки открытого типа (сдача в аренду за умеренные деньги).
- Содействие в разработке товаров, повышение эффективности производства и улучшение качества.
- Увеличение доходов фермерских хозяйств, являющихся поставщиками сырья, сопряженное с ростом объема продаж продукции местной переработки.

6.4.2 Концепция функций регионального Центра технологий по переработка пищевых продуктов

Региональной Центр технологий по переработке пищевых продуктов должен быть центром комплексной помощи, наделенный функциями one stop, которые обеспечивают предоставление необходимой информации и технологии для решения задач, возникающих при разработке технологий в области пищевой переработки малыми и средними предприятиями пищевого сектора, сбора информации, подготовки квалифицированных кадров, маркетинга и т.д.



Источник: Материалы исследовательской группы ЛСА

Схема 6-3: Развернутая схема функционирования регионального Центра технологий по переработке пищевых продуктов.

Ниже предлагается соответствующая разнообразным функциям структурная организация регионального Центра технологий по переработке пищевых продуктов, при этом работы по оказанию услуг в области технологий, информации, стажировок и др. передаются в доверительное управление в основном сторонним организациям.

Таблица 6-5: Функции и структура регионального Центра технологий по переработке пищевых продуктов.

Функции	Содержание услуг	Предполагаемые организации
Функции One Stop	Работа консультационного пункта	Технопарк
Технологическая поддержка	Технологическая помощь в области переработки пищевых продуктов и контроля качества	Исследовательские организации, частные структуры
Обеспечение информацией	Помощь в сборе информации о технологиях в области продуктов питания и информация о нормативном регулировании	Образовательные, исследовательские организации, административные органы
Подготовка кадров	Обучение, стажировки и др.	Образовательные, административные органы
Маркетинг	Помощь в изучение рынка, стимулирования продаж	Частные структуры
Поддержка управления	Предоставление информации о финансировании	Финансовые органы

6.4.3 Генеральный план регионального Центра технологий по переработке пищевых продуктов

С учетом концепции функций, которыми должен быть наделен региональный Центр технологий по переработке пищевых продуктов, в целях содействия развитию промышленности по переработке пищевых продуктов в Северо-Казахстанской области рассмотрим генеральный план по реализации регионального Центра технологий по переработке пищевых продуктов.

(1) Изучение необходимых функций

По функциональным категориям в таблице ниже суммирована деятельность, осуществляемая местными предприятиями по производству продуктов питания, услуги, оказываемые местной администрацией, услуги, которые сейчас не оказываются, и услуги, которые следует интенсифицировать, по отдельным видам продукции.

Существующая ныне продукция, как молочная, так и мясной переработки, в основном производится в соответствии утвержденной правительством системой сертификации, при этом поскольку разработка новых видов продукции занимает много времени и требует капиталовложений, то при нынешнем положении не функционирует система разработка новых видов продукции, контроля за качеством и привлечения новых технологий для повышения конкурентоспособности.

1) На примере молочной продукции

	Деятельность, осуществляемая предприятиями	Услуги, оказываемые областной администрацией	Деятельность, которой не достаёт или требует активизации
Технологии упаковки пищевых продуктов	Оборудование и упаковочные материалы для бумажной и виниловой упаковки	Нет	Исследования в области пластиковых бутылок, оборудование и материалов для их производства, санитарно-гигиенический контроль в цехах упаковки, внедрение дизайна упаковочных материалов
Повышение качества и обеспечение безопасности	Проверка поступаемого сырья и материалов, анализ состава продукции, проведение опытов по хранению	Экспертизы товаров для производства и реализации, также проверки на заводах	Ускоренное тестирование срока хранения, тестирование упаковочных материалов, тестирование на физические свойства, упаковочных материалов, проверка на наличие инородных предметов, сбор информации о претензиях к продукции после выхода на рынок
Разработка новой продукции	Заявки отнимают время и средства, мало разработок новых видов продукции	Проверки и утверждения в отношении производства новых товаров и их реализации	Разработка оригинальной продукции, разработка товаров с высокой долей добавленной стоимости
Поставки оборудования и материалов	Прямые переговоры с производителями оборудования и материалов, сбор информации на выставках	Нет	Широкий сбор информации об оборудовании и материалах для переработки
Учеба сотрудников	Стажировки внутри и вне компании	Нормативно-правовые семинары комитета по метрологии и техническому регламенту	Практические стажировки (микробиологический анализ и контроль качества)
Маркетинговые исследования	Данные продаж из коммерческого сектора	Нет	Маркетинговые исследования в целях разработки новой продукции и улучшения качества, тест-маркетинг и др.

2) На примере продукции мясopереработки

	Деятельность, осуществляемая предприятиями	Услуги, оказываемые областной администрацией	Деятельность, которой не достаёт или требует активизации
Технологии упаковки пищевых продуктов	Оборудование и упаковочные материалы: пластиковая упаковка	Нет	Исследования в области материалов для упаковки маленьких порций (тонкая нарезка и т.д.), оборудование и материалы для их производства, санитарно-гигиенический контроль в цехах упаковки, внедрение дизайна упаковочных материалов
Повышение качества и обеспечение безопасности	Проверка поступающего сырья и материалов, анализ состава продукции, проведение опытов по хранению	Экспертизы товаров для производства и реализации, также проверки на заводах	Ускоренное тестирование срока хранения, тестирование упаковочных материалов, тестирование на физические свойства, упаковочных материалов, проверка на наличие инородных предметов, сбор информации о претензиях к продукции после выхода на рынок
Разработка новой продукции	Заявки отнимают время и средства, мало разработок новых видов продукции	Проверки и утверждения в отношении производства новых товаров и их реализации	Дифференциация от остальной продукции, целевая разработка местных видов продукции
Поставки оборудования и материалов	Прямые переговоры с производителя оборудования и материалов, сбор информации на выставках	Нет	Широкий сбор информации об оборудовании и материалах для переработки
Учеба сотрудников	Стажировки внутри и вне компании	Нормативно-правовые семинары комитета по метрологии и техническому регламенту	Практические стажировки (микробиологический анализ и контроль качества)
Маркетинговые исследования	Данные продаж из коммерческого сектора	Нет	Маркетинговые исследования в целях разработки новой продукции и улучшения качества, тест-маркетинг и др.

Функции, необходимые в дальнейшем для поддержки сектора переработки продуктов питания, можно объединить следующим образом:

- Внедрение технологий функционально активной упаковки для продления жизни продукции и внедрение привлекательного дизайна упаковочного материала.
- Сбор технической информации для разработки конкурентноспособной продукции и внедрение навыков по улучшению качества.
- Практическое обучение для повышения уровня квалификации сотрудников (контроль качества, санитарно-гигиенический контроль и т.д.)

(2) Генеральный план регионального Центра технологий по переработке пищевых продуктов (Проект)

- Описание основных услуг Регионального центра технологий по переработке пищевых продуктов (проект)

Ниже приводится описание предполагаемых основных услуг, которые будут оказываться в региональном Центре технологий по переработке пищевых продуктов.

Вид деятельности, являющейся объектом оказания услуг: мелкие и средние предприятия по переработке молочных и мясных продуктов.

Цель оказания помощи: содействие улучшению качества и разработке новых видов продукции для усиления конкурентоспособности предприятий переработки продуктов питания.

Сектор	Содержание услуг
Технологии пищевой упаковки	Предоставление информации по упаковочным материалам и оборудованию, а также инвентаря для проведения анализов открытого типа, технологиям активно-функциональной упаковки и консультации по упаковочному дизайну.
Улучшение качества и обеспечение безопасности	Тестирование продукции на хранение, сбор информации о рынке, предоставление информации о безопасности продуктов питания и нарушениях, проведение опытов и анализов по заявкам (микробиологический анализ, анализ состава и др.)
Разработка новой продукции	Поддержка в области технологий по разработке новых видов продукции, предоставление информации о технологиях новых видов товара, руководство и советы по решению технических задач, получение патентов при совместных исследованиях.
Поставка материалов и оборудования	Предоставление информации по упаковочным материалам и оборудованию, база данных по упаковочным материалам и оборудованию, помощь при планировании участия в выставках.
Обучение рабочего персонала	Стажировки в области микробиологического анализа, стажировки в области методов контроля качества, прием стажеров, семинары по безопасности продуктов питания, стажировки в области методов маркетинга.
Маркетинговые исследования	Рыночный тест-маркетинг, изучение рынка на выставках и т.д., содействие в построении маркетинговой стратегии для разработки новых видов продукции.

- Объекты регионального Центра технологий по переработке пищевых продуктов

Для оказания Центром помощи посредством услуг на базе программного обеспечения для проведения опытов, анализов и стажировок необходимы в виде физических объектов различные помещения и техническое оборудование, в ходе осуществления Центром своей деятельности понадобятся следующие помещения под лаборатории и аудитории для стажировок.

	Описание вида деятельности
Склад	Склад для хранения пищевых продуктов (морозильник, холодильник), склад для оборудования и материалов.
Рынок (магазины для продажи продуктов питания)	Магазины розничной торговли для проведения тест-маркетинга (20-30 торговых точек)
Лаборатория открытого типа для опытов с материалами и оборудованием пищевой переработки	Материалы и оборудования пищевой переработки, инвентарь для проведения опытов (открытого типа: свободная платная аренда)
Аудитории для стажировок, комната для консультаций по технически вопросам	Аудитория для проведения рабочих семинаров, комната для дачи консультаций
Лаборатория для проведения опытов и анализов	Материалы и оборудования для проведения опытов и анализов
Офис	Кабинет руководителя, помещения для бухгалтерии, приемная для посетителей, комната для хранения документации.

- Материалы и оборудование, которыми предполагается оснастить региональный Центр технологий по переработке пищевых продуктов (упаковка пищевых продуктов, оборудование и материалы для контроля качества (проект))

При эксплуатации оборудования и материалов потребуются расходы на их содержание, поэтому ограничимся минимальным количеством оборудования и материалов, необходимых для упаковки пищевой продукции и контроля качества. В качестве источника финансирования изучить привлечение средств на безвозмездной основе посредством «народной дипломатии».

1. Вакуумно-упаковочная машина (вкл. заполнение инертным газом) :	30,000US\$
2. Аппарат для дозировки и упаковки:	5,000US\$
3. Тепловой стерилизатор (источник нагрева: газ, электричество):	10,000US\$
4. Камера-термостат для поддержания постоянной температуры и влажности:	10,000US\$
5. Техническое оборудование для проведения анализов:	5,000US\$
6. Бесшумное устройство нарезки:	30,000US\$
7. Приборы для проведения опытов:	5,000US\$
8. Прочее:	10,000US\$
<hr/>	
Итого:	105,000US\$

(3) Порядок управления региональным Центром технологий по переработке пищевых продуктов.

В качестве Центра по принципу one stop Технопарк возьмет на себя функции секретариата по управлению региональным Центром технологий по переработке пищевых продуктов, будет централизованно вести учет функций администрации области по содействию региональному развитию, станет пунктом по предоставлению комплексных услуг мелким и средним предприятиям пищевой промышленности. Также Технопарк станет опорным пунктом по предоставлению мелким и средним предприятиям пищевой промышленности информации, услуг в области технологий и обучения.

Комитет по управлению, сформированный из представителей администрации, частных структур и образовательных учреждений будет следить за тем, какую пользу приносит деятельность регионального Центра технологий по переработке пищевых продуктов, рассматривать вопросы, касающиеся услуг по оказанию технологического руководства и стажировок, осуществлять надзор за целесообразным использованием денежных субсидий. При необходимости избирать членов комиссии для проведения экспертиз, касающихся вопросов сертификации в регионе и т.д.

Региональный Центр технологий по переработке пищевых продуктов при осуществлении деятельности по оказанию услуг в области технологий, информации и стажировок и пр., будет активно привлекать к своей работе внешние ресурсы – местные ВУЗы и другие учебные заведения, исследовательские организации, финансовые учреждения и частные предприятия. Также Технопарку придется оказывать большой объем услуг ограниченным числом сотрудников и это будет техническая работа, касающаяся тематики пищевой переработки. Поэтому за исключением работ, осуществляемых консультационным пунктом, оказание специальных услуг (проведение опытов, анализы, стажировки и др.) будет по договорам доверительного управления передаваться для исполнения частному сектору (Государственно-частное партнерство Public Private Partnership: PPP). Работу частного сектора областная администрация будет оплачивать за счет субсидий, которые необходимы для содействия развитию индустрии пищевой переработки в области.

Правительство Казахстана в партнерстве с развиваемым им другими Технопарками и содействующими организациями будет укреплять ресурсную базу проекта. Также приветствуется интенсификация спектра оказываемых услуг в сотрудничестве по мере необходимости с зарубежными, в том числе и японскими, государственными, частными и научными организациями, оказывающими содействие предприятиям пищевой промышленности.

Поскольку деятельность регионального Центра технологий по переработке пищевых продуктов будет сосредоточена на содействии развитию местных малых и средних предприятий сектора промышленности пищевой переработке и непосредственно связана с нуждами местных предприятий, то желательно его управление в качестве отдельной структуры хотя и в сотрудничестве по проекту Индустриального Парка, претворяемого в жизнь правительством Казахстана. В этом плане полезно будет знать позиционирование Центра технологий пищевой переработки района Токачи на Хоккайдо и Центра содействия промышленности Токачи, которые были представлены в параграфе «3.3.3 Сходные с Технопарком функции по поддержке среднего и мелкого предпринимательства в промышленном секторе пищевой переработки в Японии».



Источник: Материалы исследовательской группы JICA

Схема 6-4: Позиционирование Технопарка в структуре регионального Центра по переработке пищевых продуктов

6.5 Мероприятия, направленные на создания местных брендов

6.5.1 Осуществление передачи технологий через образцовое хозяйствование.

Несмотря на то, что из производимой в Северо-Казахстанской области молочной продукции и продукции мясной переработки производится товар отличного качества, по сравнению с продукцией из других регионов, тем не менее не подчеркиваются достоинства товара и во всей полноте не демонстрируется его конкурентоспособность. В дальнейшем для повышения рыночной конкурентоспособности эффективной мерой станет не только разработка и производство оригинальных товаров с высокой долей добавленной стоимости, но и формирование региональных брендов, которые могут ассоциироваться с привлекательным образом региона, наряду с повторной ревизией ресурсов региона.

Во время этого исследования мы запланировали свести в одно целое мнения представителей регионов путем обмена мнениями с органами администрации и частными предприятиями в стремлении к формированию местных брендов Северо-Казахстанской области. Затем взяли за создание WEB-сайта, посвященного местным брендам и попытались нащупать путеводную нить к идее формирования кластера, продвигая участие в выставке и стремясь к партнерству административных органов Северо-Казахстанской области и частных предприятий.

① Предоставление возможности для обмена мнениями

По предложению Управления предпринимательства и промышленности Северо-Казахстанской области в течение двух дней с 11 и 12 марта 2010 года был проведен семинар на тему «Переработка пищевой продукции» для предприятий молочного и мясного сектора. На основе обсуждения конкретной темы через обмен мнениями представителей одного сектора экономики региона можно создать отношения взаимного доверия, спланировать кооперацию между коллегами из разных предприятий, что является неотъемлемой составной формирования кластера.

Например, во время обмена мнениями представителей местных предприятий было сказано о важности поддерживать качество для защиты региональных брендов, но с другой стороны прозвучало возражение, что при достижении принятых в Республика показателей и установлении более высоких нормативов увеличится расходная часть предприятий. Для выброса на внутренний и внешний рынки конкурентоспособного товара крайне важна «дифференциация» продукции. По нашему мнению, для этого важно установить нормативы, подтверждающие «свежесть и безопасность», являющихся визитной карточкой Северо-Казахстанской областей, ввести сертификацию брендов, и когда исследовательской группой были даны эти разъяснения, участники семинара показали свое понимание. Важно именно создание среды, когда в процессе взаимного обмена мнениями решение проблем координируется всеми участниками. Кроме того, ниже приводятся основные точки зрения, прозвучавшие во время обмена мнениями.

Долгосрочная стратегия	- Для закрепления бренда требуется время. Для закрепления фирменного названия собственной продукции потребовалось 30 лет. При формировании региональных брендов необходим расчет на долгосрочную перспективу.
Нормативы качества	- Для поддержания фирменной марки нужны определенные стандарты. Посредством установления стандартов становится возможным поддержание качества местных товаров фирменной торговой марки. - В Казахстане уже установлены строгие нормативы, для достижения более высоких стандартов нужны средства и время, это повлечет для предприятий дополнительную финансовую нагрузку.
Субъект реализации	- Неясно, кто возьмет на себя основную административную работу при формировании местных брендов. - Не сами частные предприятия, а пока губернатор Северо-Казахстанской области не возьмет на себя руководство, местные предприятия вряд ли примут участие.
Организация магазинов Antenna Shop	- Высказано пожелание о проработке вопроса по организации сети Antenna Shop, в которых будут продаваться товары местных фирменных марок. - Также и с точки зрения повышения эффективности товарооборота наличие сети Antenna Shop принесет пользу.
Названия местных брендов	- Лучше Петропавловск, т.к. он более известен, чем Северо-Казахстанская область. - Петропавловск уже зарегистрирован в качестве торговой марки компании «Маслодел», поэтому лучше Северо-Казахстанская область. К тому же в России Петропавловск у многих людей ассоциируется с городом на Камчатке.

② Создание WEB-сайтов местных брендов.

В качестве средства для подачи информации о местных брендах нами была предпринята попытка разработать Web-сайт. Благодаря созданию сайта можно не только рекламировать потребителям свои товары и услуги, но и через анкетирование интернет-пользователей можно проводить маркетинговые исследования. Также считаем, что путем создания Web-сайт можно подвигнуть представителей деловых на обмен информацией, подготовить почву для взаимопонимания.

В Казахстане распространение Интернета находится на низком уровне, в Северо-Казахстанской области Интернет-сеть также распространена слабо, в результате чего мало предприятий, имеющих свои Web-сайты. Однако во всем мире степень распространения Интернета постоянно растет, и в Казахстане в будущем прогнозируется распространение Интернета.

В действительности, Web-сайты администраций Северо-Казахстанской области и города Петропавловска отмечаются насыщенностью содержания, и в будущем через ссылки на Web-сайты частных предприятий можно добиться значительного увеличения эффекта от распространения информации посредством Интернета.

Web-сайт был создан благодаря сотрудничеству с местными компаниями, также при подготовке Web-сайта предприятий были использованы материалы, предоставленные областной администрацией, информация также была почерпнута при опросе предприятий и из буклетов компаний.

При размещении информации на сайте позаботились о том, чтобы по содержанию оно было одинаковым для всех компаний, заставляло понять суть идеи формирования местных брендов и придавало чувство единения. Также, хотя производители пищевых продуктов в Северо-Казахстанской области и ведут коммерческую деятельность с оптовиками и мелкими розничными торговцами в супермаркетах, среди них немало и таких компаний, которые не озабочены развитием торговли для обычных потребителей. В виду этого, на Web-сайте была добавлена информация о магазинах с товарами для простых потребителей. Размещаемый на Web-сайте контент должен быть следующего содержания.

Пример² контента Web-сайта по продвижению местных брендов

Наименование контента	Содержание
Представление местного бренда	Приветствие местной администрации, отличие от других регионов, основные положения Пиара и т.д.
Информация о компании	История становления компании, обзор деятельности, список основных партнеров и т.д.
Краткие сведения о руководстве	Краткая биография руководителя, фотография, приветствие, хобби, производственная политика.
Представление сотрудников	Представления ведущих сотрудников, фотографии, комментарии и т.п.
Отзывы клиентов	Мнение и отзывы покупателей и т.п.
Ознакомление с товаром и услугами	Товарная линейка, краткий перечень услуг и т.п.
Информация, полезная для потребителей	Рецепты приготовления блюд и т.п.

При подходе к разработке Web-сайта местных брендов Северо-Казахстанской области необходимо неторопливо по графику в течение примерно одного года развивать Web-сайт.

Сейчас ЛСА положила начало Web-сайту местных брендов, и желательно, чтобы при содействии Технопарка и органов местной администрации сайту обеспечивалась поддержка. Ниже приведен примерный полугодовой график с момента запуска сайта:

Пример³ График разработки Web-сайта по продвижению местных брендов

Примерное расписание	Предоставляемый контент
Начало	Сведения о компании, краткие сведения о руководстве, представление сотрудников.
1-й мес.	Ознакомление с продукцией и услугами.
2-й мес.	Отзывы клиентов
3-1 мес.	Последовательное предоставление полезной для потребителей информации.
4-6-й мес.	Пересмотр содержания ознакомления с продукцией и услугами.

③ Участие в выставках

На семинаре, посвященном продуктам питания, от представителей местных предприятий прозвучало пожелание об уместности организации сети магазинов по принципу Antenna shop. На самом деле, для представления своей брендовой продукции в других регионах и получения признания потребителей необычайно велика роль, выполняемая постоянно действующими магазинами Antenna shop. Тогда в качестве первого шага к созданию Antenna shop нами было предложено участие Северо-Казахстанской области в выставке «Inter Food», которая будет проводиться в Астане в течение трех дней с 27 мая по 29 мая 2010 года.

До этого предприятия Северо-Казахстанской области, каждый по отдельности, принимали участие в данной выставке, не было опыта участия в составе объединения предприятий Северо-Казахстанской области. При наборе участников одна компания по производству молочной продукции и 1 компания, выпускающая мясную продукцию, заявили о своем желании принять участие в выставке. Подготовка к участию в выставке

² См. сайт компании WEB MARKETING RESEARCH INSTITUTE, LTD.

³ См. сайт компании WEB MARKETING RESEARCH INSTITUTE, LTD.

проходила при тесном общении и обмене информацией между Управлением сельского хозяйства Северо-Казахстанской области, Управлением предпринимательства и промышленности, Технопарком и обеими компаниями-участниками выставки.

Выставка «Inter Food» является международной выставкой «Продукты питания, Напитки, Упаковка и Оборудование для пищевой промышленности», проводимой в столице Казахстана Астане с 1999 года. Главный организатор выставки – компания «ИТЕСА», которая является партнером профессионального организатора выставок в Казахстане и Центральной Азии – ITE Group Plc. На выставке представляются молочные, мясные и колбасные, рыбные и кондитерские изделия. Каждый год около 4,000 представителей из различных областей Казахстана, Средней Азии, России и близлежащих государств посещают эту выставку.

Оба предприятия, которые планируют принять участие в выставке поставляют свою продукцию в расположенные в Астане гипермаркет «Metro» и сеть супермаркетов «Рамстор». Поэтому в качестве экспонатов для выставки в основном рассматривались товары, которые могут купить жители Астаны в пределах городской черты.

В этот раз организаторскими вопросами занималась ИСА, но в дальнейшем желательно, чтобы участие в выставках осуществлялось под руководством Технопарка Северо-Казахстанской области в тесной кооперации с предприятиями. Участие в выставке является дорогостоящим мероприятием, поэтому предполагается, что количество потенциальных участников будет ограничено. Необходима определенная финансовая помощь со стороны областной администрации для компенсации части платы за место участника выставки и регистрационные взносы, чтобы предоставить возможность принять участие в выставке. В настоящее время Центральным правительством Казахстана рассматривается программа оказания помощи по организации выставочных стендов для группы предприятий, стремящихся к наращиванию экспорта. Желательно, чтобы эта система активно работала.

Примечание Результаты проведения выставка «Inter Food»

(Дата проведения: : 25-27 мая 2010 года)

- Место проведения: г. Астана, столичный Конгресс Холл
- Предприятия участиники: 70 компаний (60% компаний из Казахстана, 30% из стран бывшего СНГ, 10% из других стран)

От Северо-Казахстанская область приняло участие в выставке 3 компании (2 компании по производству молочной продукции и 1 компания по изготовлению мясных и колбасных изделий). Из них 2 компании получили золотой приз на конкурсе «Лучший экспонат на выставке», а также все 3 компании отличились хорошими показателями прямых продаж.

На проводимом одновременно семинаре «Изучение мастер плана по развитию кластера сектора переработки продуктов питания в Северо-Казахстанской области» присутствовало большое количество участников от областной администрации и частных предприятий.

В качестве реальных достижений проведения выставки говорилось о признании действенности участия в выставке предприятиями-участниками, также о получении банковского кредита и сплочении предприятий-участников в результате совместной активной деятельности за пределами области.



Выставочный стенд Северо-Казахстанской области



Семинар на территории выставочного зала

6.5.2 Дальнейшие меры по развитию

В Казахстане рынок молочной продукции и рынок мясных изделий расширяется за счет притока иностранных товаров из России и других стран. Одновременно с этим обостряется и межрегиональная конкуренция внутри страны. Продукция крупных отечественных производителей проникает на местные рынки. За 9 месяцев проведения настоящего исследования мы смогли убедиться, как на полках крупных супермаркетов в Петропавловске постепенно занимает все больше и больше пространства продукция крупных производителей из Алматы.

В условиях усиливающейся конкурентной борьбы местных предприятий и компаний из других регионов план «дифференциации» товара является для местным предприятий средством выжить. Предложение товара, четко отделяемого от других товаров, так называемая «дифференциация», и именно она, станет отправной точкой местного брэнда.

Кроме того, необходимо рассмотреть методы, которыми достоверно и объективно можно передать достоинства дифференцированного товара. Одним из них является использование Web-сайта. При планировании «дифференциации» важное значение имеет передача посредством сайта потребителям информации о качестве товара, концепции, способе изготовления и т.д. Казахстан является классическим по типу

обществом с вертикальной системой управления, особенностью его являются слабые горизонтальные связи. Например, в Казахстане пока недостаточно развита система организации грузооборота, а содержание грузовика по типу «термос» для производителя накладно. От одной компании-участника рабочей группы, прозвучало высказывание о том, что при система совместного владения и эксплуатации транспорта с охлаждающим оборудованием было бы выгодно всем предприятиям, однако не предоставляется возможности обсудить это.

В качестве одной из действенных мер по увеличению сети продаж в других регионах и на зарубежных рынках является организация торговых точек по принципу Antenna shop. Также и представители производственного сектора Северо-Казахстанской области высказали мнение о том, что наличие точек Antenna shop, продающих продукцию Северо-Казахстанской области, благотворно сказалось бы на рекламе и эффективности товарооборота. Однако создание Antenna shop сопряжено с финансовыми затратами и требует знание ноу-хау, поэтому на данном желательно прилагать усилия по аккумуляции опыта управления и выяснения потребностей потребителей, начиная с участия в ярмарках и проведения мероприятий местного значения на базе уже существующих торговых точек.

Считаем, что в сложившейся обстановке Технопарк станет подходящим лидером по созданию собственных местных брендов в Северо-Казахстанской области. К примеру, «Торговая марка Миядзаки» держится на работе «Штаба по продвижению брэнда Миядзаки», который координирует действия на местах производства и потребления, и, выстроив последовательную стратегию от производства до продаж, рекламирует местный брэнд по всей стране. Полагаем, что для малых и средних предприятий Северо-Казахстанской области также подходит этот метод по созданию местных брендов при поддержке Технопарка и местной администрации. Ниже сформулированы среднесрочные и долгосрочные задачи по созданию местных брендов. Участниками этого проекта предположительно станут члены рабочей группы, сформированной из представителей Северо-Казахстанской области.

Средне- и долгосрочные задачи по созданию местных брэндов

	Цель	Содержание	Субъект реализации
1-я фаза (1-й год)	Учреждение рабочей группы по местным брэндам (участие представителей промышленности, администрации и научных организаций)	Создание Web-сайта	Технопарк
		Рассмотрение мер, направленных на формирование местных брэндов. Например: повторный мониторинг «сырья» в Северо-Казахстанской области, изучение способов изготовления продукции с целью придать ей «дифференцированности».	Частные предприятия
		Участие в выставках по стране	Технопарк
2-я фаза (2, 3-й год)	Распространение местных брэндов на рынке внутри страны	Создание стандартов сертификации местных брэндов	Технопарк
		Открытие местных Antenna Shop	Технопарк
		Участие в выставках по стране	Технопарк
3-я фаза (4, 5-й год)	Распространение местных брэндов на зарубежных рынках	Открытие зарубежных Antenna Shop	Технопарк
		Участие в зарубежных выставках	Технопарк

7 Проект генерального плана по развитию кластеров в пищевой промышленности

7.1 Краткое изложение генерального плана

7.1.1 Принципы формирования кластеров

Содержание исследования представляет собой, основанные на полученных результатах и собственной точки зрения. Эти предложения исследовательской группы связаны с принятием генерального плана развития кластеров пищевой промышленности организациями-партнерами в Северо-Казахстанской области.

На основании проведенных совместно с местными организациями-партнерами работ и обсуждений исследовательская группа предоставляет проект мер по возможному развитию кластеров в данной области в форме плана действий и генерального плана, но окончательное утверждение генерального плана будет проведено непосредственно местными организациями-партнерами.

Генеральный план, предлагаемый в настоящем исследовании, ставит задачей реализацию деятельности кластеров в соответствии с реальной ситуацией в данном регионе с целью усиления конкурентоспособности пищевой промышленности Северо-Казахстанской области и оживления местной промышленности.

Согласно предложений исследовательской группы по генеральному плану предполагается сформировать кластеры в Северо-Казахстанской области тремя этапами, описанными ниже.

На этапе зарождения предполагается взаимное сотрудничество членов рабочей группы организаций – партнеров данного исследования в качестве организаторов, поставщиков сырья и продавцов розничной сети.

Особенные надежды возлагаются на проявление эффекта синергии в кластере благодаря сотрудничеству между предприятиями мясной и молочной промышленности.

Таблица 7-1: Программа формирования кластера

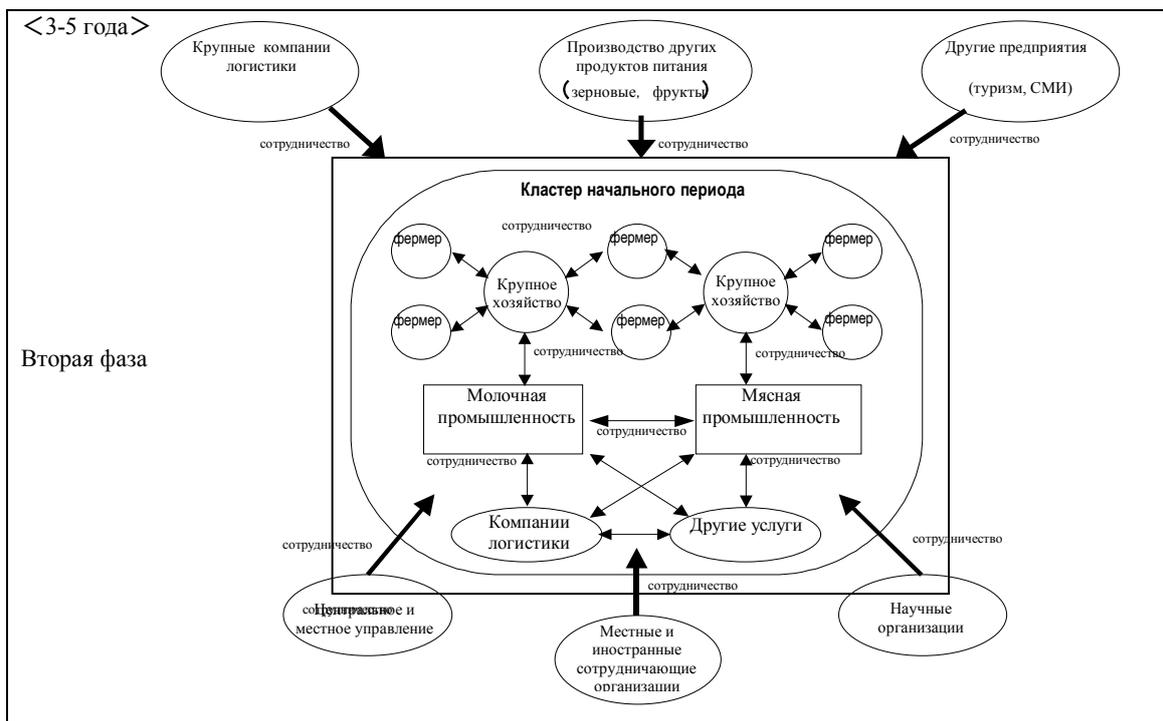
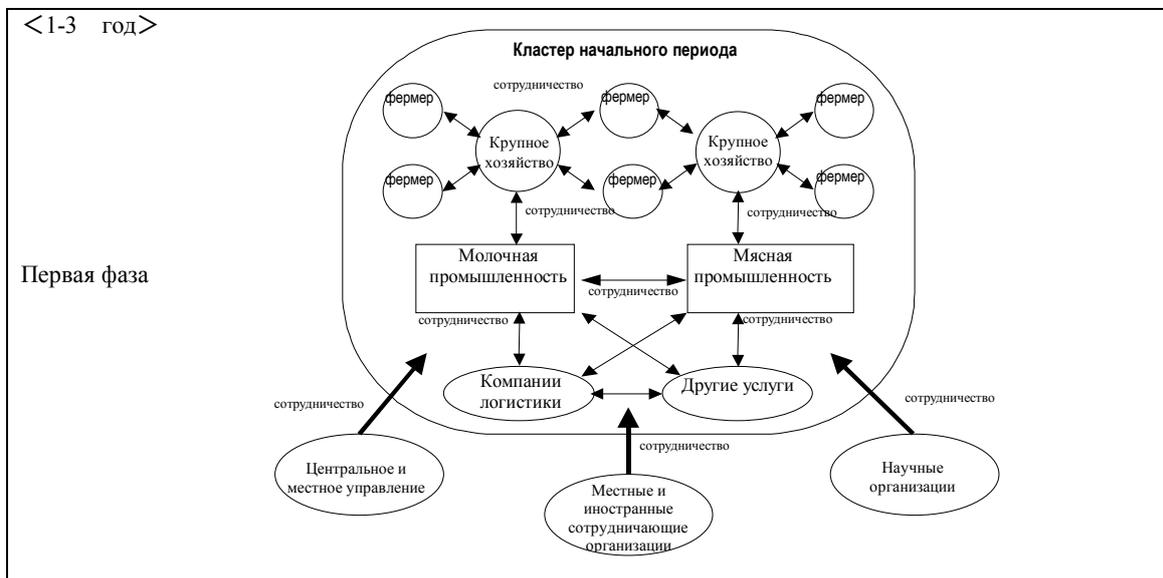
Фаза	Сроки	Этап	Основные направления деятельности
№.1	1~3 год	зарождение	Создание структуры, пробная деятельность методом проб и ошибок
№.2	3~5 год	рост	Определение стратегии, создание системы, расширение деятельности
№.3	6 год и далее	стабильность	Выявление экономической эффективности, вклад в развитие региона

Далее стабилизируется деятельность членов, которые начали работу первыми, и на этапе, когда достигнуто понимание важности деятельности кластера в районе, количество членов увеличивается за счет предприятий, относящихся к другим предприятиям пищевой промышленности, туризма, средств массовой информации. Также возлагаются надежды на то, что, когда деятельность кластера выйдет на свою орбиту, то он будет играть ключевую роль в районе и принесет стабильный экономический эффект.

В этом плане рассматривается стратегия развития региона по оказанию со стороны администрации и научно-технических организаций системной, финансовой и технологической поддержки кластера, который является частной инициативой. Также желательно иметь отношения сотрудничества с местными административными организациями Казахстана и зарубежными организациями для придания стимула по поддержанию долгосрочной деятельности и для получения новой информации.

Если описать это развитие, как в приведенной ниже схеме, то предполагается на 5-й год достигнуть этапа стабильности. План действий, направленный на исполнение

генерального плана, предполагается продвигать на этой фазе, также думается, что из-за особенностей работ и планирования бюджета сроки и программа действий (пункт 5.2) могут сдвигаться по времени.



Источник: Материалы исследовательской группы JICA

Схема 7-1: Процесс формирования кластера в пищевой промышленности Северо-Казахстанской области.

7.1.2 Цели деятельности кластера

Результатом исследований на основании анализа пищевой промышленности Северо-Казахстанской области, как было отмечено в (пункт 4.2) «предложениях по стратегии развития пищевой промышленности с целью повышения конкурентоспособности», стало понимание необходимости усиления конкурентоспособности в трех областях – (1) корма, (2) разработка продукта, (3) освоение рынка. Следовательно, под целью деятельности кластера понимается претворение в жизнь мероприятий по усилению конкурентоспособности в указанных областях.

Таблица 7-2: 3 стратегии усиления конкурентоспособности на основе анализа SWOT

Цель	Краткосрочная стратегия	Среднесрочная стратегия	Долгосрочная стратегия
Усиление конкурентоспособности в области кормовой базы	Технологический инструктаж для мелких с/х предприятий в пилотных регионах, планирование кормовой базы, условия разведения, технологии разведения, активизация по внедрению искусственного осеменения домашнего скота.	Увеличение числа районов, где проводится технологический инструктаж для мелких предприятий. Инструктаж по разведению породы Холстин с целью увеличения надоев.	Создание муниципального рынка для домашнего животноводства (усиление функции ценообразования). Содействие созданию районных центров по приемке молока.
Усиление конкурентоспособности в области разработки продукта	Рассмотрение создания торговой марки сливочного масла и сосисок из местной свинины высокого качества.	Изучение вопроса разработки технологий пищевой упаковки, (технология упаковки необходима для увеличения срока хранения и расстояний транспортировки продукта).	Изучение вопроса по созданию системы помощи в разработке новых продуктов (механизм оценки качества, предоставление информации по пищевому оборудованию).
Усиление конкурентоспособности в области освоения рынка	Исследование рынка крупных городов Астана, Алма-Аты (многоплановое изучение перспектив продукции пищевой промышленности).	Стратегия в отношении крупных супермаркетов, изучение вопроса освоения удаленных центров снабжения внутри страны, исследования вопроса снижения капитальных затрат	Стратегия продвижения на иностранные рынки (изучение лана, рассматривающего вопросы торговых барьеров и необходимые технические условия).

7.1.3 Исполнительная часть

В разделе 6 были даны различные предложения по развитию пищевой промышленности, но отличительной особенностью кластерного метода является развитие, с использованием эффекта синергии. Если рассматривать кластерное развитие, то самым важным моментом является базовая организация. Для работы кластера нужна базовая организация с управлением на условиях справедливости и без противостояния интересов, где необходимо собрать воедино технологии, информацию, людские ресурсы.

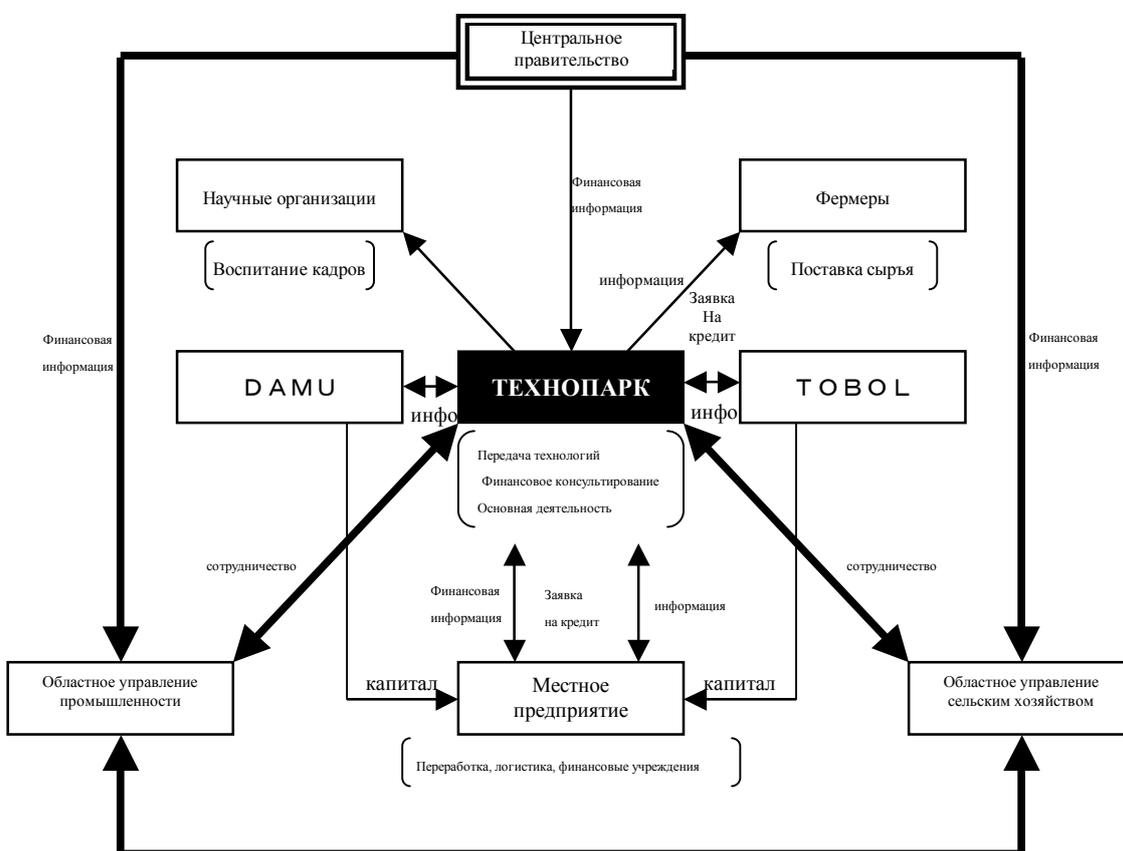
На протяжении срока исследований были изучены различные кандидатуры, такие как администрация области, частное предприятие, торговые организации, институты и, если рассматривать с точки зрения политики центрального правительства, то было достигнуто целесообразное решение сделать основной точкой опоры технопарк.

Технопарк, являющийся ядром кластера, имеет возможность развития при поддержке центрального правительства, правительства Северо-Казахстанской области, научных организаций, правительственных финансовых организации.

Технопарк выполняет задачи по накоплению информации, получаемой от взаимодействующих организаций и передачи её частным компаниям и фермерам.

Как видно из следующей таблицы, технопарк играет роль офиса и базового пункта при выполнении различных программ.

Также предполагается использовать технопарк в роли администратора проекта «Регионального центра технологий производства пищевой продукции».



Источник: Материалы исследовательской группы ЛИСА

Схема 7-2: Структура «Управление кластером пищевой промышленности северного Казахстана с технопарком, как базовой организацией.»

7.1.4 Осуществление основной деятельности. Организация «Регионального центра технологий производства пищевой продукции».

В случае формирования кластера по структуре, целям и планам, которые были изложенным выше, есть необходимость в подробном проекте, предусматривающем достижение основной цели – усиления конкурентоспособности местных мелких и средних предприятий. С целью достижения этой цели заинтересованные стороны на основе взаимодействия укрепляют кластерный связи и постепенно наращивают потенциал.

В настоящем проекте предполагаются основные работы по проекту осуществления деятельности кластера и сопутствующая м деятельность. Основной деятельностью предлагается сделать организацию «Регионального центра технологий производства пищевой продукции». Это учреждение организуется с целью расширить возможности малых и средних предприятий в управлении, технологиях и возможностей освоении рынка, что является неременным условием развития пищевой промышленности

соответствующих районов. Технопарк, как управляющая структура кластера, исполняет универсальные функции в качестве администратора и является базовой организацией в деятельности кластера. Общие положения этого плана приводятся ниже. Там же приведены сопутствующие проекты, в плане действий.

Основная деятельность. Организация «Регионального центра технологий пищевой промышленности».

1. Положение дел.

Молочная и мясная промышленность являются основными в Северо-Казахстанской области и играют большую роль в экономическом развитии района. Покупательная способность населения, в основном Петропавловска, растет, увеличиваются продажи различных товаров, начиная с продукции пищевой промышленности.

В условиях продолжающейся интернационализации мирового товарооборота и благодаря наличию в Казахстане зон свободной торговли, растут объемы импортных товаров из таких стран, как Россия, кроме того завозятся продукты из других областей, между ввозимыми и местными товарами обостряется конкуренция областном рынке.

С другой стороны существуют предприятия пищевой промышленности, которые имеют целью продвижение своей продукции на крупные рынки Астаны, Алма-аты, ЕС и России для расширения рынков сбыта своих товаров.

В северо-казахстанской области технопарк оказывает поддержку в организации малых и средних предприятий, однако трудно сказать, что это помогает усилению конкурентоспособности, так как ограничено функциями исследования рынка и помощью в финансировании тестирования и проверки при разработке новых видов продукции. Кроме того, отсутствуют опытно-исследовательские организации для развития пищевой промышленности, нет условий для создания торговых марок, имеющих высокую конкурентоспособность и направленных на рост регионального производства. Из-за этого существует большая разница между районами, это невыгодно для местной промышленности, существует необходимость в целенаправленной поддержке для развития пищевой промышленности Северо-Казахстанской области.

Ниже перечислены основные задачи, стоящие перед малыми и средними предприятиями Северо-Казахстанской области, решение которых напрямую связаны усилением конкурентоспособности.

Таблица Основные вопросы, стоящие перед малыми и средними предприятиями Северо-Казахстанской области.

Область	Стоящие вопросы	Примечания
Сырьевая база	Нестабильность поставок и в количественном и качественном выражении	Для производства продукции нужно качественное сырьё.
Разработка товара	Дизайн, упаковка, ассортимент	Информация по результатам анкетирования в Астане.
Освоение рынка	Отсутствуют товары под торговыми марками	Нужен товар, имеющий характерные особенности по сравнению с другими.
Управление предприятием	Недостаток финансовой информации	Нужны материалы для принятия решения по инвестированию.

2. Цели

Благодаря внедрению «Регионального центра технологий производства пищевой продукции» малыми и средними предприятиями пищевой промышленности будет достигнуто понимание сущности развития рынка и контроля качества, основывающееся на имеющемся опыте и полученных данных, которое будет реально применено в улучшении качества выпускаемой продукции и разработке новых товаров.

- Технологическая помощь в улучшении качества и разработке новых товаров.
- Помощь в развитии рынка через разработку торговых марок и продвижение продаж.
- Структуризация кластера для решения технологических задач пищевой промышленности.
- Внедрение команды по усовершенствованиям для контроля качества и пищевой безопасности продукции.
- Проведение испытаний и тестов для решения практических задач технологий производства пищевой продукции.
- Проведение программы обучения для повышения уровня специалистов пищевой промышленности

3. Основная идея

«Региональный центр технологий производства пищевой продукции» осуществляет поддержку областных малых и средних предприятий пищевой промышленности через технопарк, который имеет универсальные функции, а исследовательские организации, учебные организации, финансовые организации и частные консультанты являются взаимодействующие организации (провайдеры услуг), предоставляющие различные услуги. Оказание услуг осуществляется технопарком или взаимодействующими организациями.

Технопарк является подведомственной организацией отдела предпринимательства и промышленности, деятельность сотрудников ограничена работой в офисе и в отделе управления. Предоставляемые услуги осуществляются всеми сотрудничающими организациями (провайдеры услуг), при необходимости технопарки находят местные или заграничные научно-исследовательские организации, частных консультантов для более полного удовлетворения потребностей малых и средних предприятий. Для этого рассматривается вопрос кооперации государства с новыми технопарками и иностранными взаимодействующими организациями.

Местом оказания услуг в основном является технопарк для удобства мелких и средних предприятий, также, в случае необходимости, возможно оказание услуг со стороны содействующих организаций.

Это связано с ускорением развития кластеров наряду с определением оптимальных масштабов технопарка благодаря содействию в управлении через частно-государственное партнерство.

Таблица Схема организации Регионального центра технологий производства пищевой продукции.

Функции	Специалисты технопарка	Содействующие организации (провайдеры услуг)	Место оказания услуг	Примечания
Управление	Руководитель (1), менеджеры (2), бухгалтеры (2)	Технопарк	Технопарк	
Технологический инструктаж	2	Научно-исследовательские организации, частные консультанты.	Технопарк Научно-исследовательские организации	Включая технологии упаковки
Улучшение качества		Научно-исследовательские организации, частные консультанты	Технопарк Научно-исследовательские организации	
Анализ испытаний	2	Научно-исследовательские организации	Технопарк Научно-исследовательские организации	
Подготовка кадров		Учебные организации	Технопарк Учебные организации	
маркетинг	2	Частные консультанты	Технопарк, магазины	Магазины тестовых продаж
финансы		Финансовые организации	Технопарк	

4. Деятельность

Ниже приведены этапы предоставления услуг Региональным центром технологий производства пищевой продукции для местных малых и средних предприятий пищевой промышленности.

- ① предприятие пищевой промышленности регистрируется в технопарке и подает заявку на предоставление услуг
- ② 4 раза в год комитет по рассмотрению заявок надзорного органа принимает заявку на рассмотрение, определяется провайдер услуг из числа взаимодействующих организаций
- ③ Технопарк информирует предприятие пищевой промышленности о принятии заявки
- ④ Технопарк передоверяет предоставление услуг провайдеру услуг и информирует его о содержании заявки
- ⑤ Провайдер предоставляет услуги предприятию
- ⑥ Провайдер услуг информирует технопарк о выполнении работ по оказанию услуг
- ⑦ Комитет по рассмотрению заявок оценивает отчет о выполнении заявки на услуги



Источник: Материалы исследовательской группы ЛСА

Организация и функция регионального центра технологий производства пищевой продукции

Содержание предоставляемых услуг описано ниже

- технологический инструктаж по улучшению технологий упаковки
- технологический инструктаж по улучшению качества на производстве
- помощь в разработке новой продукции
- предоставление информации о доставке сырья для пищевой переработки
- помощь в подготовке кадров, необходимых для технологий пищевой переработки (улучшение качества, безопасность пищевых продуктов, управление), предоставление финансовой информации
- помощь в маркетинге (выставки, изготовление вебсайта, создание торговой марки)
- другое

5. Объект получения прибыли

Малые и средние предприятия пищевой промышленности Северо-Казахстанской области

6. Исполнительный орган

- орган работы с клиентами: технопарк

- содействующие организации: научно-исследовательские организации, учебные организации, финансовые организации, частные консультанты

7.1.5 Выполнение плана действий

Деятельность направлена на усиление конкурентоспособности сырья, усиление конкурентоспособности в разработке товаров, усиление конкурентоспособности при освоении рынка, поэтому считается необходимым поддерживать районную деятельность в сферах (1) доставки сырья, (2) пищевой переработки, (3) услуг по кредитованию и финансовому информированию и (4) кластерного подхода. Для этого нужно выполнять по отдельности, предлагаемые в 4 разделе данного доклада, работы. Это и описано в плане действий, которые связаны с основной деятельностью по организации Регионального центра технологий производства пищевой продукции. Процессы и успехи каждой проводимой работы распространяются на задействованных в кластере участников. Предполагается, что для получения эффекта синергии нужно участие как можно большего количества предприятий.

Ниже приведена таблица плана действий, начиная с основания Регионального центра технологий производства пищевой продукции и включая реализацию соответствующей деятельности. Программа мероприятий изложена ниже и считается, что продвижение формирования кластера подразумевает наличие периода No.1 (замысел, план) , периода No.2 (подготовка, испытания), периода No.3 (исполнение), предполагаемые сроки зависят от особенностей проводимых работ. В главе 7.2 в подробностях описан план действий, исполнительных организации, методики, дорожные карты, и финансовые планы.

Таблица 7-3: План действий

(1) Доставка сырья	Контроль кормления скота
	Основание центров развития молочного животноводства
(2) Производство пищевых продуктов	Организация Регионального центра технологий производства пищевой продукции
	План поддержки технологий упаковки пищевых продуктов (деятельность Регионального центра технологий производства пищевой продукции)
	План поддержки работ по улучшению качества продукции и разработки новых продуктов (деятельность Регионального центра технологий производства пищевой продукции)
	План обучения специалистов-технологов производства пищевых продуктов (деятельность Регионального центра технологий производства пищевой продукции)
	Организация факультета в областном колледже
	Предоставление информации касающейся производства пищевых продуктов
(3) Финансирование	План организации инфраструктуры финансового информирования
(4) Развитие кластеров	План разработки местных товарных марок (деятельность Регионального центра технологий производства пищевой продукции)

Схема7-3: Программа реализации плана действий

Период 1 (замысел, план) ◀•••▶ период 2 (подготовка, испытания) ⇌▶ Период 3 (исполнение) ⇌▶▶▶

			Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Формирование кластера			◀•••••	•••••	•••••	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶
Доставка сырья	Контроль кормовой базы	Организация системы руководства	◀•••••					
		Проведение стажировок	◀•••••	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶
	Организация центров популяризации молочного животноводства	Создание структуры управления	◀•••••	⇌▶▶▶▶▶				
		Организация центров популяризации молочного животноводства	◀•••••	⇌▶▶▶▶▶				
		Подбор и воспитание технических руководителей	◀•••••					
		Проведение стажировок		⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶
Производство пищевых продуктов	Организация региональных центров производства пищевых продуктов	Комитет по рассмотрению заявок	◀•••••	•••••	•••••	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶
		Исследование по созданию основного плана	◀•••••					
		Строительство и ремонт сооружений		◀•••••	•••••	•••••	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶
		Доставка оборудования		◀•••••	•••••	•••••	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶
План поддержки работ по улучшению технологий упаковки пищевых продуктов	План поддержки работ по улучшению технологий упаковки пищевых продуктов	Сбор и рассылка информации о технологиях упаковки продуктов питания и используемых материалов		◀•••••	•••••	•••••	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶
		Испытания и анализ материалов упаковки продуктов питания			◀•••••	•••••	•••••	⇌▶▶▶▶▶
		Предложение по использованию упаковочного оборудования (взимается плата за использование)			◀•••••	•••••	•••••	⇌▶▶▶▶▶
		Консалтинг технологий упаковки продуктов питания		◀•••••	•••••	•••••	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶
План поддержки работ по улучшению качества производимых продуктов и разработке новой продукции	План поддержки работ по улучшению качества производимых продуктов и разработке новой продукции	Сбор и анализ рыночной информации для установления целей в улучшении качества		◀•••••	•••••	•••••	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶
		Исследования спроса (рыночные исследования) и составления отчета для улучшения качества и разработки новой продукции		◀•••••		•••••	•••••	⇌▶▶▶▶▶
		Стажировка в области контроля качества и гигиены пищевых продуктов		◀•••••	•••••	•••••	⇌▶▶▶▶▶	⇌▶▶▶▶▶

		Информация о технологиях и контроле для разработки новой продукции		←.....→	←=====→		
Программа помощи в подготовке специалистов-технологов для пищевой промышленности		Разработка программы стажировок для обучения кадров		←.....→	←=====→		
		Стажировка кадров		←.....→	←=====→	←=====→	
		Разработка программы инструктажа по производственной санитарии		←.....→			
		Инструктаж по производственной санитарии			←=====→	←=====→	
		Воспитание кадров	←.....→	←=====→	←=====→	←=====→	
Предоставление информации касательно пищевой промышленности		Сбор и рассылка информации	←=====→				
финансирование	План создания инфраструктуры финансовой информации	Реформирование структуры	←.....→	←=====→	←=====→	←=====→	
		Услуги по предоставлению финансовой информации	←.....→	←=====→	←=====→	←=====→	
Развитие кластера	План создания региональной торговой марки	Управление рабочей группой по созданию региональной торговой марки	←.....→	←=====→	←=====→	←=====→	
		Создание и управление вебсайтом	←.....→	←=====→	←=====→	←=====→	
		Участие в выставках внутри страны	←.....→	←=====→	←=====→	←=====→	
		Участие в зарубежных выставках		←=====→	←=====→	←=====→	
		Организация пробных торговых точек		←=====→	←=====→	←=====→	

7.2 План действий

7.2.1 План действий в соответствии с задачами, стратегиями и предложениями.

Область	Проблемы	Стратегии ✕	Предложения	План действий для решения задач
Сырье (животноводство)	Повышение технологического уровня производства грубых кормов	I	О производстве грубых кормов	Техника разведения
	Недостаточное технологическое руководство в молочных хозяйствах		Система по улучшению деятельности молочных хозяйств Обеспечение ветеринарными врачами	Техника разведения
	Проблема загрязнения в производстве молока			Центры развития молочного хозяйства
	Жизненная стабильность сельских предпринимателей		Улучшение управления мелкими молочными хозяйствами Селекция и разведение молочных коров	Техника разведения Центры развития молочного хозяйства
	Товарные различия в свиноводстве	I, II	Производство особенных сосисок и ветчины местного производства	План по поддержке разработок новых товаров и улучшению качества пищевых продуктов
Производство пищевых продуктов	Нехватка кадров	I, II	Учреждение учебно-практического заведения	Учреждение факультета в областном колледже
	Разработка высококорентабельных новых продуктов		II, III	Организация региональный центр технологии производства пищевой продукции
	Улучшение упаковки			
	Недостаток управленческих стратегий			
Логистика	Увеличение ценности продукта в дистрибуции	III	Создание местной торговой марки	Поддержка подготовки кадров, помощь в предоставлении информации по пищевой продукции
	Нехватка торговых стратегий			

	Недостаточно рассылваемой информации		Создание местной торговой марки	План создания местной торговой марки, помощь в предоставлении информации по пищевой продукции
Финансирование	Условия кредитования предприятий	I, II, III	Услуги финансовой информации по информированию Организация регионального центра технологии производства пищевой продукции	План создания инфраструктуры для предоставления анализа финансовой информации для частных предприятий
	Недостаток информации о системном финансировании			
Кластерная политика	Учреждение постоянно действующих консультационных научно-управленческих центров		Организация регионального центра технологии производства пищевой продукции Создание местной торговой марки Учреждение учебно-производственного заведения	Организация регионального центра технологии производства пищевой продукции План создания местной торговой марки Учреждение факультета в областном колледже
	Проведение выставок и просветительских мероприятий			
	Создание системы кооперации с другими регионами и зарубежьем			

※ I усиление конкурентоспособности в сырье, II усиление конкурентоспособности в производстве новых товаров, III усиление конкурентоспособности в развитии рынка

7.2.2 Поставки сырья

(1) Техники разведения

① Общие положения

Цель	Внедрение предлагаемой породы Холстен для повышения производства молока и содействие улучшению технологий разведения, контроля откорма и гигиены доения для этой породы
Положение дел	В настоящее время в Северо-казахстанской области с целью повышения производства молока внедряется порода Холстен. Из-за того, что имеющаяся красная казахская порода не оправдывает ожиданий по количеству надоев, внедряется в помощь порода Холстен. Однако порода Холстен, несмотря на то, что дает большие надои по сравнению с красной казахской породой, в итоге не полностью соответствует местной среде. Следовательно, нужно пересмотреть технику разведения. Поэтому требуется внедрить программу передачи заинтересованным лицам технологий правильного разведения.
Исполнительная организация	Сельскохозяйственный департамент Северо-Казахстанской области Производители молока
Сроки проведения	постоянно
Содержание деятельности	Кратчайшим путем к овладению сельскохозяйственными технологиями является анализ передовой аналогичной деятельности и изучение необходимых технологий. В этом случае каждый производитель молока проходит стажировку в передовых хозяйствах северо-казахстанской области, где уже имеется порода Холстен, и применяет передовой опыт в управлении своих молочных хозяйств.
Ожидаемые позитивные результаты и эффект	Производители молока, обладая только техниками разведения имеющейся породы, овладевают технологиями для породы Холстен и применяя технику разведения породы Холстен, повышают производство молока в своих районах.
Бюджет работ и источники финансирования	Расходы несет каждый производитель молока
Задача по исполнению	Условием является дружественное отношение со стороны передовых животноводческих хозяйств в плане проведения стажировок
Другое	

② Дорожная карта

	Фаза 1			Фаза 2		Фаза 3
	Первый год			Второй год	Третий год	Четвертый год и далее
Создание системы инструктажа (передовые молочные хозяйства)	Изучение системы руководства	→	Передача полномочий проведения стажировок передовым молочным хозяйствам	→	Управление программой и её оценка	
Проведение стажировок (передовые молочные хозяйства)	Решение со стороны стажеров	→	Разработка курса обучения и написание руководства	→ Проведение стажировок и их оценка (соответствующее количество)		

③ Финансовый план (единица : тенге)

Расходы	Фаза 1	Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год и далее
Затраты на изготовление руководств (тексты)	100,000	100,000	100,000	100,000
Всего расходов	100,000	100,000	100,000	100,000
Источники финансирования (доходы)	Фаза 1	Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год и далее
Молочные хозяйства-стажеры	100,000	100,000	100,000	100,000
Всего доходов	100,000	100,000	100,000	100,000
Баланс доходов и расходов	0	0	0	0

(2) Организация центров развития молочных хозяйств

① Общие положения

Цели	В молочной промышленности Северо-Казахстанской области очень велико количество мелких фермерских хозяйств, в настоящее время 70% надоев дают мелкие фермерские хозяйства, имеющие в среднем 2-3 дойные коровы. Нельзя сказать, что такие мелкие фермерские хозяйства в достаточной степени владеют технологиями производства молока, для департамента сельского хозяйства видит в улучшении технологии в таких молочных хозяйствах. В этой связи, как способ повысить уровень технологий мелких фермерских хозяйств в районах, предлагается создание так называемых «Центров развития молочных хозяйств». Эти центры выполняют функцию демонстрационной модели молочного хозяйства, где созданы необходимые условия для управления молочным хозяйством (пастбище, коровник, лаборатория, молочное хранилище и т.д.) и своей целью имеют дать возможности посещать центр и проводить там стажировки для овладения подходящими передовыми методами управления молочными хозяйствами.
Положение дел	Среди производителей молока несколько раз проводились презентации по улучшению технологий, каждый раз со стороны производителей молока высказывалось мнение об организации демонстрационного молочного хозяйства. Другими словами, департаменту сельского хозяйства хотелось бы, наряду с проведением презентаций, предоставить возможность производителям молока самим принять участие в процессе в форме практического занятия. Есть мнение, что, если представится возможность получить техническое руководство, например, в реальном фермерском хозяйстве, то понимание вопроса будет значительно глубже. Это совпадает с мнением исследовательской группы, предлагающей создать Центр развития молочного хозяйства.
Исполнительная организация	Сельскохозяйственный департамент Северо-Казахстанской области
Сроки проведения	постоянно
Содержание деятельности	Фаза 1 (первый год) ① Отбор специалистов для инструктажа. ② Выбор места для размещения центра. ③ Разработка программы инструктажа. Фаза 2 (2, 3 год) Проведение технологического инструктажа для мелких производителей молока.
Ожидаемые результаты	Увеличения надоев в районах благодаря достаточному овладению технологиями мелкими производителями молока.
Бюджет работ и источники финансирования	Расходы несет департамент сельского хозяйства и производители молока
Задачи для выполнения	обеспечить проведение стажировок в местах, удобных для посещения мелкими производителями молока
Другое	Хоть и говорится о центре развития молочных хозяйств, будет достаточно найти место, где будет возможным осуществлять инструктаж технологий молочной промышленности. Например, в настоящее время в области планируется строительство комплекса молочных хозяйств,

	куда будут завезены 2500 коров породы Холстен., думается, что часть этого комплекса можно наделить функцией центра развития молочного хозяйства.
--	--

② Дорожная карта

	Фаза 1		Фаза 2		Фаза 3
	Первый год		Второй год	Третий год	Четвертый год и далее
Учреждение структуры управления (управление сельского хозяйства)	Назначение членов	Определение курса руководства	Проведение заседаний исполнительного комитета [около 2-х раз в год]		
Учреждение Центра развития молочного хозяйства (Управление сельского хозяйства)	Разработка плана	Определение места размещения, принятие бюджета	Учреждение центра развития молочных хозяйств	Управление	
Выборы и обучение инструкторов (Управление сельского хозяйства)	Разработка плана	Принятие бюджета	Обеспечение инструкторами		
Проведение стажировок (Управление сельского хозяйства)	Разработка	Изготовление программ и	Проведение тренингов		

※ Производители изучают технологии через практические занятия в демонстрационном хозяйстве. Кроме того желательно, чтобы, даже имея демонстрационное хозяйство, инструкторы управления сельского хозяйства осуществляли инструктаж в форме практических занятий на местах, посещая мелкие молочные хозяйства.

③ Финансовый план (единица : тенге)

Расходы	Фаза 1	Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год и далее
Расходы по изготовлению руководств	100,000	100,000	100,000	100,000
Расходы на канцелярские принадлежности	2,000,000	100,000	100,000	100,000
Всего расходов	2,100,000	100,000	100,000	100,000
Источники финансирования (доходы)	Фаза 1	Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год и далее
Областной бюджет (управление, зарплата сотрудникам)	2,100,000	100,000	100,000	100,000
Всего доходов	2,100,000	100,000	100,000	100,000
Баланс	0	0	0	0

7.2.3 Производство пищевых продуктов

(1) Организация Регионального центра технологий производства пищевой продукции

① Общие положения

Цели	технологическая поддержка с целью улучшения качества и разработки новой продукции поддержка разработки рынка через разработку торговой марки продвижение продаж систематизация развития кластера для решения технологических задач в производстве пищевой продукции внедрение групп усовершенствования продукции для улучшения качества и разработки новой продукции проведение испытаний и опытов для решения практических задач в производстве пищевой продукции проведение стажировок для обучения инструкторов по технологиям производства пищевой продукции
Положение дел	В Северо-казахстанской области технопарк осуществляет предпринимательскую помощь мелким и средним предприятиям, но функции ограничены финансовой поддержкой в опытно-экспериментальных работах по созданию новой продукции и рыночных исследованиях, нельзя сказать, что в настоящее время это способствует повышению уровня конкурентоспособности предприятий пищевой промышленности. Кроме того отсутствует опытно-экспериментального учреждения для развития пищевой промышленности, нет условий для создания конкурентоспособного продукта, как результата развития пищевой промышленности. Из-за этого существует большой разрыв в развитии районов, что неблагоприятно сказывается на местной промышленности, поэтому необходимо появления функциями целенаправленной поддержки в районах для развития пищевой промышленности Северо-казахстанской области.
Исполнительная организация	организация : технопарк взаимодействующий орган : исследовательское учреждение, учебные заведения, финансовые учреждения, частные консультанты.
Сроки исполнения	5лет
Содержание деятельности	Фаза 1 (1~3 годы) ①создание и управление комитетом по рассмотрению заявок ②подготовка основного плана (объект, определение масштабов оборудования, определение основной деятельности) ③эксплуатация сооружений объекта ④аренда офиса, снабжение канцелярскими материалами ⑤начало реализации плана действий другого органа Фаза 2 (4~5 годы) ①продолжение работы комитетам по рассмотрению заявок ②эксплуатация сооружений и оборудования ③продолжение реализаций планов действий других организаций

	Фаза 3 (6 год и далее) ①продолжение работы комитетам по рассмотрению заявок ②эксплуатация сооружений и оборудования ③продолжение реализаций планов действий других организаций
Ожидаемые результаты	удовлетворение потребностям потребителей возможность изучить и опробовать способы привлечь внимание к вопросам безопасности продукции и сырья разработка и использование дизайна в продаваемом товаре
Бюджет работ, источники финансирования	исследования и разработка основного проекта расходы по организации комитета по рассмотрению заявок эксплуатация сооружений и оборудования
Задачи для выполнения	создание системы взаимодействия промышленности, государства и науки сотрудничество со сторонними специалистами (упаковка продукции) рассмотрение полученных из-за рубежа примеров успешной деятельности
Другое	

② Дорожная карта

	Фаза 1			Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Комитет по рассмотрению заявок(10 представителей администрации, учебных и частных организаций и) (на основе рабочей группы)	систематизация определение курса управления	4 раза в год заседания				
Разработка основного проекта (определение масштабов объекта местными консультантами, разработка плана деятельности: исследование и написание отчетов, совещания совместно с комитетом по рассмотрению заявок (местные консультанты)	Проведение исследований					
Содержание объекта:5-этажное строение, опытно-испытательная лаборатория, комната для стажировки, комната для стажировки, отделение для испытаний оборудования, опытная лаборатория,	Определение бюджета	Строительство сооружений	Эксплуатация и управление сооружениями			

офис (столы и другое оборудование), рынок, склад технопарк.						
Доставка оборудования (упаковка/оборудование для анализа и испытаний упаковки и контроля качества) [технопарк] (рассмотрение вопроса безвозмездного финансирования)	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 80px; margin: auto;"> Определение бюджета </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 80px; margin: auto;"> Доставка оборудования </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 400px; margin: auto;"> Эксплуатация оборудования </div>			

③ Финансовый план (единица : тенге)

Расходы	Фаза 1			Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Комитет по рассмотрению заявок (10 представителей администрации, учебных и частных организаций) @10,000 x 10человек x 4раза в год	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
Разработка основного проекта (определение масштабов объекта местными консультантами, разработка плана деятельности, исследование и написание отчетов, совещания совместно с комитетом по рассмотрению заявок (местные консультанты)@1,000,000 x 6М/М x 3человека)	18,000,000					
Строительство и эксплуатационные расходы		1,000,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
оборудование (для контроля качества и упаковки) доставка и эксплуатация		15,000,000	500,000	500,000	500,000	500,000
Стоимость аренды офиса (до окончания основного строительства) @270,000 x 12	3,240,000	3,240,000				
Расходы на компьютеры и оборудование для офиса : 11 компьютеров, расходы на покупку в первый год (@130,000 x 11), Эксплуатационные расходы в последующие годы	1,500,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
Расходы на содержание обслуживающего персонала (начальник 1, 10 сотрудников) (включая уборщиков)	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000
Расходы на аутсорсинг описаны в плане действий						
Всего расходов	38,140,000	1,033,840,000	17,100,000	17,100,000	17,100,000	17,100,000
Источники финансирования (доходы)		Фаза 1		Фаза 2		Фаза 3

*«Исследование для для разработки общего плана развития кластеров пищевой и перерабатывающей промышленности в Северо-Казахстанской области»
Заключительный отчет отчет*

	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Бюджет центрального правительства (расходы на работу над проектом и т.д.) Определение основного проекта Строительство сооружений	18,000,000	1,000,000,000				
Областной бюджет (управление, расходы на персонал и др.)						
Комитет по рассмотрению заявок	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
Эксплуатация сооружений			1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
Эксплуатация оборудования			500,000	500,000	500,000	500,000
Расходы по аренде офиса	3,240,000	3,240,000				
Расходы на компьютеры и офисное оборудование	1,500,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
Расходы на зарплату наемных сотрудников	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000
Помощь иностранных инвесторов Оборудование для контроля качества и упаковки, доставка		15,000,000				
Всего доходов	38,140,000	1,033,840,000	17,100,000	17,100,000	17,100,000	17,100,000
Баланс						

(2) План поддержки работ по улучшению технологии упаковки.

① Общие положения

Цели	предоставление информации о новейших технологиях упаковки и помощь во внедрении помощь в рассмотрении вопросов, касающихся доставки оборудования для упаковки пищевой продукции помощь в рассмотрении вопросов, касающихся материала для упаковки пищевых продуктов (проведение испытаний)
Положение дел	трудности с внедрением из-за высокой стоимости материалов и оборудования для упаковки пищевых продуктов необходимость улучшения технологий упаковки для увеличения сроков хранения
Исполнительная организация	офис : технопарк
Сроки исполнения	3~5лет
Содержание деятельности	Фаза 1 (первый год) ①предварительное исследование необходимых функций и плана деятельности технопарка ②набор сотрудников Фаза 2 (2, 3 год) ①обеспечение технопарка сооружениями, доставка оборудования (только оборудование упаковки) (офис, зал для проведения стажировки, лаборатория) ②начало испытательных работ с использованием оборудования для упаковки ③пробные продажи на рынке технопарка Фаза 3 (4, 5 года) ①консалтинг и стажировка для улучшения упаковки ②маркетинговые исследования для пищевой упаковки ③предоставление информации по технологиям пищевой упаковки
Ожидаемые достижения, эффект	разработка и продажа новой продукции благодаря внедрению технологий пищевой упаковки улучшение понимания малыми и средними предприятиями вопросов разработки новой продукции, улучшения качества, продвижение работ по разработке новой продукции
Бюджет работ, источники финансирования	предварительное исследование по подготовке технопарка (6М/М) (технологии упаковки) расходы по строительству технопарка. Расходы по аренде расходы по доставке оборудования технопарка (только оборудование для упаковки)
Задачи для выполнения	создание системы взаимодействия на долгосрочной основе администрации, производства и учебных заведений взаимодействие со сторонними специалистами(пищевая упаковка) получение новой информации через заграничные стажировки
Другое	

② Дорожная карта

	Фаза 1			Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Сбор и рассылки информации о технологиях пищевой упаковки и необходимого оборудования (сторонний специалист на временной ставке)		Обслуживание базы данных	Предоставление информации, обновление данных			
Анализ испытаний с использованием оборудования упаковки пищевых продуктов (специалист по анализу на временной ставке) (взимание платы за анализ и испытания)		Доставка оборудования	Испытания и анализ пищевой упаковки			
Предоставление в пользование оборудования пищевой упаковки (плата за использование) [использования открытой испытательной лаборатории]			Предоставление в пользование			
Консалтинг технологий пищевой упаковки (консультационные услуги по требованию) (взимание платы за консультацию)			Предоставление услуг			

③ Финансовый план (единица : тенге)

Расходы	Фаза 1			Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Сбор и рассылки информации о технологиях пищевой упаковки и необходимого оборудования (оператор) @75,000 x 12 месяцев		900,000	900,000	900,000	900,000	
Анализ испытаний с использованием оборудования упаковки пищевых продуктов (специалисты по технологическому анализу) @100,000 x 10 месяцев			1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
Консалтинг технологий пищевой упаковки (консультант) @100,000 x 5 месяцев		500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
Всего расходов		1,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000	1,500,000
Источники финансирования (доходы)	Фаза 1			Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Бюджет центрального правительства (расходы по работе над проектом и др.)	-	300,000	300,000	300,000	300,000	-
Областной бюджет (управление, расходы на персоналии др.)	-	900,000	400,000	400,000	400,000	-
Помощь иностранных инвесторов	-	-	-	-	-	-
Другие доходы (плата за анализ) @10,000 x 100раз (плата за использование оборудования общей испытательной лаборатории ※) @5,000 x 100 / год (взимание платы за консультационные услуги) @10,000 x 20раз		200,000	1,700,000 (1,000,000) (500,000) (200,000)	1,700,000 (1,000,000) (500,000) (200,000)	1,700,000 (1,000,000) (500,000) (200,000)	1,700,000 (1,000,000) (500,000) (200,000)
Всего доходов		1,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000	1,700,000
Баланс		0	0	0	0	200,000

※предоставление оборудования пищевой упаковки

(3) План поддержки работ по улучшению качества пищевой продукции и разработке новых продуктов

① Общие положения

Цели	помощь в необходимых работах по улучшению качества и разработке новой продукции для повышения конкурентоспособности местной пищевой продукции использование данных спроса на пищевую продукцию и претензий по качеству в процессе улучшения качества и разработке новых продуктов
Положение дел	необходимость сбора информации и овладение технологиями для выделения характеристик продукции по сравнению с импортной и продукцией других районов требуется время для улучшения качества и разработки новой продукции в производстве и продажах в связи с наличием системы государственной сертификации
Исполнительный орган	офис : технопарк взаимодействующие организации : государственный университет Северо-Казахстанской области, комитета по метрологии и технологическим стандартам, санитарно-эпидемиологического центра
Сроки исполнения	3года
Содержание работ	Фаза 1 (первый год) установление целей в улучшении качества с использованием сбора и анализа рыночной информации изучение спроса для улучшения качества и разработки новых продуктов ①проведение стажировок по контролю качества и гигиене пищевых продуктов Фаза 2 (2, 3 годы) ①изучение новых и похожих продуктов на рынке ②проведение инструктажа на заводе по контролю качества и санитарному контролю ③помощь во внедрении ISO9001, HACCP
Ожидаемые результаты	определение методологии понимания контроля качества и рыночного спросом на основании получены с рынка рекламаций возможность улучшения качества на постоянной основе через понимания собственной ответственности за свою продукцию
Бюджет работ, источники финансирования	пример : финансирование на постоянной основе : расходы несут частные предприятия
Задачи для выполнения	создания системы постоянного взаимодействия администрации, производства и учебных заведений взаимодействие с привлеченными специалистами (HACCP) сбор новейшей информации через заграничные стажировки
Другое	

② Дорожная карта

	Фаза 1			Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Сбор и анализ рыночной информации для установления целей по улучшению качества (частные консультанты) До начала фазы 2 проводится инструктаж по способам получения рыночной информации, далее предприятия действуют самостоятельно		Сбор и анализ рыночной информации	Инструктаж по сбору данных и анализу			
Изучение спроса для улучшения качества и разработки новых продуктов (исследования рынка) и написание отчетов (частные консультанты)		Изучение рынка (1)		Изучение рынка (2)		
Стажировка контролю качества и санитарному состоянию пищевых продуктов (частный консультант/санитарно-эпидемиологический центр/университет)		Разработка программы стажировок	Проведение инструктажа на производственных стажировках	Практические занятия по гигиене пищевых продуктов Проведение инструктажа	Практические занятия по гигиене пищевых продуктов Проведение инструктажа	Помощь во внедрении ISO9001, HACCP
Информация по технологиям и стандартам для новых продуктов (частные консультанты/комитет по метрологии и технологическим стандартам)		Обеспечение данными, ввод данных	Обновление данных, предоставление информации			

② План финансирования (единица : тенге)

Расходы	Фаза 1			Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Сбор и анализ рыночной информации для установления целей по улучшению качества (информация по рекламациям и др.) инструктаж (оператор) @75,000 x 6месяцев		450,000	450,000	450,000	450,000	
Изучение спроса для улучшения качества и разработки новых продуктов (рыночные исследования) написание отчетов @1,000,000 x 2М/М x 2человека		4,000,000		4,000,000		
Стажировка по контролю качества и санитарному состоянию пищевых продуктов @100,000 x 5месяцев x 2человека		1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
Информация по технологиям и стандартам для новых продуктов @100,000 x 12месяцев		1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	
Всего расходов		6,650,000	2,650,000	6,650,000	2,650,000	1,000,000
Источники финансирования (доходы)	Фаза 1			Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Бюджет центрального правительства (расходы по работе над проектом и др.)	<input type="checkbox"/>	4,000,000		4,000,000		<input type="checkbox"/>
Областной бюджет (управление, расходы на персонал)	<input type="checkbox"/>	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	<input type="checkbox"/>
Помощь иностранных инвесторов	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Другие доходы (инструктаж по с бору рыночной информации) @45,000 x 10компаний (взимание платы за стажировку) @100,000 x 10 компаний		1,450,000 (450,000) (1,000,000)	1,450,000 (450,000) (1,000,000)	1,450,000 (450,000) (1,000,000)	1,450,000 (450,000) (1,000,000)	1,000,000 (1,000,000)
Всего доходов		6,650,000	2,650,000	6,650,000	2,650,000	1,000,000
Баланс		0	0	0	0	0

(4) Помощь в подготовке кадров (улучшение качества, безопасность продуктов, управление)

① Общие положения

Цели	проведение инструктажа по санитарному контролю и производству пищевых продуктов проведение инструктажа по микробиологическому анализу способы санитарного контроля производства (5S и др.) повышение уровня управления по контролю за производством
Положение дел	нет учебной организации, которая проводит практический инструктаж нехватка инструкторов по улучшению качества
Исполнительный орган	офис : технопарк органы взаимодействия : Северо-Казахстанский университет, сельскохозяйственный институт, Северо-Казахстанский областной колледж экономики и строительства
Сроки выполнения	3год~5 год
Содержание деятельности	Фаза 1 (первый год) ①разработка программы стажировок (микробиологический анализ, контроль качества и др.) ②обучение инструкторов для стажировок ③разработка инструкций по производственной санитарии и контролю качества Фаза 2 (2, 3 годы) ①Проведение стажировок и оценка программы ②Инструктаж по производственной санитарии и оценка деятельности Фаза 3 (4, 5 годы) ①Редактирование программы стажировок и оценка деятельности ②Редактирование инструкций по производственной санитарии и контролю качества
Ожидаемые результаты	понимания вопросов улучшения качества пищевых продуктов и безопасности
Бюджет работ, источники финансирования	постоянное финансирование : расходы несут частные предприятия расходы на проведение мероприятий : заявка на финансирование федерального бюджета
Задачи для выполнения	создание системы взаимодействия на долгосрочной основе администрации, производства и учебных заведений взаимодействие со сторонними специалистами (санитарный контроль пищевых продуктов) получение новой информации через заграничные стажировки
Другое	

② Дорожная карта

	Фаза 1			Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Разработка программы обучения кадров (частные консультанты/институты)		Передоверие на разработку программ стажировок		Оценка и редактирование программ стажировок		
Стажировки для обучения кадров (проведение общих и специальных стажировок по микробиологическому анализу и контролю качества) . (частные /консультанты/ санитарно-эпидемиологический центр /институты)			стажировки (4 раза в год)			
Разработка программы инструктажа по санитарному надзору на производстве (частные консультанты)			Передоверие на разработку программ инструктажа по санитарному			
Инструктаж по санитарному надзору на производстве (частные консультанты)				Инструктаж по санитарному надзору на производстве (6 раз в год)		

③ Финансовый план (единица : тенге)

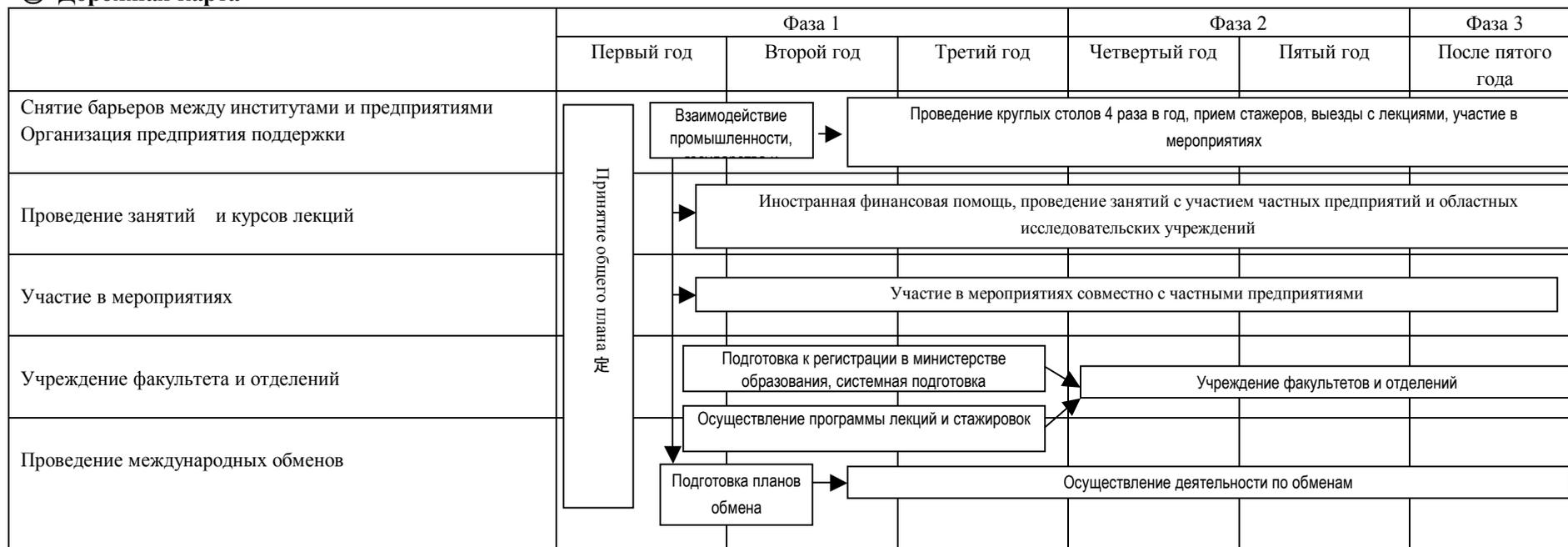
Расходы	Фаза 1			Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Разработка программы обучения кадров @1,000,000 x 2М/М x 2 человека Редактирование @1,000,000 x 1М/М x 2человека		4,000,000		2,000,000		
Стажировки для обучения кадров (проведение общих и специальных стажировок по микробиологическому анализу и контролю качества) тренер @100,000 x 2человека x 4 ☐ раза			800,000	800,000	800,000	800,000
Разработка программы инструктажа по санитарному надзору на производстве @1,000,000 x 2М/М x 2человека			4,000,000			
Инструктаж по санитарному надзору на производстве Инспектор @100,000 x 6М/М x 2 человека				1,200,000	1,200,000	1,200,000
Всего расходов	0	4,000,000	4,800,000	4,000,000	2,000,000	2,000,000
Источники финансирования (доход)	Фаза 1			Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Бюджет центрального правительства (расходы по работе над проектом и др.)	-	2,000,000	2,000,000	2,000,000		-
Областной бюджет (управление, расходы на персоналии др.)	-	2,000,000	2,000,000			
Помощь иностранных инвесторов	-	-	-	-	-	-
Другие доходы (взимание платы за стажировку) @8,000 x 100человек (взимание платы за инспектирование) @100,000 x 12компаний			800,000 (800,000)	2,000,000 (800,000) (1,200,000)	2,000,000 (800,000) (1,200,000)	2,000,000 (800,000) (1,200,000)
Всего доходов		4,000,000	4,800,000	4,000,000	2,000,000	2,000,000
Баланс		0	0	0	0	0

(5) Учреждение факультета в областном колледже

① Общие положения

Цели	• обучение на постоянной основе кадров, имеющих практические навыки, для удовлетворения потребностей местных предприятий
Общие положения	<ul style="list-style-type: none"> • нынешняя система предполагает в основном лекционные занятия изучение дисциплин по отдельности • многие специалисты в малых и средних предприятиях имеют общие понятия и в различных областях, есть нужда в кадрах, имеющих практические навыки • мало примеров практического изучения пищевой промышленности не только в северо-казахстанской области, но и по всей стране • необходимость привлечения энергичных молодых людей в процесс развития кластера • в Японии много примеров того, что учащиеся институтов и колледжей во взаимодействии с местными предприятиями вовлекается в экономическое развитие региона, в частности, при разработке торговых марок и новой продукции
Исполнительный орган	• северо-казахстанский колледж экономики и строительства, местные предприятия
Сроки исполнения	• подготовительный период от 3-х до 5 лет
Содержания деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • Первый шаг : <ul style="list-style-type: none"> ① снять барьеры между институтами и предприятиями, ② проведение семинаров и курсов лекций • Второй шаг <ul style="list-style-type: none"> ① Формирование предприятий поддержки ② Участие в мероприятиях • Третий шаг <ul style="list-style-type: none"> ① учреждение факультета, специализации ② начало международных обменов ③ начало следующего шага не означает окончание работ по предыдущему, добавляются работы, но деятельность не прерывается
Ожидаемый эффект	<ul style="list-style-type: none"> • обеспечение кадрами местной пищевой промышленности • повышение способностей студентов и преподавателей, особенно в практической сфере • оживление работы кластера
Бюджет работ	<ul style="list-style-type: none"> • расходы на обучение: самофинансирование (безвозмездная финансовая помощь, доходы от проводимых работ) , помощь правительства • предполагается поддержка международных организаций в плане стажировок преподавателей и проведению обменов
Задачи для выполнения	<ul style="list-style-type: none"> • разрешение министерства науки и просвещения • вовлечение заинтересованных предприятий (взаимопонимание) • обеспечение своими источниками дохода (спонсорская помощь, доходы от проводимых работ)
Другое	При проведении мероприятий одновременно с обучением проводится продажа местной продукции. Полученная прибыль поступает на нужды учебного заведения.

② Дорожная карта



③ Финансовый план (единица: тенге)

Расходы	Фаза 1			Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Снять барьеров между институтами и предприятиями организация предприятия поддержки	□	□	□	□	□	□
Проведение занятий и курсов лекций (осуществляется за спонсорские средства, частными волонтерами)		□	□	□	□	□
Участие в мероприятиях (транспортные расходы, плата за участие и т.д.)*1	50,000	150,000	150,000	250,000	250,000	250,000
Учреждение факультета и отделений (осуществляется совместно с учебным заведением)	□	□	□	□	□	
Проведение международных обменов (с привлечением иностранных спонсоров)		□	□	□	□	□
Всего расходов	50,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
<Источники финансирования(доходы) >	Фаза 1			Фаза 2		Фаза 3
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Бухгалтерия учебного заведения (субсидии, плата за обучение и др.)	Расчет затрат на заработную плату и деятельность как часть расходов учебного заведения					
Иностранная спонсорская помощь и т.д.	Расходы на деятельность					
Частный капитал (финансовая помощь в проведении мероприятий) *2 1 компания 50000× (первый год – 1 компания, 2-3 год – 3 компании, после 4 года – 5 компаний) Прибыль от мероприятий	50,000	150,000 70,000	150,000 100,000	250,000 150,000	250,000 200,000	250,000 300,000
Всего доходов	50,000	220,000	250,000	400,000	450,000	550,000
Баланс		70,000	100,000	150,000	200,000	300,000

*1 : в первый год только ознакомительные экскурсии и помощь предприятий

*2 : из расчета выручки от 1 места на Интерфуд Астана 2010 за 3 дня 150,000-300,000 тенге, дальше продажи будут увеличиваться благодаря накапливаемому из года в год опыту

(6) Помощь в предоставлении информации, касающейся пищевой промышленности (оборудование, требования, новые технологии)

① Общие положения

Цели	помощь в предоставлении информации об оборудовании пищевой промышленности помощь в предоставлении информации касательно безопасности пищевых продуктов в стране за рубежом помощь в предоставлении информации о новых технологиях в пищевой промышленности
Положение дел	недостаток информации об оборудовании и доставке оборудования необходимость в информации о стандартах на пищевые продукты в странах предполагаемого экспорта необходимость в сборе информации для разработки новых продуктов и улучшении качества
Исполнительная организация	офис : технопарк взаимодействующие органы : комитет по техническому регулированию и метрологии
Срок исполнения	3года
Содержание деятельности	Фаза 1 (первый год) ①сбор информации с вебсайтов производителей оборудования пищевой обработки, для создания банка данных (на русском языке) (ЕС, США и др.) ②создание базы данных стандартов пищевых продуктов (ЕС, США и др.) Фаза 2 (2, 3 года) ①улучшение и редактирование баз данных
Ожидаемые результаты	возможность проверки новой информации по оборудованию пищевой промышленности и стандартам стало возможным выбрать оборудования с высокими показателями стоимость-производительность
Бюджет работ и источники финансирования	затраты на создание базы данных затраты на внесение данных
Задачи для выполнения	• создание системы взаимодействия на долгосрочной основе администрации, производства и учебных заведений • взаимодействие со сторонними специалистами(санитарный контроль пищевых продуктов)
Другое	Описанная деятельность является обычной для технопарка и может выполняться сразу, поэтому план мероприятий и план финансирования пропущены

7.2.4 Услуги по предоставлению финансовой информации

(1) План создания инфраструктуры по анализу и рассылке финансовой информации для частных предприятий северного Казахстана.

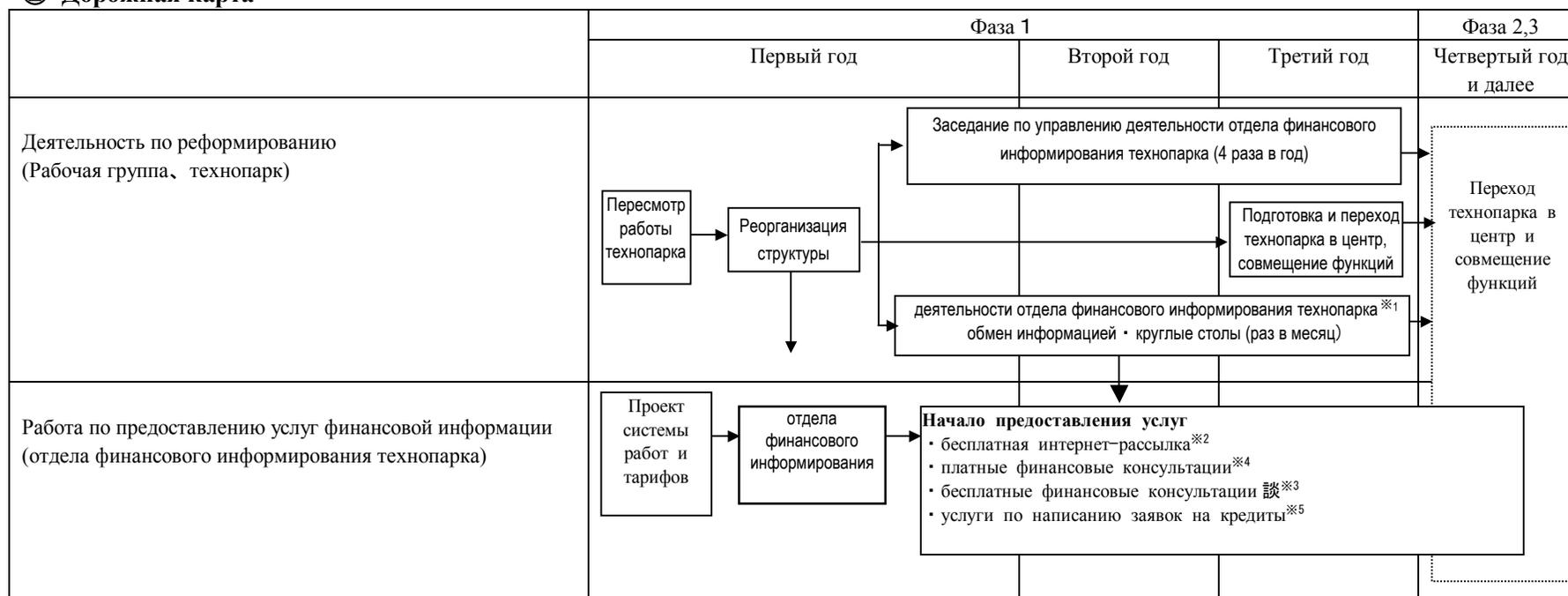
① Общие положения

Цели	Для эффективного использования государственного и частного финансирования нужно упорядочить информацию о программах финансирования для малых и средних предприятий и частных предпринимателей, провести анализ и результаты деятельности и разослать «информацию для предпринимателей, нуждающихся в финансировании» достигнуть «понимания положения малых и средних предприятий» и «понимание рынка финансирования», используя полученные результаты провести рассылку для кредитных организаций рассылка информации, как кредитным организациям, так и кредиторам проводится с позиции третьих лиц для создания кредитного инструмента, компонующего предложение кредитов и спрос на кредиты, провести одновременную рассылку кредиторам и кредитным организация
Положение дел	органам государственного кредитования, таким, как DAMU, TOBOL требуется исчерпывающая информация о спросе на кредиты со стороны частных компаний частные кредитные организации стремятся, работая совместно с государственными кредитными организациями, получить новых хороших клиентов и хороший материал для рассмотрения вопроса предприниматели-кредиторы не удовлетворены ситуацией, когда они не могут получить необходимое финансирование в нужное время соискатели кредитов получают полную информации о кредитных программах, но не понимают их и не могут определить подходящую для своей фирмы программу и поэтому берут неподходящие кредиты анализ финансовых программ и передача нужной информации соискателям кредита является неотъемлемой частью в развитии кластера упускать обратную связь с соискателями кредитов , которые нуждаются в информации снабжение подбор кредитной организации для соискателя кредита является необходимой работа для развития кластера . Для этого нужна независимая сторона между кредитной организацией и соискателем кредита, которая и предоставляет обеим сторонам анализ информации
Ответственные организации	Описанной в разделе «Цели» и «Положение дел» независимой организацией может стать технопарк, подведомственный отделу предпринимательства областного управления предпринимательства и промышленности (временно сотрудничает с компанией «KazAgroMarketing»)
Сроки выполнения	• 3 года
Содержание деятельности	Фаза 1 (первый – третий год) (первый год) ① Существующий технопарк (подведомственный отделу предпринимательства областного управления предпринимательства и промышленности) проводит структурную реорганизацию. Учреждается отдел финансовой информации (временное название)

	<p>② Осуществляется прием информации о предоставляемом финансировании со стороны банков и ответственных организаций государственных фондов DAMU, TOBOL</p> <p>③ Отдел финансовой информации (предварительное название) для получения точной информации о потребностях соискателей кредита и предложениях кредиторов проводятся круглые столы с представителями кредиторов – банками и ответственных организаций государственных фондов DAMU, TOBOL (1 раз в месяц). Проводится анализ получаемой от кредитных организаций и в результате проведения круглых столов информации, результаты и информация о финансовых продуктах бесплатно рассылается через интернет. Информация обновляется каждый месяц.</p> <p>④ Выбранные сотрудники технопарка для работы в отделе финансовой информации проходят обучение с привлечением сторонних специалистов для организации обучения без отрыва от производства или с использованием системы повышения квалификации внутри компании.</p> <p>(второй год)</p> <p>① Специалисты по финансовой информации из технопарка не прерывают обучение без отрыва от производства или с использованием системы повышения квалификации внутри компании для получения больше знаний о финансовой теории.</p> <p>② Специалисты по финансовым вопросам из отдела финансовой информации (предварительное название) дают бесплатные консультации для соискателей кредитов по вопросам финансирования. Резюме по результатам консультирования, с разрешения консультируемого рассылается через интернет в форме бесплатной рассылки. В тестовом режиме начинается предоставление платных консультационных услуг по другим вопросам получения кредитов (по установленной стоимости 10 USD за 1 раз). Соискателям кредитов даются подробные советы по подходящим способам финансирования, на основании нескольких тематических исследований финансовых продуктов кредитных организаций.</p> <p>В случае совершения сделки кредитная организация выплачивает вознаграждение (около 1% от суммы кредита).</p> <p>(Третий год)</p> <p>① Специалисты по финансовым вопросам из отдела финансовой информации (предварительное название) продолжают работу по оказанию услуг бесплатного консультирования соискателей кредита по вопросам. Резюме по результатам консультирования с разрешения соискателя кредита рассылается через интернет в форме бесплатной рассылки.</p> <p>② На второй фазе начинается оказание постоянных услуг платного консультирования по вопросам финансирования, увеличив плату до 30 USD за 1 раз.</p> <p>③ По запросу соискателя кредита кредитов даются подробные советы по подходящим способам финансирования, на основании нескольких тематических исследований финансовых продуктов кредитных организаций. В случае совершения сделки кредитная организация выплачивает вознаграждение (около 2% от суммы кредита).</p> <p>(После 4 года)</p> <p>① С появлением Регионального центра технологий пищевой переработки функции объединяются.</p>
Ожидаемые результаты	Кластер пищевой промышленности Северо-казахстанской области развивается, благодаря проведению финансовой политики оптимальному размещению для предпринимателей
Бюджет работ и	постоянные источники финансирования : финансовые поступления из областного бюджета, от организаций государственных фондов и частных

источники финансирования	компаний нерегулярное финансирование деятельности : заявка на государственное финансирование при необходимости
Задачи для выполнения	Реформирование структуры технопарка пересмотр обязанностей и конкретизация выполняемой деятельности реформирование, учреждение отдела финансового информирования подготовка специалистов по финансовому консультированию благодаря системе стажировок внутри компании, работе командированных специалистов и взаимодействию со специалистами других компаний
Другое	сроки слияния технопарка совпадают с временем учреждения центра

② Дорожная карта



*1 : DAMU • TOBOL • KazAgro Marketing

*2 : способ получить новых клиентов

*3 : способ получить новых клиентов для платных услуг и новых клиентов для услуг по составлению заявок на кредит

*4 : способ получить клиентов для услуг по составлению заявок на кредит

*5 : основной источник дохода

③ План финансирования (единица : тенге)

Расходы	Фаза 1			Фаза 2,3		
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Подключение к интернету, эксплуатация (если эксплуатировать своими силами, то бесплатно) Первый год : 300,000 + 50,000×12месяцев Второй год и далее : 50,000×12месяцев	900,000	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000
Расходы на приобретение финансовых знаний (если будет помощь спонсора, то бесплатно) Первый год : 25,000×12месяцев Второй год и далее : 25,000×6месяцев	300,000	150,000				
Всего расходов	1,200,000	750,000	600,000	600,000	600,000	600,000
Источники финансирования (доходы)	Фаза 1			Фаза 2,3		Фаза 1
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год	Шестой год и далее
Бюджет технопарк на организации отдела финансовой информации Финансовое консультирование Второй год : тариф@1500/раз (2 раза в месяц, 24 раза в год) Третий год и далее : тариф@4,500 (2 раза в месяц, 24 раза в год)	1,000,000	36,000	108,000	108,000	108,000	108,000
План работ составление плана работ и заявления на кредит Первый год : тариф@30,000 (1 раз в месяц, 12 раз в год) Второй год : тариф@30,000 (2 раза в месяц, 24 раза в год)	360,000	720,000	720,000	720,000	720,000	720,000
Всего доходов	1,360,000	756,000	828,000	828,000	828,000	828,000
Баланс	160,000	6,000	228,000	228,000	228,000	228,000

▲ – расходы превышают доходы

7.2.5 Развитие кластера

(1) План разработки местных торговых марок Северо-казахстанской области

① Общие положения

Цели	Целью ставится повышение конкурентоспособности на местном рынке в целом, предоставление товаров и услуг, отвечающих требованиям потребителей, разработка продукта, выгодные отличия от других местных и импортных товаров, разработка с использованием местных ресурсов
Положение дел	На рынке молочных и пищевых продуктов Северо-Казахстанской области не только усиливается конкуренция между, товарами, произведенными в разных областях, но и имеет место увеличение продаж импортных (особенно, российских) товаров. Будет полезно ознакомить другие страны с молочной и пищевой продукцией Северо-Казахстанской области
Ответственные организации	Рабочая группа по формированию кластера Северо-казахстанской области Офис : технопарк
Сроки выполнения	создание за 5 лет, далее - эксплуатация
Содержание деятельности	Фаза-1 (первый год) ①определение концепции местной торговой марки ②создание вебсайта ③участие в выставках внутри страны Фаза 2 (второй и третий годы) ①создание сертификационных стандартов местных торговых марок ②участие в выставках в стране и за рубежом ③подготовка к открытию магазина пробных продаж (продажи в отделах супермаркетов) Фаза 3 (четвертый, пятый год и далее) ①изучение и организация продаж по интернету ②участие в выставках в стране и за рубежом ③открытие и управление магазином пробных продаж
Ожидаемый результат, эффект	повышение конкурентоспособности товаров молочной и пищевой промышленности Северо-Казахстанской области на внутреннем рынке и за рубежом эффект синергии с туризмом, увеличение количества туристов
Бюджет работ, источники финансирования	постоянное финансирование деятельности : расходы несут частные предприятия расходы на участие в мероприятиях : заявка на использование государственных средств (выставки и др.)
Задачи по выполнению	взаимодействие промышленности, администрации, образования

плана	сбор и новейшей информации через кооперацию со специалистами в стране и за рубежом, проведению стажировок за рубежом.
Другое	—

② Дорожная карта

	Фаза 1	Фаза 2		Фаза 3	
	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год и далее
Управление рабочей группой по созданию торговой марки (технопарк, частные предприятия, государственные органы)	Организация рабочей группы, определение концепции местных товарных марок	Проведение 4 раза в год заседаний управления (решение и принятие сертификационных стандартов местных торговых марок)			
Создание и управление вебсайтом [технопарк]	Подготовка структуры вебсайта, определение дизайна → открытие сайта	Обновление, технические работы (по необходимости)		Обновление, технические работы (по необходимости), изучение вопроса продаж по интернету	Начало продаж по интернету
Выставки внутри страны	Участие в выставках внутри страны				
Участие в заграничных выставках [технопарк]	Участие в выставках за рубежом				
Организация магазина по пробной продаже (технопарк)		Пробный проект (продажа в супермаркете)	Тестовый магазин	Управление магазином	

③ Финансовый план (единица : тенге)

Расходы	Фаза 1	Фаза 2		Фаза 3	
	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год и далее	Второй год
Организация рабочей группы (технопарк) 150,000/месяц×1человек×12месяцев	1,800,000	1,800,000	1,800,000	1,800,000	1,800,000
Открытие и управление вебсайтом (технопарк) 150,000/месяц×1человек×12месяцев	80,000 1,800,000	17,000 1,800,000	17,000 1,800,000	17,000 1,800,000	17,000 1,800,000
Расходы на участие в выставках внутри страны (технопарк) 150,000/月×1名×2ヶ月	480,000 300,000	480,000 300,000	480,000 300,000	480,000 300,000	480,000 300,000
Расходы на участие в выставках за рубежом (технопарк) 150,000/месяц ×1человек×2 месяца				480,000 300,000	480,000 300,000
Аренда магазина 100 м ² /год (технопарк) 150,000/месяц×1человек×1месяц (для презентации товара в супермаркетах) 150,000/месяц×1человек×12месяцев		150,000	150,000	8,100,000 1,800,000	8,100,000 1,800,000
Всего расходов	4,460,000	4,547,000	4,547,000	15,077,000	15,077,000
Источники финансирования (доход)	Фаза 1	Фаза 2		Фаза 3	
	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год и далее	Второй год
Областной бюджет (управление, расходы на персонал и др..)	4,220,000	4,307,000	4,307,000	10,547,000	10,547,000
Расходы предприятия (выставка внутри страны) (50%)	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
Расходы предприятия (выставка за рубежом) (50%)				240,000	240,000
Расходы предприятия (аренда магазина) (50%)				4,050,000	4,050,000
Всего доходов	4,460,000	4,547,000	4,547,000	15,077,000	15,077,000
Баланс	0	0	0	0	0

8 Вопросы реализации мастер-плана

8.1 Результаты внедрения передовых технологий и модельного бизнеса

В ходе настоящего исследования был проведен анализ современного состояния и проблем, предложены конкретные меры, а также проведен ряд мероприятий по целенаправленной передаче казахстанским партнерам передовых технологий и реализации модельного бизнеса. Так, были проведены консультации с производителями сельскохозяйственного сырья, с перерабатывающими компаниями по вопросам санитарного контроля, японские технологии были представлены в высших и средних специальных учебных заведениях. Кроме того, в плане модельного бизнеса во взаимодействии с членами рабочей группы и представителями местной администрации были проведены обмены мнениями (технологические семинары) по группам отраслей, состоялось участие в продовольственной выставке в г.Астана, создан Интернет-сайт местных брэндов и т.д.

Вследствие этой деятельности, несмотря на короткий период исследований, достигнуты конкретные результаты. Так, в ходе проведения консультаций в фермерском хозяйстве, выбранном исследовательской группой в качестве модельного, количество бактерий в сыром молоке сократилось наполовину за одну неделю. Были отмечены изменения в процедуре осуществления санитарного контроля на предприятии пищевой промышленности, где были проведены консультации.

По итогам участия в продовольственной выставке в г.Астана в рамках модельного бизнеса представители местных компаний, убедившись в целесообразности подобного сотрудничества, планируют и в будущем продолжать эту деятельность.

Кроме того, в ходе обмена мнениями компаний-участников рабочей группы ими были выявлены общие для них проблемы и предложено их совместное решение в рамках группы.

Во время заключительного семинара со стороны участников прозвучала следующая оценка проведенной работы: «Представленный мастер-план безусловно является полезным документом, но наиболее существенным вкладом является изменение в сознании участников проекта». Изменение в сознании компаний-участников оказало положительное влияние на оценку этих компаний со стороны финансовых органов, так, например, в одном из случаев был благополучно решен затянувшийся вопрос о выделении кредита.

На начальном этапе проекта исследовательская группа считала, что изменение в сознании компаний-участников представляет собой основное препятствие, но после завершения полугодовой совместной работы удалось доказать, что это препятствие может быть преодолено.

8.2 Цели реализации мастер-плана

Предполагается, что реализация мастер-плана позволит достичь нижеследующие цели.

- ① Органы областной администрации (Управление предпринимательства и промышленности, Управление сельского хозяйства) на основе информации от частных структур и других организаций, формирующих кластер, разрабатывают мастер-план с целью активизации жизнедеятельности региона и представляют его в правительственные органы, что делает возможным получение средств финансовой помощи на нужды частного бизнеса.
- ② Научно-образовательные учреждения региона на основе данных о потребности в технологиях и информации, необходимых для развития региона, осуществляют технологические разработки, усиливают потенциал содействия частным структурам.
- ③ Достигается конечная цель – усиление конкурентоспособности частного бизнеса, увеличивается доля на внутреннем рынке, растет экспорт в соседние страны.

Конечная цель создания кластеров в Северо-Казахстанской области заключается в усилении конкурентоспособности малого и среднего бизнеса региона, и наиболее важным элементом на пути достижения цели является центральная часть мастер-плана – создание регионального технологического Центра пищевой промышленности. Технологические функции Центра состоят в оказании услуг в области технологии, помощь в подготовке кадров, предоставлении информации (в том числе, финансовой). Но кроме этого, на него возлагаются функции стимулятора формирования кластеров в регионе путем установления связей между частными структурами, содействия административных органов и т.д.

Однако, если в силу экономических причин или конкуренции с другими регионами технологический Центр пищевой промышленности не будет создан в Северо-Казахстанской области, либо он не будет наделен некоторыми предполагаемыми функциями, весьма важным является постановка вышеуказанных целей, формирование системы взаимного сотрудничества производства, администрации и науки региона и продолжение кластерной деятельности.

Очень часто производственный кластер сравнивают с виноградной кистью. Если одна из ягод испортится или оторвется, оставшиеся все равно будут представлять собой виноградную кисть. Аналогично, если даже не будет реализована часть плана действий, представленного в данном мастер-плане, значимость кластера пищевой промышленности Северо-Казахстанской области не изменится.

В мастер-плане предложено 10 пунктов и намечена дорожная карта их реализации. Однако, нам представляется, что выполнение некоторых пунктов может оказаться затруднительным вследствие финансовых причин, социальных условий, экономических обстоятельств самих участников, в то же время, другие пункты могут быть воплощены с опережением предлагаемого графика. Кроме того, на сегодняшний день остается неясным вопрос о продолжении функционирования одной из ведущих организаций по реализации мастер-плана - технопарка, реорганизация которого проводится в рамках правительственных преобразований. В этих условиях необходимо понимание всех заинтересованных сторон, что необязательно абсолютное следование первоначальным планам, нужно проявлять гибкость, двигаясь методом проб и ошибок к достижению поставленных целей.

8.3 Проблемы реализации мастер-плана

Необходимыми элементами реализации мастер-плана являются следующие четыре: финансы, технологии, кадры, организация. Что касается финансов, то Казахстанское правительство в состоянии обеспечить реализацию предложений данного проекта. Это было также подтверждено представителями администрации и бизнес-кругов во время заключительного семинара.

Казахстан также располагает специалистами, которые владеют технологией и знаниями, необходимыми для воплощения выдвинутых предложений. Однако, не осуществляется подготовка кадров консультантов, способных содействовать широкому распространению передовых технологий, и специалистов для создания кластеров в регионе. Кроме того, для проведения данного исследования была создана рабочая группа из представителей производства, администрации и науки Северо-Казахстанской области, которая совместно с исследовательской группой добилась вышеотмеченных результатов. Хотя руководитель рабочей группы и заявил, что созданный коллектив продолжит свою деятельность, но при отсутствии побуждающего влияния извне, например, со стороны исследовательской группы, кластерная деятельность может быть свернута, как это имело место во многих случаях в Японии. Если подобное произойдет, то высока вероятность того, что изменение в сознании, наметившееся в период проведения исследования, вернется к своему исходному состоянию.

Следовательно, можно выделить 2 задачи по реализации мастер-плана: 1) подготовка кадров руководителей по регионам, 2) разработка системы регулярного стимулирующего воздействия на организацию, управляющую кластерной деятельностью. Перед Северо-Казахстанской областью встает необходимость решения отмеченных задач, заручившись поддержкой соответствующих казахстанских и зарубежных организаций. При этом могут быть использованы различные формы содействия внутренних и зарубежных организаций и доноров, например, направление специалистов по оказанию помощи в сфере технологий пищевой переработки, подготовки кадров, совершенствования качества продукции, проведение обучающих курсов, в том числе по анализу состояния как внутри страны, так и за рубежом.

8.4 Прочие рекомендации

При реализации предлагаемого мастер-плана наряду с принятием вышеотмеченных мер участникам необходимо учесть нижеследующее.

(1) Стремление к развитию через кооперацию различных отраслей.

В данном исследовании представлен план создания регионального кластера в области молочной и мясной промышленности. Однако, для того, чтобы кластер существовал, нужно вводить в кластер смежные отрасли для достижения эффекта синергии, с использованием знания, опыта и информационной структуры этих отраслей промышленности. Например, эффективным является продвижение разработки региональной торговой марки и путей доставки товара для муки, лапши, макарон, кондитерских изделий, являющихся продукцией основной отрасли в Северо-Казахстанской области - производстве зерновых. На начальном этапе нужно наладить рассылку информации в другие отрасли и проведение обменов мнениями.

(2) Избавление от идей местничества и вертикали власти

Даже сейчас в Казахстане остается, присущая бывшим коммунистическим странам, идея вертикального чиновничьего администрирования. Среди молодого поколения крупных городов можно увидеть перемены, но присутствие этой идеи сильно ощущается в Северо-Казахстанской области, особенно, в северных районах. Местничество мешает процессам экономической деятельности в условиях меняющейся рыночной среды, появления новой информации, технологий, систем, где важна скорость принятия решений. Необходимо построить такую структуру, где можно вести прямой обмен мнениями между представителями разных отраслей промышленности и различных государственных органов

(3) Переход от системы указаний сверху к духу свободного предпринимательства

В ходе настоящего исследования от североказахстанских партнеров можно были пожелания следующего рода – «Дайте нам приказ, мы умеем хорошо выполнять указания». Здесь присутствует влияние общественной системы, оставшейся от старых советских времен, но необходимо понимание, что в условиях меняющейся политической и экономической среды регионы и предприятия осуществляют свою деятельность согласно самостоятельно разработанной стратегии и своих идей. Если посмотреть внедряемую правительством с 2010 года политику «дорожная карта бизнеса 2010», то видно, что правительство поддерживает проекты, содержащие планы, насыщенные предпринимательским духом. В будущем развитии нежелательно использование консервативного пассивного метода ведения бизнеса.

9 Заключение

Настоящее исследование было проведено совместными усилиями Ассоциации японских международных центров (JICA) и администрации Северо-Казахстанской области по заказу казахстанской стороны. Выделим 3 важных особенности данного исследования с точки зрения целей, системы и сроков проведения работ

- Исследование проводилось совместными усилиями предприятий, административных органов и образовательных учреждений, - успешных примеров такого рода на постсоветском пространстве пока еще мало.
- С казахстанской стороны мы сотрудничали не с центральными правительственными органами, а с местными органами самоуправления.
- Наше исследование пришлось на период масштабных перемен в экономике страны.

Исследование было посвящено не развитию отдельных предприятий, а развитию кластеров в целях повышения конкурентоспособности региона. Другими словами, наша работа была посвящена не проблемам поддержки промышленности в рамках правительственной стратегии развития страны, а являлась результатом совместных усилий предприятий, административных органов и образовательных учреждений по развитию региональной экономики путем рационального использования местных природных ресурсов.

В ходе исследования мы ощутили некоторую растерянность местных частных предприятий, административных и образовательных учреждений в связи с отсутствием в последние годы четкого понимания собственной позиции, роли и т.д.

«Эпоха, когда частные предприятия действовали по указанию административных органов, закончилась», - эти слова с сожалением произнес представитель местных органов власти во время подготовки в регионе одного мероприятия. Однако это означает переход от социалистической системы с централизованной властью к экономике частного предпринимательства. Соответственно, постепенно меняется экономическая система страны.

Наша исследовательская группа разработала проект «Создание региональных центров переработки продуктов питания». Для его осуществления, с одной стороны, необходима выработка стратегии местными административными органами и создание финансовых фондов, а с другой – для успешного управления ими необходимы свежие идеи представителей частного бизнеса и умение ориентироваться в экономической ситуации.

Другими словами, деятельность центров должна основываться на принципах трёх «Р» (PPP – Public Private Partnership). И органы власти, и население должны четко осознать свою роль в этом процессе и сознательно стремиться к выполнению поставленных задач. В Северо-Казахстанской области органы власти и население на себе ощущают происходящие перемены в системе экономики, и, несмотря на нынешний переходный период, здесь зарождается основанная на принципах PPP система их взаимодействия, при которой частная инициатива поддерживается административными органами.

Наше исследование проводилось по заказу администрации Северо-Казахстанской области. Поэтому в данном докладе мы изложили свою точку зрения относительно важнейших задач, стоящих не перед центральным правительством, а перед местными органами самоуправления. На момент проведения исследований финансовые возможности и полномочия местных органов власти оставались ограниченными, и на этой основе осуществление проектов представляется весьма затруднительным.

Однако в перечисленных в опубликованном в 2010г. проекте «Business road map» мерах экономического развития четко определяется роль центрального правительства и

местных органов власти, и на места передаются большие полномочия и бюджетные средства. При этом планируется осуществление ротации кадров между центром и регионами; учреждения, занимавшиеся вопросами регионального развития под руководством центральных органов власти, передаются в ведение местных администраций; на места передаются также технологии и ноу-хау. Если эти меры будут в дальнейшем осуществлены, роль местных органов самоуправления в региональном развитии возрастет, и они могут стать основной движущей силой в претворении в жизнь генерального плана регионального развития.

Добавим, что наши исследования пришлись на период серьезных изменений экономической ситуации в Казахстане в целом. С одной стороны, глобальный экономический кризис чувствительно сказался на финансовых возможностях правительства и регионов, с другой – на постсоветском пространстве вокруг России

в настоящее время формируется новая экономическая зона, в которую, естественно, входит и Казахстан. В условиях экономического спада региональные бюджеты и, следовательно, расходы на содержание аппарата и командировки, резко сократились. За последние несколько лет объемы сбыта на частных предприятиях неуклонно сокращались; многие предприятия испытывают трудности, связанные с задолженностями по инвестициям в оборудование, возникшими еще в период благоприятной экономической ситуации.

С 1 января 2010г. начал действовать Таможенный союз Казахстана, России и Белоруссии, что свидетельствует о формировании новой экономической зоны в СНГ. В странах, вступивших в Таможенный союз, применяются унифицированные таможенные пошлины, а для 90% наименований товаров действует российская налоговая ставка. С июля будет отменен таможенный досмотр на границе Белоруссии и России, а через год – на границе России и Казахстана. Во время проведения нами исследований в Северном Казахстане также проявилось влияние этого процесса: российский капитал стал приобретать больше недвижимости в этом регионе, а российские предприятия – закупать продаваемые здесь запчасти к импортным автомобилям, чтобы перевозить их в Казахстан после отмены таможенных пошлин.

Поскольку в настоящее время импортные пошлины в Казахстане ниже российских, производить здесь закупки дешевле. Поскольку с июля нынешнего года будут отменены пошлины, российские предприятия закупили большие объемы сырья для перерабатывающей промышленности, и некоторые местные предприятия испытывали трудности с поставками сырья.

Правительство Казахстана предпринимает меры по поддержке предприятий, попавших в тяжелое экономическое положение в условиях экономического спада, и разрабатывает стратегию повышения конкурентоспособности предприятий, которая поможет им выжить в условиях новой экономической зоны. Правительство страны осуществляет поддержку предприятий малого и среднего бизнеса перерабатывающей отрасли, которые и стали объектом наших исследований; при этом умелое использование бюджетных средств и новой экономической системы дает надежду на дальнейшее восстановление и развитие местной экономики. Однако проблема состоит в том, смогут ли местные органы власти осуществить этот процесс самостоятельно.

Одной из целей нашего исследования была активизация новой региональной экономической системы. Мы проводили его в сотрудничестве с представителями предприятий, административных и образовательных учреждений, входивших в состав нашей исследовательской группы. Местные органы власти в условиях ограниченных бюджетных средств и кадровых ресурсов оказали нам большую поддержку и сделали все, чтобы работа группы прошла гладко и эффективно. Представители частных компаний,

поначалу относившиеся к нам с недоверием, осознав, что деятельность группы окажет положительное влияние на развитие местной экономики и их собственных предприятий, позже активно участвовали в нашем проекте. Сроки работы пришлись на зимний период, и температура воздуха в Северном Казахстане иногда опускалась до минус 40 градусов, однако, благодаря поддержке и советам казахских членов группы, исследования достигли намеченных целей. В заключении мы хотим поблагодарить всех участников исследований за их поддержку. Мы надеемся, что наш доклад и деятельность нашей исследовательской группы станут полезными в их работе, и что они смогут собственными силами организовать кластеры местных предприятий, которые будут способствовать дальнейшему развитию экономики региона.